



วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ
ไทยไปแอฟริกา

**Economic Factors Affecting Export Thai Canned Seafood to
Africa**

นางสาวปนัดดา เดวามัด

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2551



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์

สาขา

เศรษฐศาสตร์

ภาควิชา

เรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปแอฟริกา

Economic Factors Affecting Export Thai Canned Seafood to Africa

นามผู้วิจัย นางสาวปนัดดา เดวามัด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์จิรพรรณ กุลดิลก, ศ.ม.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวลักษณ์ กู้เจริญประสิทธิ์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปแอฟริกา

Economic Factors Affecting Export Thai Canned Seafood to Africa

โดย

นางสาวปนัดดา เดวามัด

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2551

ปนัดดา เควาหมัด 2551: ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปแอฟริกา ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์จรพรณ กุลดิลก, ศ.ม. 134 หน้า

การศึกษาค้นคว้าได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังทวีปแอฟริกา โดยศึกษาประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ อียิปต์ สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย และสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ในประเทศอียิปต์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบและรายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรอียิปต์ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศอียิปต์ ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรอียิปต์ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของระเทศผู้ส่งออก ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหมึกกระป๋องไปประเทศอียิปต์ ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ส่วนผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศลิเบีย ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรลิเบีย และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเปรียบเทียบระหว่าง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบ จำนวนประชากรและรายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรลิเบีย และผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ จำนวนประชากรประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ และรายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องไปประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาหมึกกระป๋องโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องจากประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาหมึกกระป๋องโดยเปรียบเทียบ และรายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรแอฟริกาใต้

Panatda Dewamat 2008: Economic Factors Affecting Export Thai Canned Seafood to Africa.
Master of Economics, Major Field: Economics, Department of Economics. Thesis Advisor:
Associate Professor Chiraphan Kuladilok, M.Econ. 134 pages.

This study is designed to analyze canned seafood exporting from Thailand to three Africa Countries: South Africa, Arab Republic of Egypt The Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya. The study examine demand for imported canned seafood from Thailand and other competitors and analysis factors affecting demand for imported canned seafood based on the past data.

The analysis on relative demand for imported canned seafood from Thailand and competitors countries in the three countries reveals there are many factors affecting demand for importing canned seafood, each one show different meaning in different countries. In Egypt, there are several affecting demand for importing each canned seafood. For tuna: relative price of tuna imported from Thailand and competitor countries and GDP per capita of Egypt. For Sardine: GDP per capita of Egypt and real exchange rate. For mackerel: relative price of mackerel imported from Thailand and competitor countries. In the case of Libya, there are several affecting demand for importing each canned seafood. For tuna: relative price of tuna imported from Thailand and competitor countries, GDP per capita of Libya and real exchange rate. For Sardine: relative price of sardine imported from Thailand and competitor countries, number of population of Libya and GDP per capita of Liby. In the case of South Africa, there are several affecting demand for importing each canned seafood. . For tuna: GDP per capita of South Africa. For tuna: GDP per capita. For sardine: number of population of South Africa and GDP per capita of South Africa. For mackerel: relative price of mackerel imported from Thailand and competitor countries. And For Squid and octopus: relative price of mackerel imported from Thailand and competitor countries and GDP per capita of South Africa.

The suggestions for this research is Thailand should learning this region and study to find why there is no stability in imported many canned seafood to this region.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ด้วยพระนามของอัลลอฮ์ผู้ทรงเมตตากรุณา มวลการสรรเสริญนั้นเป็นของพระองค์ผู้ทรงสร้างสรรค์และเป็นเจ้าของความรู้ทั้งปวง หากปราศจากอนุมัติของพระองค์แล้ว วิทยานิพนธ์เล่มนี้จักไม่ประสบผลสำเร็จ ตลอดการค้นคว้า หาข้อมูล ทำวิจัย ด้วยกับความเมตตาของพระองค์ ที่ทำให้ข้าพเจ้าผ่านพ้นอุปสรรคนานับประการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความช่วยเหลือ คำปรึกษา และข้อชี้แนะหลายประการจากท่านอาจารย์ รศ. จีรพรรณ กุลคิดจนกระทั่งทุกอย่างลุล่วงไปได้ นอกจากนี้ยังมีอาจารย์อีกหลายท่านที่ให้คำติชมเพื่อให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์ในการนำเสนอ ได้แก่ อาจารย์ ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ ภูเจริญ ประสิทธิ์ อาจารย์ รศ.ดร.ชลลดา หลวงพิทักษ์ อาจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธิ์ บุญยพลากร อาจารย์ ผศ.รศดา เวชฎาพันธุ์ ตลอดจนอาจารย์ทุกท่านในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่กรุณาประสาทความรู้ และให้ความช่วยเหลือที่อาจารย์ทั้งหลายมอบให้ด้วยความกรุณาให้ด้วยการสละเวลาอันมีค่ายิ่งนัก

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวผู้ให้ทั้งกำลังใจ และสนับสนุนเงินทุนอย่างล้นเหลือ ทั้งคุณพ่อ คุณแม่ ตลอดจนทุกคนในครอบครัว และญาติสนิทของครอบครัว คืออาจารย์สุดาพร มะหะหมัด ที่ช่วยแก้ไขในสิ่งที่ขัดข้องให้คลี่คลายลงไปได้

สุดท้ายหากสิ่งที่ย้ำเจ้าทำไป เป็นประโยชน์โดยที่พอพระทัยของพระองค์แล้ว ขอทรงโปรดทำให้ตราหิ้งของความดีของข้าพระองค์หนักขึ้นด้วยเถิด แต่หากผิดพลาดประการใดผู้เขียนขอรับไว้ ณ ที่นี้ และขอพระองค์ทรงโปรดอภัยให้ข้าพเจ้าด้วยเถิด

ปนัดดา เดวามัด

พฤษภาคม 2551

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
ขอบเขตการวิจัย	7
ประโยชน์ที่ได้รับ	9
วิธีการวิจัย	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	11
การตรวจเอกสาร	11
ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	14
แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย	22
สมมติฐานของแบบจำลอง	24
บทที่ 3 อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย	27
สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง	27
ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง	37
สภาพทั่วไปของประเทศที่ทำการศึกษา	41
สาธารณรัฐแอฟริกาใต้	41
สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์	46
สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย	48
บทที่ 4 อาหารฮาลาล	52
ความหมายของ”ฮาลาล”	52
มาตรฐานอาหารฮาลาล	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ประชากรมุสลิม	58
การรับรองฮาลาลในประเทศไทย	64
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์	69
สาธารณรัฐแอฟริกาใต้	70
สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์	81
สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย	90
บทที่ 6 สรุปและเสนอแนะ	101
สรุป	101
ข้อเสนอแนะ	103
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	105
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง	110
ภาคผนวก ข ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่น	
โดยเปรียบเทียบของอุปสงค์อาหารทะเลกระป๋อง	118
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อ	127
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	134

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าและปริมาณอาหารกระป๋องส่งออกปี พ.ศ. 2540 – 2549	3
2	มูลค่า สัดส่วน และอัตราการขยายตัวอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยปี พ.ศ. 2545-2548	5
3	มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องรายประเภทปีพ.ศ. 2544 – 2549	36
4	เปรียบเทียบมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป	56
5	การกระจายตัวของมุสลิม	59
6	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศแอฟริกาใต้	70
7	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไปประเทศแอฟริกาใต้	73
8	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาแมคเคอรอลไปประเทศแอฟริกาใต้	76
9	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม ไปประเทศแอฟริกาใต้	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหูฉลามไปประเทศอียิปต์	82
11	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาชาร์ดินไปประเทศอียิปต์	85
12	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาแมคเคอรอลไปประเทศอียิปต์	88
13	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหูฉลามไปประเทศลิเบีย	89
14	ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกชาร์ดินไปประเทศลิเบีย	92
15	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องจากไทยไปประเทศคู่อ่า	96
ตารางผนวกที่		
1	ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง	109
2	ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากไปประเทศอียิปต์ พ.ศ. 2535 – 2549	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
3	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ ประชากรต่อคนของประเทศอียิปต์ พ.ศ. 2535 – 2549	118
4	ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันไปประเทศลิเบีย พ.ศ. 2535 – 2549	119
5	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ ประชากรต่อคนของประเทศลิเบีย พ.ศ. 2535 – 2549	120
6	ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่งกันไปประเทศแอฟริกาใต้ พ.ศ. 2535 – 2549	121
7	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ ประชากรต่อคนของประเทศแอฟริกาใต้ พ.ศ. 2535 – 2549	122
8	สถิติอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทย พ.ศ. 2535 – 2549	124

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกปลาทุ่นกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	32
2	มูลค่าการส่งออกปลาจารดินกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	32
3	มูลค่าการส่งออกปลากระป๋อง อื่น ๆ ซึ่งเป็นทั้งหมดหรือชิ้นส่วนของ แซลมอน แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	33
4	มูลค่าการส่งออกปลากระป๋องอื่น ๆ เป็นทั้งหมดหรือชิ้นส่วนของแม็ค เคอรอล แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	33
5	มูลค่าการส่งออกปูกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	34
6	มูลค่าการส่งออกกุ้งกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	34
7	มูลค่าการส่งออกหอยลายบรรจุภาชนะอัดลม ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	35
8	มูลค่าการส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549	35
9	ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง (กุ้ง ปลาหมึก ปลา หอย ปู สัตว์น้ำอื่น ๆ)	38
10	กฎหมาย/ระเบียบขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องโดยสรุป	39

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
11	ตราฮาลาล	54
12	การกระจายตัวของประชากรมุสลิม	59
13	ความเป็นไปได้ในการส่งออกอาหารฮาลาล	62

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความพร้อมด้านวัตถุดิบทางการเกษตรอีกทั้งศักยภาพในการพัฒนารูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาดโลก ส่งผลให้ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

อุตสาหกรรมอาหารปัจจุบันถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504) เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนน้อย ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นสำคัญมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งเป็นทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ภายในประเทศ และพึ่งพาการนำเข้าต่ำ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดกิจกรรมการผลิตอื่น ๆ เช่น การผลิตกระป๋อง การจ้างแรงงาน และที่สำคัญคือเป็นแหล่งรองรับผลผลิตทางการเกษตรอีกด้วย

อุตสาหกรรมอาหาร หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลการผลิตจากภาคเกษตรซึ่งได้แก่ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมงมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมงโดยผ่านกระบวนการแปรรูปขึ้นต้น หรือขึ้นกลางเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือขึ้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ, 2541)

สินค้าส่งออกอุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญของไทย คือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป โดยเฉพาะกุ้งสดแช่แข็ง ซึ่งจากตารางที่ 1 พบว่าในปี 2540 สัตว์น้ำทะเลกระป๋องมีมูลค่าส่งออกมากที่สุดที่ รองลงมาคือ ปลากระป๋อง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 29,966.22 และ 18,635.87 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับตลาดการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยได้แก่ อเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป อาเซียน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่มากที่สุด ส่วนตลาดใหม่ที่ปริมาณส่งออกเป็นประจำอยู่แล้วและมีแนวโน้มดีขึ้น ได้แก่กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออก นิวซีแลนด์และออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา ซึ่งในปี พ.ศ. 2548 สินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทยไปทวีปแอฟริกา ได้แก่ ข้าว รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป ผลิตภัณฑ์พลาสติก เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ และผ้าผืน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามปัจจุบันมาตรการกีดกันทางการค้าที่เป็นภาษีและมิใช่ภาษีส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งต้นทุนในการทำประมงสูงขึ้นทำให้วัตถุดิบอย่างสัตว์น้ำมีราคาสูงขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลก ดังนั้นการหาตลาดใหม่เพื่อรองรับสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อขยายตลาดส่งออกสินค้าให้เพิ่มสูงขึ้น

จากตารางที่ 2 กลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกา ถือเป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋อง แม้มีมูลค่าไม่มากนักแต่จัดว่าเป็นตลาดใหม่ที่มีความน่าสนใจ ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปกลุ่มประเทศแอฟริกาจึงเป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาการส่งออกของไทยให้มีศักยภาพมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าฮาลาล ซึ่งหมายถึงอาหารที่ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามและต้องไม่มีส่วนประกอบที่เป็นสิ่งต้องห้าม เช่น เลือด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สัตว์บางชนิดเช่น หมู งาม เป็นต้น (มนตรี สิงหواره, 2542) เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในประเทศนี้นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งหากประเทศไทยสามารถพัฒนาอาหารฮาลาลเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวได้ก็จะถือเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการส่งเสริมการส่งออกในอนาคต

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปี	ปลากระป๋อง	สัตว์น้ำทะเลกระป๋อง	สับประรดกระป๋อง	ผลไม้กระป๋องอื่นๆ	อาหารกระป๋องเบ็ดเตล็ด	รวม
2546 มูลค่า	29,567.59	5,131.66	10,751.45	5,042.36	5,593.65	56,086.71
ปริมาณ	370,166.50	20,134.26	449,593.80	147,628.80	192,851.60	1,180,374.96
2547 มูลค่า	31,331.69	5,142.39	11,165.01	5,644.43	5,603.31	58,886.83
ปริมาณ	356,084.20	18,796.29	451,420.90	159,151.00	197,569.50	1,183,021.89
2548 มูลค่า	38,758.59	4,829.94	12,042.14	6,259.50	6,630.43	68,520.60
ปริมาณ	414,678.40	15,245.57	483,070.90	169,641.00	226,279.30	1,308,915.17
2549 มูลค่า	42,886.50	4,373.29	13,338.80	6,242.79	7,333.89	74,175.27
ปริมาณ	462,056.20	14,810.40	591,713.10	171,990.20	276,866.70	1,517,436.60

ที่มา: กรมศุลกากร (2550)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยปี พ.ศ. 2545-2548

(มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ประเทศ	2545	2546	2547	2548 (ม.ค-พ.ย)
1. สหรัฐอเมริกา	304.09	364.16	397.32	405.79
2. ญี่ปุ่น	207.4	211.47	253.89	237.38
3. ออสเตรเลีย	70.83	86.03	98.37	106.46
4. แคนาดา	71.21	68.67	79.56	80.73
5. สหราชอาณาจักร	49.37	54.6	53.95	56.12
6. ลิเบีย	14.23	22.57	34.86	46.28
7. อิตาลี	35.56	37.92	32.13	44.63
8. เยอรมนี	19.23	19.47	16.92	40.24
9. ซาอุดีอาระเบีย	30	27.27	34.34	35.71
10. ฝรั่งเศส	18.75	24.56	21.68	28.33

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ประเทศ	2545	2546	2547	2548 (ม.ค-พ.ย)
11. อิตาลี	15.68	15.55	13.58	26.48
12. อิสราเอล	17.34	20.98	20.38	20.77
13. ส่องกง	20.93	19.71	20.39	19.73
14. เนเธอร์แลนด์	15.42	13.24	11.85	19.36
15. มาเลเซีย	14.49	16.3	19.32	18.43
16. สวิตเซอร์แลนด์	8.1	16.02	14.62	17.44
17. สิงคโปร์	17.59	17.68	16.4	15.38
18. แอฟริกาใต้	6.66	11.25	13.59	15.13
19. นิวซีแลนด์	10.92	11.37	14.08	14.58
20. สหรัฐอเมริกา	9.51	9.02	11.47	13.27

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2549)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง
2. เพื่อศึกษาพื้นฐานอาหารฮาลาล ความสำคัญ และสถานการณ์อาหารฮาลาล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยและความยืดหยุ่นของอุปสงค์เปรียบเทียบของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยและจากประเทศคู่แข่งอื่น ไปประเทศอียิปต์ แอฟริกาใต้และสาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย

ขอบเขตการวิจัย

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ทำการศึกษา หมายถึง

ราคาสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่น โดยเปรียบเทียบ (ดอลลาร์สหรัฐ)

จำนวนประชากรของประเทศที่ทำการศึกษา (คน)

รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศที่ทำการศึกษา (ดอลลาร์สหรัฐ)

อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทย (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ)

2. การศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าในทวีปแอฟริกาที่สำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ และสาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย

3. อาหารทะเลกระป๋องหมายถึงอาหารทะเลที่ประกอบด้วย ทูน่ากระป๋อง ชาร์ดินีกระป๋อง ปลากระป๋อง อื่น ๆ ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม โดยแยกตามรหัสพิกัดรายสินค้าของกรมศุลกากรที่มีรหัสรายการสินค้าเดียวกันทั่วโลก รหัส Harmonized System หรือ HS ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้อาหารทะเลกระป๋องมีรหัสรายการสินค้าประกอบด้วยรหัสสิบหลักของรายการสินค้านี้

ทูน่ากระป๋อง รหัส HS 1604140100

ซาร์ดีนกระป๋อง รหัส HS 1604130104

ปลากระป๋อง อื่น ๆ รหัส 1604110007 เป็นทั้งหมดหรือชิ้นส่วนของแซลมอน แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ และ HS 1604150000 เป็นทั้งหมดหรือชิ้นส่วนของแม็กเคอรอล แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ

ปลูกระป๋อง รหัส HS 1605100001

กุ้งกระป๋อง รหัส HS 1605200003

หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม รหัส HS 1605900114

ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม รหัส 1605900210

แต่ทั้งนี้เนื่องจากในบางประเภทสินค้า ไม่มีสถิติพอเพียงพอต่อการหาความสัมพันธ์เชิงเส้น ดังนั้น จะทำการศึกษาในประเภทสินค้าที่มีสถิติส่งออกเพียงพอต่อการหาความสัมพันธ์ อัน ได้แก่

สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ได้แก่

- ปลาทูน่ากระป๋อง
- ปลาซาร์ดีนกระป๋อง
- ปลาแม็กเคอรอลกระป๋อง
- ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม

สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ ได้แก่

- ปลาทูน่ากระป๋อง
- ปลาซาร์ดีนกระป๋อง
- ปลาแม็กเคอรอลกระป๋อง

สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย ได้แก่

- ปลาทุ่นกระป๋อง
- ปลาซาร์ดีนกระป๋อง

4. การศึกษาปัจจัยอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง เฉพาะประเทศไทยไปประเทศที่ทำการศึกษา โดยใช้ข้อมูลทศวรรษในอดีตเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 - 2549

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อพัฒนาด้านการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องจากข้อมูลทั่วไปของสภาพทั่วไป สภาพตลาดของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง
2. เพื่อเป็นแนวทางในการเปิดตลาดใหม่ๆ ในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง โดยพิจารณาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปประเทศในทวีปแอฟริกา
3. เพื่อวางนโยบายในการขยายการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าได้ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

วิธีการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ในการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องจะศึกษาสภาพทั่วไปของ สภาพตลาด นโยบายต่าง ๆ ของรัฐ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของประเทศต่าง ๆ ที่นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลไทย เช่น กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้า และในส่วนต่างประเทศนั้น จะศึกษาสภาพทั่วไปของประเทศที่ทำการศึกษาจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศนั้น ๆ

1.2 การศึกษาเกี่ยวกับอาหารฮาลาล จะศึกษาหลักการ กระบวนการในการผลิตและประกอบอาหารฮาลาล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการ ได้แก่ กรมศุลกากร สถาบันอาหาร ข้อมูลด้านอาหารฮาลาล รวบรวมจากศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

1.3 ข้อมูลสถิติของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องรวบรวมจากกรมศุลกากร และข้อมูลสถิตินำเข้าของประเทศที่ทำการศึกษามาจากประเทศคู่แข่งรวบรวมจากองค์กร United Nation ส่วนข้อมูลพื้นฐานแต่ละประเทศรวบรวมจาก The World Bank Group

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อผลกระทบต่อการอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องไปยังผู้นำเข้าที่ได้ทำการศึกษา เมื่อปัจจัยต่าง ๆ ในประเทศผู้นำเข้ามีการเปลี่ยนแปลง โดยการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยไปในประเทศในทวีปแอฟริกา ได้แก่ สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย และสาธารณรัฐแอฟริกาใต้โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบจำลอง Multiple Regression Analysis ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร และแนวคิดทางทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

สุดาพร มะหะหมัด (2541) วิเคราะห์การส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยกรณีศึกษาอุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศตะวันออกกลาง โดยศึกษาเฉพาะประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบียและคูเวต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาด เมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบเชิงถดถอยในรูปกำลังสองน้อยที่สุด ซึ่งผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็ง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทต่างกันในแต่ละประเทศ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้า รวมถึงรสนิยมของประชากรในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ประเทศซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย

มนตรี สิงหะวาระ (2542) ศึกษาการวิเคราะห์เสถียรภาพและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของสินค้าไทยไปกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง พบว่าสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านราคา ได้แก่ สินค้าข้าว ผ้าฝ้าย เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไก่และเป็ดแช่เย็นแช่แข็ง ท่อเหล็กและข้อต่อ สินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านราคา ได้แก่ สินค้าอาหารทะเล ผลไม้กระป๋อง พลาสติก รองเท้าและชิ้นส่วน ตู้เย็นตู้แช่แข็ง

หม้อเบตเตอร์ เฟอร์นเจอร์ เครื่องปรับอากาศและยางพารา และสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากสินค้าที่เป็นต้องการของตลาดตะวันออกกลาง ได้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และน้ำตาลทราย

อลิสรา จันท์ขาว (2543) ทำการศึกษาแนวโน้มและปัจจัยที่ผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารฮาลาลของไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋อง โดยทำการศึกษาเฉพาะการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง 3 ประเทศ คือ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ประเทศสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก และประเทศจอร์แดน โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารฮาลาลกรณีอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทยโดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงเส้น และประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดโดยใช้ข้อมูล ทศนิยมในอดีตเป็นรายปีระหว่างปี พ.ศ. 2522 – 2541 และศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขยายตัวของ การส่งออกอาหาร ฮาลาล ของไทยกรณีอาหารทะเลกระป๋อง ในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ โดยใช้แบบจำลอง Constant Market Share – CMS โดยใช้ข้อมูล 2 ช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2533 – 2536 และ ปี พ.ศ. 2537 – 2540 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งของไทยในกลุ่มตะวันออกกลาง 3 ประเทศพบว่าปัจจัยที่มีต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ ได้แก่ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาอาหารทะเลกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งของไทย รายได้ประชาชาติของประเทศผู้นำเข้า จำนวนประชากรของประเทศผู้นำเข้า และแนวโน้มการนำเข้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเวลาเช่นเดียวกันทั้ง 3 ประเทศ สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในประเทศผู้นำเข้า 3 ประเทศพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในประเทศซาอุดีอาระเบียมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันที่เป็นจริง ประเทศสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก ได้แก่ อัตราการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของโลกไปสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก และจอร์แดน ได้แก่ อัตราการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของโลกไปประเทศจอร์แดน ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงและการปรับการส่งออกผิดพลาดทำให้การขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปประเทศจอร์แดนลดลง

ยะหรีน มะสกุล (2543) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย พบว่าช่วงปี พ.ศ. 2531 -

2534 และปี พ.ศ. 2535 – 2538 ปีจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลงของมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยคือผลจากการแข่งขัน ส่วนการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกุ้งกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2536 -2537 เปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2538 – 2539 พบว่าปีจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกมากขึ้นคือผลจากการขยายตัวของการส่งออกโลก ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2539 -2540 เปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2540 – 2541 พบว่าปีจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกมากขึ้นคือผลจากการแข่งขัน ส่วนผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปูกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2531 -2534 เปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2535 – 2538 พบว่าปีจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลงคือ ผลจากการกระจายตลาด ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2539 -2540 เปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2540 – 2541 พบว่าปีจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้นคือผลจากการแข่งขัน

นนธิยา กัมพลานนท์ (2543) ศึกษาการตลาดอุตสาหกรรมอาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยเก็บแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าผู้บริโภครู้และผู้ค้าปลีกมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย และต้องการให้มีความสะอาดปลอดภัยในการบริโภค เครื่องหมายฮาลาลต้องมีความชัดเจนและสังเกตง่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การผลิตตามข้อกำหนดของศาสนาอย่างเคร่งครัด ด้านราคาผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคมีความคิดเห็นในการตั้งราคาควรสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้บริโภคต้องการให้เพิ่มสถานที่การจัดจำหน่าย โดยต้องการให้จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าปลีกมีความต้องการให้กระจายสินค้า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีเงื่อนไขแรกเข้าที่ผู้ประกอบการเข้าถึงยาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภค ผู้ค้าปลีกและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในด้านขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

จากการตรวจสอบเอกสารพบว่ามีการศึกษาแนวโน้มและปีจัยที่ผลกระทบต่อการค้าของของไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางแต่ยังไม่มีการศึกษาหาปีจัยที่มีผลกระทบต่ออาหารทะเลกระป๋องไปตลาดใหม่อันได้แก่ กลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกา ซึ่งคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ประเทศอียิปต์ สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย และแอฟริกาใต้ ตามทฤษฎีอุปสงค์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบของ Armington ซึ่งสุดาพร มะหะหมัด (2541) นำมาใช้ในการวิเคราะห์การค้าส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยตะวันออกกลาง เพื่อศึกษาหาปีจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบ

ความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาด เมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบเชิงถดถอยในรูปกำลังสองน้อยที่สุด

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีทางอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ราคาค่าต่าง ๆ ของสินค้าชนิดนั้น หรือ ณ ระดับรายต่าง ๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาค่าต่าง ๆ ของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

จากนิยามข้างต้น เราสามารถแบ่งอุปสงค์ได้เป็น 3 ชนิด

1. อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand)
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (Cross

Demand)

โดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคชนิดหนึ่งชนิดใด ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (Quantity Demand) เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. ราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยทั่วไปถ้าสินค้าและบริการชนิดนั้นราคาสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง

2. ราคาสินค้าและบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคอาจบริโภคสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นเพิ่มขึ้น

3. จำนวนผู้บริโภคในตลาด เมื่อประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการในด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ จะเพิ่มตามไปด้วย และต้องมีอำนาจซื้อด้วย จึงจะสามารถซื้อสินค้ามากขึ้น

4. ระดับรายได้ของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมสามารถซื้อสินค้าได้ในจำนวนที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ เพราะมีอำนาจในการซื้อสูงกว่า

5. รสนิยมของผู้บริโภคหรือค่านิยมของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงความนิยมของผู้บริโภคในสังคม ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจได้ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจบางแห่งจึงยอมลงทุนจำนวนมหาศาลในการโฆษณา เพื่อหวังในการเปลี่ยนแปลงค่านิยม หรือมีจะนั้นก็รักษาค่านิยมในสินค้าให้คงเดิม

อุปสงค์ของสินค้าแต่ละชนิดจะสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้ต่างกัน การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์หรือปริมาณซื้อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวผันแปรหรือปัจจัยดังกล่าวซึ่งเรียกว่า “ความยืดหยุ่นของอุปสงค์” (Elasticity of Demand) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิดดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2534)

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าซึ่งแสดงเป็นสูตรเบื้องต้นได้ดังนี้

$$E_d = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ (Q)}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า (P)}}$$

$$= \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta P}$$

ขนาดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์นี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (Perfectly Inelastic Demand)
2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (Relatively Inelastic Demand)
3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับหนึ่ง (Unitary Elastic Demand)
4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (Relatively Elastic Demand)

5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด (Perfectly Elastic Demand)

ขนาดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคาดังกล่าว ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับรายได้รวม ซึ่งรายได้รวมนั้นหาได้จากราคาสินค้าต่อหน่วยคูณด้วยปริมาณที่จำหน่ายทั้งหมด แต่เนื่องจากราคาและปริมาณมีความสัมพันธ์ตรงกันข้าม ดังนั้นการที่ราคาเปลี่ยนแปลงอาจจะมีผลกระทบต่อรายได้รวมของผู้จำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าในระดับราคาต่าง ๆ กัน นั่นคือ รายได้รวมขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคานั้นเอง

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ (Income Elasticity)

$$\begin{aligned}
 E_i &= \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ (Q)}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้ (Y)}} \\
 &= \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{Y}{\Delta Y}
 \end{aligned}$$

โดยทั่วไปการบริโภคจะเพิ่มขึ้น นั่นคือความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อจะมีทิศทางเดียวกันจึงจัดว่าเป็นสินค้าปกติ จะมีเครื่องหมายเป็นบวก แต่กรณีสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ผู้บริโภคมักจะบริโภคจำนวนน้อยลงเมื่อรายได้ของเขาเพิ่มขึ้นจะมีเครื่องหมายเป็นลบ

3. ความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ (Cross Elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทนมีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา

$$\begin{aligned}
 E_c &= \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาของสินค้า Y}} \\
 &= \frac{\Delta Q_x}{Q_x} \times \frac{P_y}{\Delta P_y}
 \end{aligned}$$

การพิจารณาความยืดหยุ่นไขว้นอกจากคู่มือที่ค่าสมบูรณ์แล้ว ยังพิจารณาเครื่องหมายด้วย ถ้าหาก E_c เป็นบวก แสดงว่าสินค้า x และ y เป็นสินค้าที่ใช้แทนกัน (Substitution Goods) ถ้าค่า E_c เป็นลบ แสดงว่าสินค้า x และ y เป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ควบคู่กัน (Complementary)

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มีประโยชน์อย่างมาก ในการกำหนดนโยบายการค้าการลงทุน โดยเฉพาะในการกำหนดราคาสินค้าและการคำนวณหาแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ของปริมาณการซื้อของผู้บริโภคการศึกษาในครั้งนี้ จะนำทฤษฎีอุปสงค์ มาประกอบการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศผู้นำเข้าที่ทำการค้า ซึ่งมีผลมาจากปัจจัยสำคัญ ๆ หลายปัจจัย

นอกจากนี้ยังมีงานชิ้นสำคัญที่เกี่ยวกับการอธิบายการผลิตสินค้าบริโภคของ Paul S. Armington (1969) โดยงานของ Armington ใช้พื้นฐานทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวว่า “ฟังก์ชันอุปสงค์จะเกิดขึ้นเมื่อประเทศผู้ซื้อมีอำนาจซื้อ และพอใจในตัวสินค้าและราคาสินค้านั้น” นั่นคือแสดงถึงความพอใจสูงสุด (Maximizing Utility) ของประเทศผู้ซื้อถูกจำกัดด้วย ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณรายได้และราคาเปรียบเทียบ (Relative Price)

1. ข้อสมมติของตัวแปรตาม Marginal Rate of Substitution ระหว่างสินค้าชนิดเดียวกันแต่ผลิตในแต่ละแห่งจะเป็นอิสระจากสินค้าชนิดอื่น ๆ นั่นคือการซื้อสินค้าที่แตกต่างกันในตลาดหนึ่งจะต้องไม่กระทบต่อการซื้อในตลาดอื่น ๆ

2. ข้อสมมติที่กำหนดให้ความสัมพันธ์ของตัวแปรในสมการอุปสงค์ที่กำหนดขึ้นมีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรงและเป็น Homogeneous แสดงว่าส่วนแบ่งตลาดจะขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบกับผลผลิตเท่านั้นจะไม่ขึ้นกับขนาดของตลาด

สำหรับการประมาณค่า Armington ได้เพิ่มเงื่อนไขข้อสมมติขึ้น 2 ข้อ คือ

1. ความยืดหยุ่นของการทดแทนกันในแต่ละสินค้ามีค่าคงที่
2. ความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างผลผลิตสองชนิดมีค่าเท่ากันระหว่างคู่ของผลผลิตที่แข่งขันในทุกตลาด

โดยเงื่อนไขของ Constant Elasticity of Substitution (CES) เป็นเงื่อนไขที่สอดคล้องกับข้อสมมติดังกล่าว

จากแบบจำลอง Armington กำหนดให้ระบบเศรษฐกิจมีสินค้าหลายชนิด และในแต่ละชนิดจะแบ่งส่วนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งศึกษาการทดแทนกันของสินค้าโดยพิจารณาความยืดหยุ่นของการทดแทน สุดาพร มะหะหมัด (2541, 15-20) และอลิศรา จันทร์ขาว (2543, 12-41) นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือไทยและประเทศคู่แข่งของไทย โดยสินค้าที่ผลิตจากแหล่งผลิตที่ต่างกันไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่ง ๆ ที่เป็นฟังก์ชันของรายได้และราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ ที่มีแหล่งผลิตที่ต่างกัน และราคาสินค้าอื่น ๆ ที่มีแหล่งผลิตต่างกัน นอกจากนี้ราคาสินค้าชนิดเดียวกันที่มีแหล่งผลิตต่างกัน (หรืออาจพิจารณาในรูปราคาเปรียบเทียบ) สามารถบอกถึงการทดแทนของสินค้านั้น ๆ ว่ามีมากน้อยเพียงใด รูปแบบฟังก์ชันที่สอดคล้องกับการศึกษาคือรูปแบบ Constant Elasticity of Substitution โดยสามารถพิจารณาได้ดังนี้คือ

$$U = U(Q_1, Q_2, \dots, Q_n) \quad \dots 1$$

โดยที่

$$Q \quad \text{คือ} \quad Q(T, C) \quad \dots 2$$

T คือ ปริมาณสินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทย

C คือ ปริมาณสินค้าที่นำเข้าจากประเทศคู่แข่งของไทย

จากสมการข้อที่ 2 ที่มีข้อสมมติว่า Marginal Rate of Substitution ระหว่างสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งเป็นอิสระจากปริมาณบริโภคสินค้าอื่น ซึ่งผู้บริโภคจะจัดสรรการจ่ายเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกจะนำไป

เพื่อแสวงหาอรรถประโยชน์สูงสุด โดยขึ้นอยู่กับข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ คือ ตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เช่น อาหารทะเลกระป๋องว่าจะบริโภคสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทย และที่ผลิตจากประเทศคู่แข่งกันในสัดส่วนที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำสุด ซึ่งสามารถแสดงได้ตามตัวแบบดังนี้

$$\text{Min } P_t T + P_c C = Y \quad \dots 3$$

ภายใต้ข้อจำกัดของฟังก์ชันการบริโภคสินค้า Composite

$$Q = Q(T, C) \quad \dots 4$$

โดยที่ Y = ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้า

P_t และ P_c เป็นราคาของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งตามลำดับ

ใช้ Lagrangean Function จะได้

$$L = P_t T + P_c C + \lambda (Q - Q(T, C)) \quad \dots 5$$

กำหนดให้เท่ากับ 0 ตามเงื่อนไขของ Minimize Expenditure

$$\partial L / \partial T = P_t - \lambda \cdot \partial Q / \partial T = 0 \quad \dots 6$$

$$\partial L / \partial C = P_c - \lambda \cdot \partial Q / \partial C = 0 \quad \dots 7$$

$$\partial L / \partial \lambda = Q - Q(T, C) = 0 \quad \dots 8$$

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า

$$P_t = \lambda (\partial Q / \partial T)$$

$$P_c = \lambda (\partial Q / \partial C)$$

ภายใต้เงื่อนไขของตลาดแข่งขันสมบูรณ์และสมมติว่า Q เป็น Homogeneous of Degree One เมื่อใช้ Euler's Theorem ได้ว่า

$$Q = T (\partial Q / \partial T) + C (\partial Q / \partial C) \quad \dots 9$$

แทนค่าสมการที่ 6 และ 7 ลงในสมการที่ 9 จะได้

$$\lambda_Q = P_T T + P_C C \quad \dots 10$$

$$\text{หรือ } \lambda = (P_T T + P_C C) / Q \quad \dots 11$$

$$\text{จากสมการ 3 } P_T T + P_C C = Y \text{ หรือ } P_T T + P_C C = P \cdot Q \quad \dots 12$$

นำสมการ 11 หาคำด้วย 12

$$\lambda / P = 1$$

$$\lambda = P$$

ดังนั้นตัวทวี Lagrangean (λ) ก็คือราคา P นั่นเอง

ภายใต้ข้อสมมติความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างสินค้าบริโภคที่ผลิตจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งนั้นมีค่าคงที่ ดังนั้นรูปแบบสมการที่สอดคล้องกับข้อสมมติคือ CES ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับฟังก์ชันของปริมาณสินค้าได้ดังนี้

$$Q = A(a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1/r} \quad \dots 13$$

โดยที่ A = พารามิเตอร์แสดงประสิทธิภาพ (Efficiency Parameter) หรือเป็นตัวเลื่อนฟังก์ชัน

$a_1 a_2$ = พารามิเตอร์แสดงส่วนแบ่ง (Distribution Parameter) ของ T และ C

ตามลำดับ

r = พารามิเตอร์แสดงการทดแทนกัน (Substitution Parameter) ซึ่งเท่ากับ $(1/\sigma) - 1$

โดยที่ σ คือความยืดหยุ่นของการทดแทนกันมีค่าคงที่

จากสมการที่ 8 ถ้าอนุพันธ์บางส่วนของ Q เมื่อเทียบกับ T และ C ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \partial Q / \partial T &= A(-1/r)[a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r}]^{(-1/r)-1} a_1 (-r) T^{-r-1} \\ &= a_1 Q T^{-(r+1)} (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1} \end{aligned} \quad \dots 14$$

$$\begin{aligned} \partial Q / \partial C &= A(-1/r)[a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r}]^{(-1/r)-1} a_2 (-r) C^{-r-1} \\ &= a_2 Q C^{-(r+1)} (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1} \end{aligned} \quad \dots 15$$

แทนในสมการที่ 14 และ 15 ลงในสมการที่ 6 และ 7

$$P_t = \lambda[a_1 Q T^{-(r+1)} \cdot (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1}] \quad \dots 16$$

$$P_c = \lambda[a_2 Q C^{-(r+1)} \cdot (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1}] \quad \dots 17$$

จากสมการที่ 16

$$T^{r+1} = \lambda a_1 Q (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1} P_T^{-1} \quad \dots 18$$

จากสมการที่ 17

$$C^{r+1} = \lambda a_2 Q (a_1 T^{-r} + a_2 C^{-r})^{-1} P_C^{-1} \quad \dots 19$$

นำสมการ 18/19

$$\begin{aligned} (T/C)^{r+1} &= (a_1/a_2) \cdot (P_t/P_c) \\ T/C &= [(a_1/a_2) \cdot (P_t/P_c)]^{\sigma} \\ T/C &= [(a_2/a_1)^{\sigma} \cdot (P_t/P_c)^{\sigma}] \end{aligned}$$

เมื่อ $\sigma = 1/(r+1)$

$$\begin{aligned} \ln(T/C) &= \sigma \ln(a_2/a_1) + \sigma \ln(P_t/P_c) \\ &= \sigma \ln(a_2/a_1) - \sigma \ln(P_t/P_c) \end{aligned}$$

$$\ln(T/C) = \alpha + \beta \ln(P_t/P_c) \quad \dots 20$$

$$\begin{aligned} \text{โดยที่ } \alpha &= \sigma \ln(a_2/a_1) = \text{ค่าคงที่} \\ \beta &= -\sigma = \text{ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน} \end{aligned}$$

จากสมการที่ 18 ได้ปรับตัวแบบในสมการใหม่ โดยเพิ่มบทบาทของตัวแปรอื่น ๆ เช่น รายได้ จำนวนประชากร ซึ่งเป็นการยอมให้อิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยไม่เท่ากับอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้นำการศึกษาของ Leamer and Stern (1970) มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาครั้งนี้ จึงปรับสมการที่ 16 ใหม่ โดยเพิ่มปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวไว้แล้วดังนี้

$$\ln(q_{it}/q_{wt}) = \alpha + \beta_1 \ln(p_{it}/p_{wt}) + \beta_2 \ln(\text{Pop}_{it}) + \beta_3 \ln(\text{gdp}_{it}) + \beta_4 \ln(\text{REX})$$

โดยที่ β_0 = ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างอาหารทะเลกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

β_1 = ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นต่อจำนวนประชากรของการนำเข้าจากทั้งสองแหล่ง

β_2 = ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นต่อรายได้ของการนำเข้าจากทั้งสองแหล่ง

β_3 = ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยจากการนำเข้าจากทั้งสองแหล่ง

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

จากทฤษฎีอุปสงค์ที่กล่าวมาข้างต้น จะใช้ทฤษฎีอุปสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยในประเทศที่ทำการศึกษา โดยใช้วิธีวิเคราะห์อุปสงค์โดยเปรียบเทียบ (Relative Demand) ระหว่างการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งของประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ โดยใช้วิธี Ordinary Least Square ในการประมาณการซึ่งแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งของกลุ่มประเทศในแอฟริกามีดังนี้

$$Q_{it} = f(P_{it}, Pop_{it}, GDP_{it}, REX, U_{it})$$

ดังนั้นแบบจำลองอุปสงค์แสดงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่ค้าคือ

$$\ln(q_{ijt}/q_{cijt}) = \alpha + \beta_0 \ln(p_{ijt}/p_{cijt}) + \beta_1 \ln(Pop_{it}) + \beta_2 \ln(GDP_{it}) + \beta_3 \ln(REX) + U_{ijt}$$

โดยให้

q_{ijt}/q_{cijt} คือปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องแต่ละประเภท (j) ของประเทศคู่ค้า (i) จากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในปีที่ t มีหน่วยเป็น กิโลกรัม

p_{ijt}/p_{cijt} คือ ราคาส่งออก F.O.B. อาหารทะเลกระป๋องแต่ละประเภท (j) จากประเทศไทย ไปยังประเทศคู่ค้า (i) เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในปีที่ t มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อกิโลกรัม

Pop_{it} คือ จำนวนประชากรของประเทศคู่ค้าที่ทำการศึกษา (i) ในปี t (คน)

GDP_{it} คือ รายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อคนของประชากรของประเทศคู่ค้า (i) ในปี t มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อคน

REX คือ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีหน่วยเป็นบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

U_{ijt} = ค่าความคลาดเคลื่อนปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่ค้า (i) ในปี t

โดยที่ i = eg หมายถึงประเทศอียิปต์

i = lb หมายถึงประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย

i = sa หมายถึงประเทศแอฟริกาใต้

และอาหารทะเลกระป๋องซึ่งประกอบไปด้วย

j = 1 ทูน่ากระป๋อง รหัส HS 1604140100

j = 2 ซาร์ดีนกระป๋อง รหัส HS 1604130104

j = 3 ปลากระป๋อง อื่น ๆ รหัส 1604110007 เป็นทั้งหมดหรือขึ้นส่วนของแซลมอน แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ และ

j = 4 ปลากระป๋องอื่น ๆ รหัส HS 1604150000 เป็นทั้งหมดหรือขึ้นส่วนของแม็กเคอเรล แต่ไม่ได้หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ

j = 5 ปลากระป๋อง รหัส HS 1605100001

$j = 6$ กุ้งกระป๋อง รหัส HS 1605200003

$j = 7$ หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม รหัส HS 1605900114

$j = 8$ ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม รหัส HS 1605900210

$t =$ เวลา

$\alpha =$ ค่าคงที่

$\beta_0 =$ ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างอาหารทะเลกระป๋องที่นำเข้าจากไทยและประเทศคู่แข่ง

$\beta_1 =$ ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นต่อจำนวนประชากรของประเทศ i ของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง

$\beta_2 =$ ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่อคนของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศ i จากประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง

$\beta_3 =$ ค่าความแตกต่างระหว่างความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทย

สมมติฐานของแบบจำลอง

การทดสอบผลของปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยในอียิปต์ สาธารณรัฐอาหรับลิเบีย และแอฟริกาใต้ ได้กำหนดสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย (p_{ijt}/p_{cijt}) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่ค้าที่ทำการศึกษา (q_{ijt}/q_{cijt}) โดย

$\beta_0 > 0$ แสดงว่าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทดแทนกันไม่ได้

$\beta_0 < 0$ แสดงว่าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกันทดแทนกันได้

2. $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ แสดงว่าอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นที่มีผลต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศ i ซึ่งมีการนำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกันมีค่าเท่ากัน

และ ถ้า $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 การเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรของประเทศอียิปต์ สาธารณรัฐอาหรับลิเบีย และแอฟริกาใต้ (Pop_{it}) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่ค้าที่ทำการศึกษา (q_{ijt}/q_{cijt}) โดย

$\beta_1 > 0$ นั่นคือเมื่อจำนวนประชากรของประเทศ i มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศ i มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยมากกว่าประเทศคู่แข่งกันโดยเปรียบเทียบ และถ้าจำนวนประชากรของประเทศ i ลดลง ส่งผลให้มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องลดลงโดยมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยลดลงมากกว่าโดยเปรียบเทียบ

$\beta_1 < 0$ นั่นคือเมื่อจำนวนประชากรของประเทศ i มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศ i มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากทั้งประเทศไทยและคู่แข่งกันเพิ่มขึ้น โดยมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศคู่แข่งกันมากกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าจำนวนประชากรของประเทศ i มีการเปลี่ยนแปลงลดลง จะทำให้การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง โดยจะนำเข้าจากประเทศคู่แข่งกันน้อยกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ

2.2 การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศในอียิปต์ สาธารณรัฐอาหรับลิเบีย และแอฟริกาใต้ (GDP_{it}) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศที่ทำการศึกษา (q_{ijt}/q_{cijt}) โดย

$\beta_2 > 0$ นั่นคือ ในกรณีที่รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศ i เพิ่มขึ้น จะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยมากกว่าประเทศคู่แข่งกันโดยเปรียบเทียบ และในกรณีที่

รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศ i ลดลง ประเทศ i จะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยลดลงมากกว่าประเทศคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบ

$\beta_2 < 0$ นั่นคือ ในกรณีที่รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศ i เพิ่มขึ้น จะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศคู่แข่งมากกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ และในกรณีที่รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศ i ลดลง ประเทศ i จะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ

2.3 การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REX) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง (q_{ijt}/q_{cijt}) ของประเทศที่ทำการศึกษา โดย

$\beta_3 > 0$ นั่นคือเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก (ไทย) มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศ i มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยมากกว่าประเทศคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบ และถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง ส่งผลให้มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องลดลงโดยมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยลดลงมากกว่าโดยเปรียบเทียบ

$\beta_3 < 0$ นั่นคือเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก (ไทย) มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ประเทศ i มีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากทั้งประเทศไทยและคู่แข่งเพิ่มขึ้น โดยมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศคู่แข่งมากกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงลดลง จะทำให้การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องโดยจะนำเข้าจากประเทศคู่แข่งน้อยกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ

บทที่ 3

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง

การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (2503-2508) แต่ในช่วงนั้นการส่งเสริมการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องยังไม่ได้รับความสนใจ เนื่องจากรัฐบาลได้มุ่งเน้นที่พัฒนาอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำ อุตสาหกรรมกระดาษ และอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการผลิตเครื่องอุปโภคต่าง ๆ อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในปี พ.ศ. 2501 เนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำที่ได้จากการประมงมีจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภค และมีราคาถูก จึงนำสัตว์น้ำที่ได้จากการประมงมาแปรรูปบรรจุกระป๋อง แต่กรรมวิธีในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับอาหารทะเลสดหาได้ง่ายและราคาถูกกว่า รวมทั้งผู้บริโภคเคยชินกับการบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลกระป๋องจึงไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเท่าใดนัก ต่อมาการประมงของไทยพัฒนาและออกไปทำการประมงในน่านน้ำสากลมากขึ้นอุตสาหกรรมการผลิตอาหารทะเลกระป๋องจึงมากขึ้น รวมถึงปลาทูน่ากระป๋องด้วย รัฐบาลมองเห็นโอกาสจึงสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้โดยเน้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (2514-2518) นับแต่นั้นอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องจึงได้รับการสนับสนุนเรื่อยมาตามนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมของรัฐบาลไปสู่การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงถูกตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2515 เพื่อให้การสนับสนุนการลงทุนและการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากรแก่ผู้ลงทุนไทยและต่างประเทศ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องรายแรกที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้แก่ Safcol (Thailand) Co.,Ltd โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างประเทศไทย ออสเตรเลีย และไต้หวัน เพื่อเป็นการผลิตอาหารทะเลกระป๋องทั้งเพื่อการจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ นับจากปี พ.ศ. 2515 – 2524 ได้มีการให้การสนับสนุนการลงทุนเพื่อการผลิตอาหารทะเลแปรรูปเป็นจำนวน 10 รายการ โดยมียอดการลงทุนรวมกันเป็นจำนวน 773.35 ล้านบาท ทำให้การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องได้เริ่มมีการขยายตัวใน

การส่งออกเรื่อยมานับจากปี พ.ศ. 2518 โดยมีจำนวนการส่งออกในปีดังกล่าว 2,780 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 65,769 ตันในปี พ.ศ. 2525 (เอกชัย คามิก, 2544) เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตมีราคาต่ำ มีการนำรูปแบบการทำประมงแบบใหม่โดยใช้อวนลากแผ่นตะเฆ่เข้ามาใช้ทำให้จับสัตว์น้ำได้ปริมาณมากขึ้น ส่วนปัจจัยทางด้านสุขอนามัย ความสะอาดยังขาดอุตสาหกรรมพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมห้องเย็นก็ถูกพัฒนาขึ้นอันเนื่องมาจากการร่วมทุนกับต่างประเทศ เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานทางด้านสุขอนามัยของประเทศผู้นำเข้า

ปัจจุบันอาหารทะเลกระป๋องของไทยมีโอกาสขยายตลาดสินค้าประมงในต่างประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ทั้งระดับโลกและระดับภูมิภาค ได้แก่ องค์การการค้าโลกที่ประเทศสมาชิกจะต้องเปิดตลาดเสรี จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกสินค้าประมงของไทย โดยเริ่มต้นจากกลุ่มอาเซียนและกลุ่ม APEC ซึ่งจะทำให้สินค้าประมงของไทยมีตลาดกว้างขึ้น นอกจากนี้การค้าเสรีสามารถแสวงหาวัตถุดิบจากประเทศที่มีทรัพยากรมาก ดันทุนต่ำเพื่อนำการแปรรูปได้มากขึ้น ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมสามารถผลิตสินค้าได้เต็มกำลังการผลิต เพิ่มการจ้างแรงงาน และทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศได้บริโภคสัตว์น้ำในราคาถูกลงด้วย

ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในการขยายการส่งออก ได้แก่ ประเทศในแอฟริกา อเมริกาใต้ ตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศอาเซียนและจีน โดยเฉพาะจีนเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง รวมไปถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกจะต้องเปลี่ยนจากเดิมที่ส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบเพื่อนำไปแปรรูปต่อจะเน้นเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า (Value added products) หรือผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค (Ready-to-eat) มากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับมุสลิม (Halal Food) ซึ่งเหมาะกับตลาดในประเทศแถบตะวันออกกลางสำหรับตลาดเก่า เช่น ตลาดสหภาพยุโรป และสหรัฐฯ ซึ่งมีผู้อพยพจากเอเชียไปอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

แนวโน้มการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยใน พ.ศ. 2548 การผลิตอาหารทะเลกระป๋องขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยมการบริโภคสินค้าจากประมงเพิ่มมากขึ้น ทดแทนการบริโภคสินค้าปศุสัตว์ที่เกิดโรคระบาดในหลายประเทศ นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมประมงในภาคใต้ของสหรัฐฯ ได้รับความเสียหายจากพายุเฮอริเคน ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าประมงของสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น สำหรับตลาดอาหารทะเลกระป๋องภายในประเทศยังมีการแข่งขันที่รุนแรงและมีอัตราการเติบโตของตลาดต่ำกว่า

อาหารทะเลกระป๋องประกอบด้วย หนุ่นำกระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง ปลากระป๋องอื่นๆ ปลากระป๋อง กุ้งกระป๋อง หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม และปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม โดยอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ที่มีการผลิตในประเทศไทยสูงสุด ได้แก่ ปลาหนุ่นำกระป๋องและปลาชาร์ดินกระป๋อง รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์กุ้งกระป๋องและปูกระป๋อง ส่วนอาหารทะเลกระป๋องชนิดอื่นเช่นปลาหมึกกระป๋อง หอยลายกระป๋อง มีปริมาณการผลิตไม่มากนัก

ปลาหนุ่นำกระป๋อง

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกปลาหนุ่นำกระป๋องรายใหญ่ของโลก ปัจจุบันมีโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องควบคู่กับปลาหนุ่นำกระป๋องเพื่อการส่งออกจำนวน 29 ราย และที่ผลิตปลาหนุ่นำกระป๋องเพียงอย่างเดียว 24 ราย มีกำลังการผลิตรวม 230,000 ตันต่อปี คิดเป็น ร้อยละ 40 ของกำลังการผลิตอาหารทะเลกระป๋องทั้งหมด แต่ใช้กำลังการผลิตจริงประมาณร้อยละ 50 มีการจ้างแรงงานประมาณ 40,000 คน (กระทรวงการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

ไทยส่งออกปลาหนุ่นำกระป๋องมากเป็นอันดับ 1 ของโลกและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ผลิตภัณฑ์ปลาหนุ่นำกระป๋องที่ส่งออกแบ่งเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ ปลาหนุ่นำในน้ำมันพืช (Tuna in oil) และปลาหนุ่นำในน้ำเกลือ (Tuna in Brine) โดยในปี 2549 มีปริมาณการส่งออกรวม 416,226,295 กิโลกรัมมูลค่ารวม 40,408,045,977 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 12.92 (ภาพที่ 1)

ตลาดส่งออกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และ อียิปต์ และทั้งนี้ การส่งออกไปประเทศฝรั่งเศสและแอฟริกาใต้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

ปลาชาร์ดินกระป๋อง

การส่งออกปลาชาร์ดินกระป๋องขยายตัวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 หลังจากนั้นมูลค่าการส่งออกก็อยู่ที่พันล้านบาทตลอดมา ซึ่งการเพิ่มขึ้นของมูลค่านี้นี้มีสาเหตุหนึ่งมาจากการปรับปรุงคุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้นไปด้วย ตลาดปลาชาร์ดินที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกา รายย่อย ๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น อังกฤษ ซึ่งสามารถส่งเข้าญี่ปุ่นเป็นปริมาณน้อยเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้ส่งออกปลาชาร์ดินรายใหญ่ ส่วนประเทศอังกฤษนั้นมีข้อจำกัดเรื่องสายพันธุ์ปลาชาร์ดินที่ใช้ และมีคู่แข่งอย่างประเทศโมร็อกโกที่อยู่ในกลุ่มประเทศที่ได้รับ GSP จากสหภาพยุโรป ส่วนปลากระป๋อง อื่น ๆ โดย

ส่วนมากนั้นเป็นปลาเม็คเคอรอด มีปริมาณการส่งออกถือว่ายังอยู่ในปริมาณน้อยเนื่องจากปริมาณจับวัตถุดิบไม่แน่นอน อีกทั้งมีประเทศญี่ปุ่นที่เป็นคู่แข่งในการส่งออกรายใหญ่ (กระทรวงการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

จากสถิติพบว่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยไปโลกนั้นมีแนวโน้มสูงขึ้นแม้อลดลงเล็กน้อยในปี 2549 แต่มูลค่าการส่งออกยังคงสูงอยู่ที่ 2,487,993,261 บาท โดยมีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยปี 2544 – 2549 ร้อยละ 8 (ภาพที่ 2)

ปูกระป๋อง

โรงงานผู้ผลิตปูกระป๋องในประเทศไทยมีเพียงไม่กี่รายเมื่อเทียบกับโรงงานผลิตกุ้งแช่แข็งจากจำนวนโรงงานที่มีอยู่ประมาณ 10 ราย ส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าประมงแปรรูปอื่นๆเป็นหลัก การผลิตปูกระป๋องโดยเฉลี่ยมีปริมาณการผลิตอยู่ในช่วง 20-75 % ของกำลังการผลิตเท่านั้น เนื่องจากสาเหตุหลักก็คือปริมาณปูม้าที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีปริมาณไม่แน่นอน แต่ส่วนมากจะไม่เพียงพอ ปูกระป๋องที่ผลิตทั้งหมดจะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และเป็นสินค้าคงคลังเก็บไว้โดยเฉลี่ยประมาณ 100 - 200 ตัน ซึ่งเพียงพอต่อการจำหน่ายได้ 1 เดือนเศษ การส่งออกปูกระป๋องของไทยตลาดส่งออกรายใหญ่คือสหรัฐอเมริกา แม้ภายในสหรัฐอเมริกาก็จะมีการผลิตปูกระป๋องแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ประกอบกับปูที่จับได้ในประเทศมีปริมาณลดลงเนื่องจากสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ทำให้บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ต้องย้ายฐานการผลิตไปลงทุนผลิตในต่างประเทศที่มีวัตถุดิบมากแล้วส่งสินค้ากลับสหรัฐอเมริกา บริษัทที่เข้ามาลงทุนผลิตในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ฟิลลิปฟูคส์ และ บริษัท เบิร์ดคอนเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทั้งสองบริษัทจะผลิตปูกระป๋องแบบพาสเจอร์ไรส์ซึ่งมีราคาจำหน่ายสูงกว่าปูกระป๋องแบบสเตอริไรส์ เนื่องจากปูม้าที่นำมาผลิตต้องใช้ปูที่ยังมีชีวิตอยู่หรือตายไม่นานทำให้มีราคาสูง และนิยมบรรจุกระป๋องขนาดใหญ่ประมาณ 1 ปอนด์ขึ้นไปเพื่อส่งขายให้กับภัตตาคารและร้านอาหาร ส่วนปูกระป๋องแบบสเตอริไรส์จะบรรจุกระป๋องขนาดเล็กมีวางขายในห้างสรรพสินค้าสำหรับขายปลีกให้ผู้บริโภค

ตลาดส่งออกอันดับ 1 คือ สหรัฐอเมริกา มูลค่าส่งออกคิดเป็นร้อยละ 38 ของมูลค่าส่งออกปูกระป๋องประเภทนี้ ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ฝรั่งเศส และแคนาดา และเมื่อพิจารณาสหภาพยุโรปเป็นตลาดเดียว ปรากฏว่าสหภาพยุโรปจะมีสัดส่วนตลาดสูงที่สุด และจากสถิติพบว่าปู

กระป๋องมีสถิติส่งออกในปี 2544 ที่ 180,406 บาทเท่านั้น ตั้งแต่ปี 2545 -2549 ไม่มีสถิติส่งออก (ภาพที่ 5)

กุ้งกระป๋อง

กุ้งกระป๋องเป็นอาหารทะเลกระป๋องที่มีผู้ทางการส่งออกแถมใส่ เนื่องจากผู้บริโภคนิยมนำ กุ้งกระป๋องมาประกอบเป็นอาหาร ซึ่งสหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดการส่งออกที่สำคัญที่สุดเช่นกัน แม้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกกุ้งกระป๋องรายใหญ่ของโลก แต่เนื่องจากประเทศ สหรัฐอเมริกาเองไม่สามารถผลิตให้พอเพียงได้จึงต้องนำเข้าจากประเทศไทย แต่จากสถิติพบว่า มี สถิติส่งออกกุ้งกระป๋องในปี 2544-2546 ที่ 791,548 756,360 และ 264,589 บาท ตามลำดับ (ภาพที่ 6)

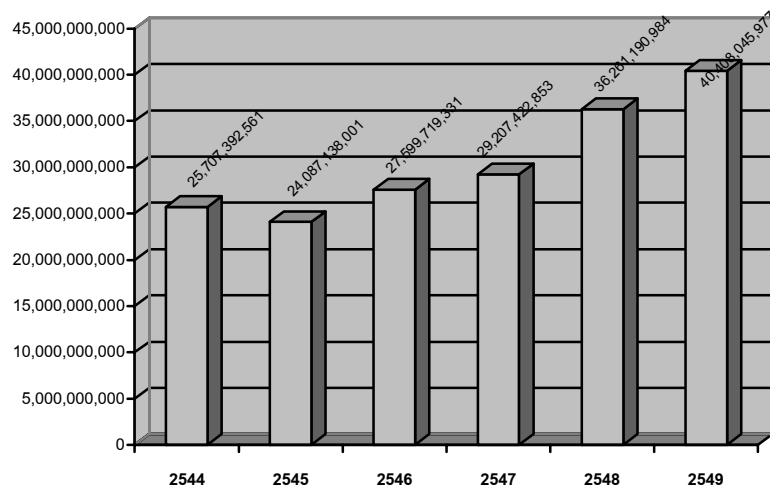
หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม

ประเทศไทยผลิตหอยลายบรรจุภาชนะอัดลมส่งออกเป็นส่วนใหญ่ และผู้นำเข้าของไทยยัง เป็นผู้ผลิตหอยลายบรรจุภาชนะอัดลมรายใหญ่ของโลกอีกด้วย แต่เนื่องจากหอยลายเป็นวัตถุดิบที่ หาได้ไม่แน่นอน เนื่องจากพบได้ในบางแหล่งเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถขยายการผลิตได้พอต่อความ ต้องการของตลาด

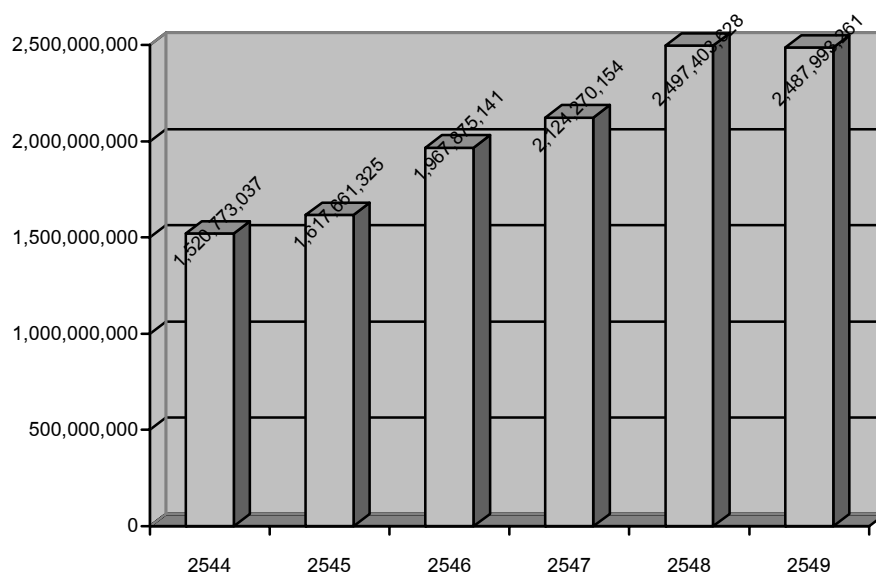
จากสถิติ (ภาพที่ 7) พบว่ามูลค่าการส่งออกหอยลายบรรจุภาชนะอัดลมมีแนวโน้มลดลง เหลือปี 2544-2549 ประมาณร้อยละ 12 ต่อปี โดยมีมูลค่า 267,401,568 บาทในปี 2548 และเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.55 เป็น 326,715,761 บาท ตามลำดับ

ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม

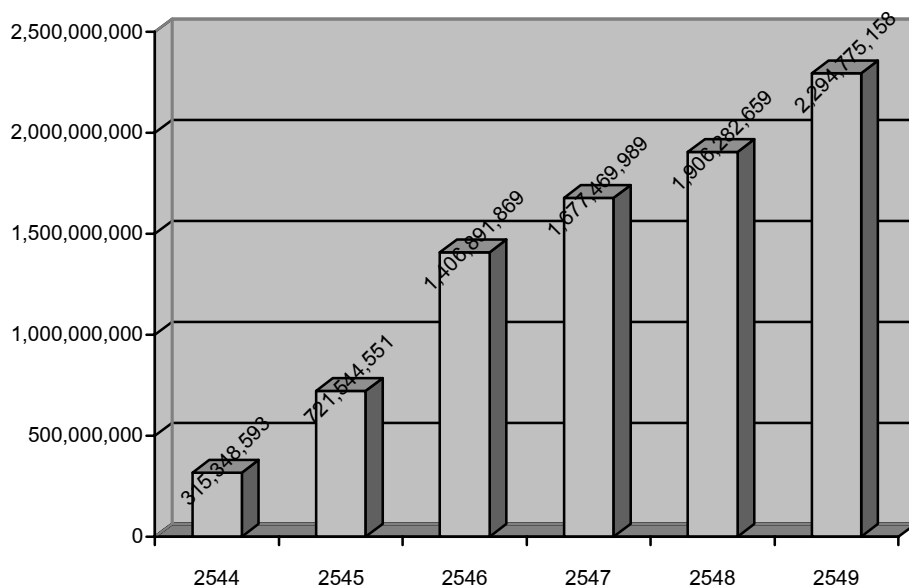
ไทยส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมเป็นสำคัญ และไม่มีตลาดรองรับในประเทศเพราะ บริโภคในประเทศไม่นิยม ตลาดส่งออกที่สำคัญคือสเปน ซึ่งประเทศสเปนยังเป็นผู้ผลิตปลาหมึก บรรจุภาชนะอัดลมรายใหญ่ของโลกอีกด้วยซึ่งจากสถิติการส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม (ภาพที่ 8) มีแนวโน้มสูงขึ้น ตั้งแต่ปี 2544 – 2549 เหลือมีการขยายตัวร้อยละ 11.38 โดยมีมูลค่าการ ส่งออก 207,272,021 บาทในปี 2549



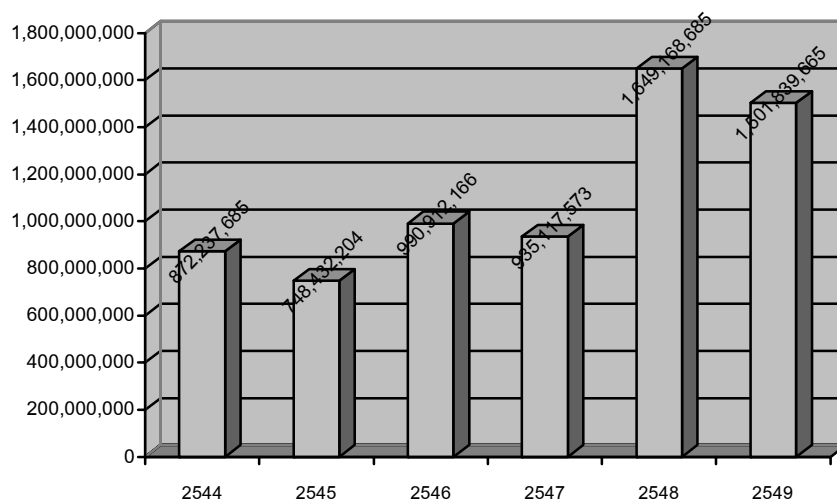
ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกปลาพ่นน้ำกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



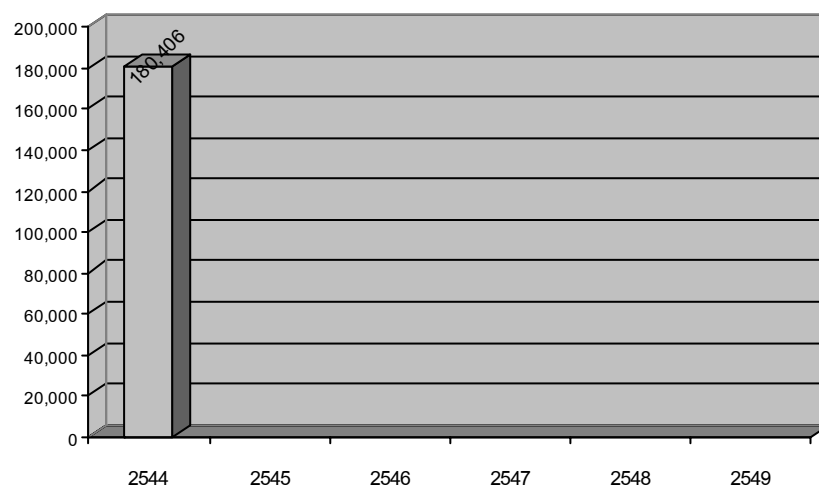
ภาพที่ 2 มูลค่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



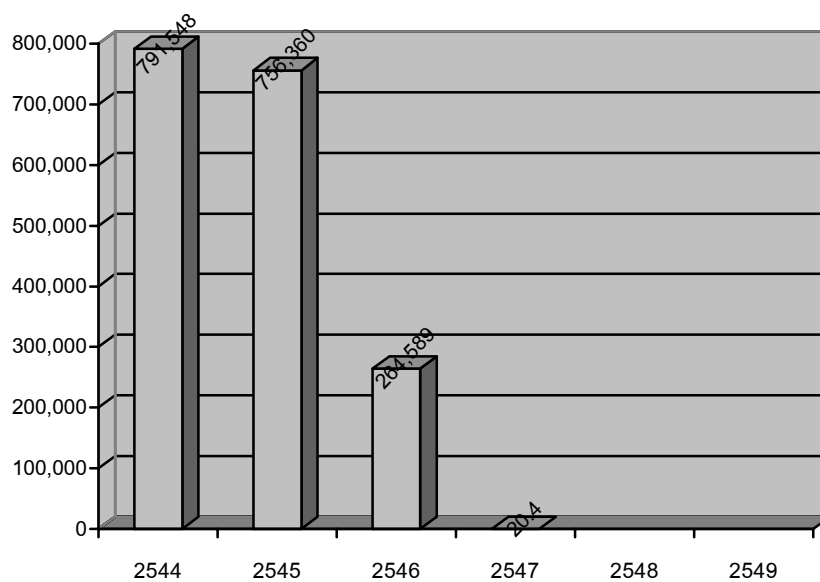
ภาพที่ 3 มูลค่าการส่งออกประเภทอื่น ๆ ซึ่งเป็นทั้งหมดหรือขึ้นส่วนของ
แหลมมอ แต่ไม่ได้ขึ้นเป็นขึ้นเล็ก ๆ ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



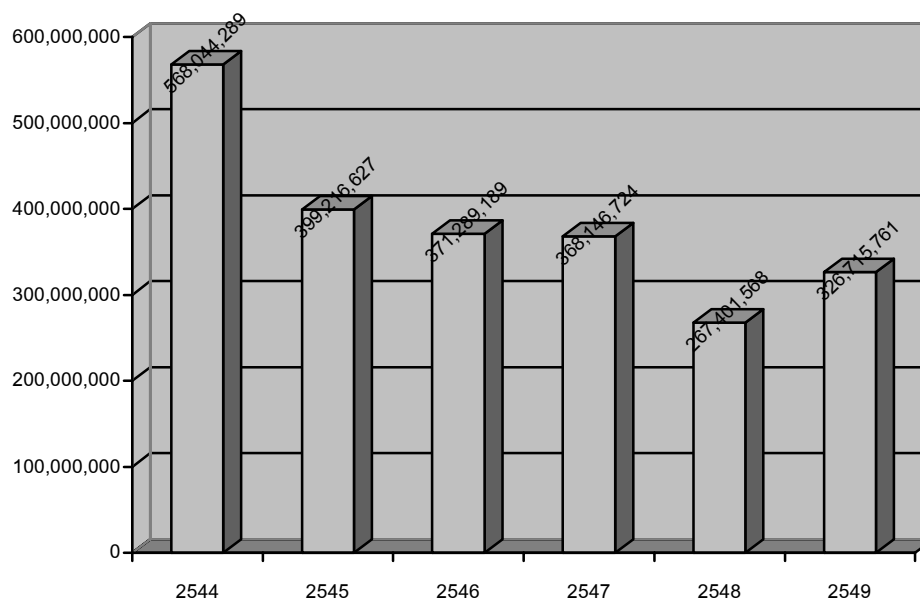
ภาพที่ 4 มูลค่าการส่งออกประเภทอื่น ๆ เป็นทั้งหมดหรือขึ้นส่วนของแม็คเคอรอล
แต่ไม่ได้ขึ้นเป็นขึ้นเล็ก ๆ ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



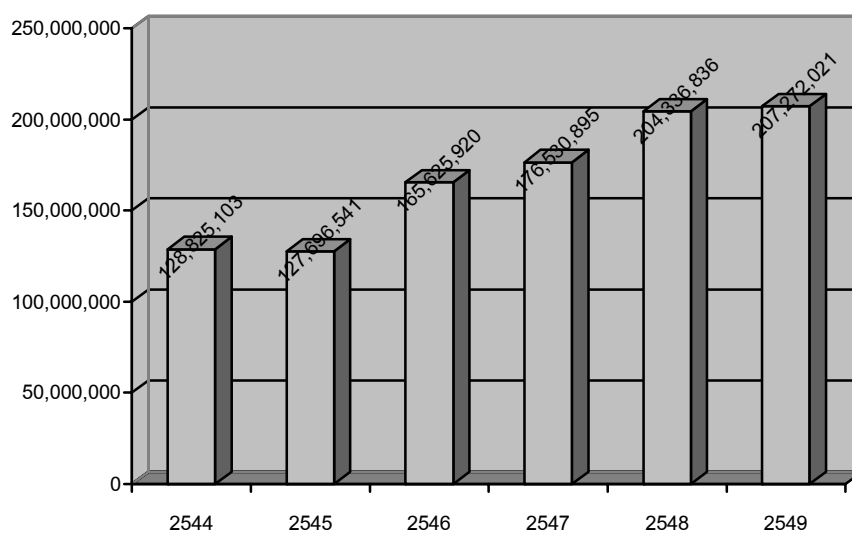
ภาพที่ 5 มูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



ภาพที่ 6 มูลค่าการส่งออกกุ้งป้องกันไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



ภาพที่ 7 มูลค่าการส่งออกหอยลายบรรจุภาชนะอัดลม ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 – 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)



ภาพที่ 8 มูลค่าการส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม ไปตลาดโลก พ.ศ. 2544 - 2549
ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

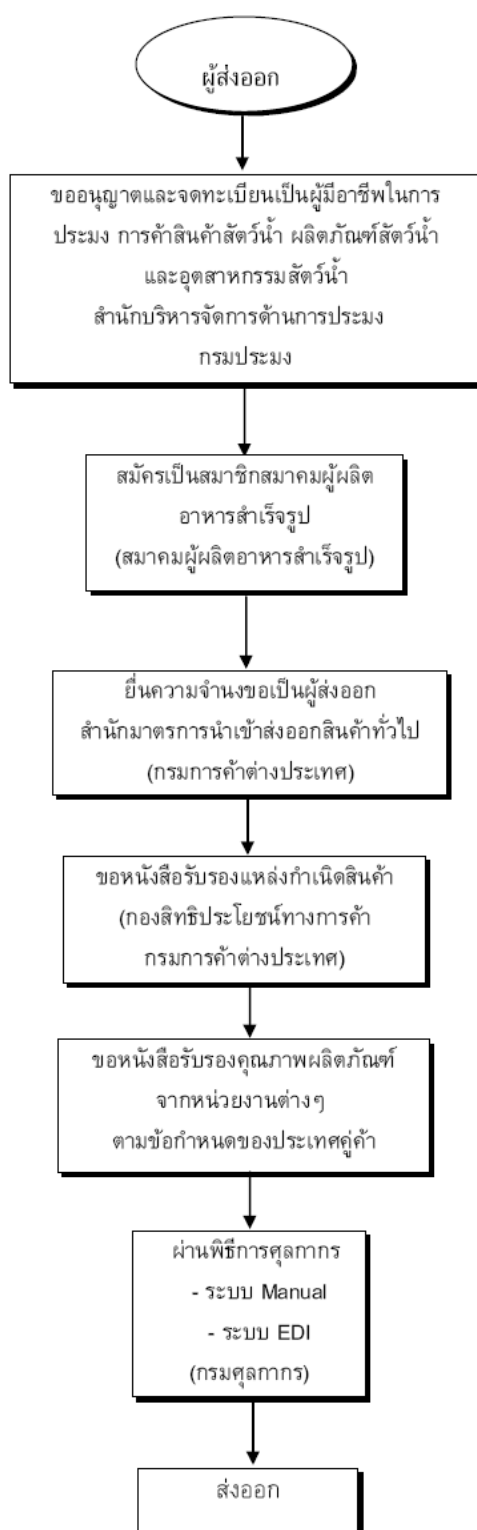
ตารางที่ 3 การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดโลกปี พ.ศ. 2544 – 2549

รายการ/ พ.ศ.		2544	2545	2546	2547	2548	2549
ทูน่า	ปริมาณ (กก.)	269,522,575	268,234,271	326,402,002	311,071,841	368,619,124	416,226,295
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	25,707,392,561	24,087,138,001	27,599,719,331	29,207,422,853	36,261,190,984	40,408,045,977
ชาร์ดิน	ปริมาณ (กก.)	32,101,001	36,138,925	43,764,466	45,012,333	46,059,301	45,906,128
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	1,520,773,037	1,617,661,325	1,967,875,141	2,124,270,154	2,497,403,628	2,487,993,261
ปลาแซลมอน	ปริมาณ (กก.)	4,037,911	6,329,651	11,714,821	11,840,989	11,950,598	11,580,551
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	315,348,593	721,544,551	1,406,891,869	1,677,469,989	1,906,282,659	2,294,775,158
ปลาแมคเคอเรล	ปริมาณ (กก.)	18,624,429	14,946,787	20,211,198	16,871,826	28,753,414	26,388,806
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	872,237,685	748,432,204	990,912,166	935,117,573	1,649,168,685	1,501,839,665
ปู	ปริมาณ (กก.)	408	-	-	-	-	-
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	180,406	-	-	-	-	-
กุ้ง	ปริมาณ (กก.)	2,050	6,876	578	-	-	-
กระป๋อง	มูลค่า (บาท)	791,548	756,360	264,589	-	-	-
หอยลาย	ปริมาณ (กก.)	5,661,410	4,694,596	4,711,787	4,878,573	2,437,375	2,523,976
บรรจุ							
ภาชนะ							
อัลม	มูลค่า (บาท)	568,044,289	399,216,627	371,289,189	368,146,724	267,401,568	326,715,761
ปลาหมึก	ปริมาณ (กก.)	787,431	856,755	1,080,757	1,265,326	1,382,118	1,321,816
บรรจุ							
ภาชนะ							
อัลม	มูลค่า (บาท)	128,825,103	127,696,541	165,625,920	176,530,895	204,336,836	207,272,021
รวม	ปริมาณ (กก.)	330,737,215	331,207,861	407,885,609	390,940,888	459,201,930	503,947,572
	มูลค่า (บาท)	29,113,412,816	27,702,445,609	32,502,578,205	34,488,958,188	42,785,784,360	47,226,641,843

ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง

ขั้นตอนในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องนั้นจำเป็นต้องผ่านหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อคุณภาพในการส่งออก โดยผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้มีอาชีพในการประมง การค้าสินค้าสัตว์น้ำ การผลิตสินค้าสัตว์น้ำและอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ ของสำนักบริหารจัดการด้านการประมง สังกัดกรมประมง และเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ซึ่งเป็นองค์การของเอกชน จากนั้นยื่นความจำนงขอเป็นผู้ส่งออกและขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้ากับกรมการค้าระหว่างประเทศ จากนั้นขอหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งในการส่งออกไปประเทศทางตะวันออกกลาง หรือทวีปแอฟริกาจำเป็นต้องได้รับเครื่องหมายอาหารฮาลาลกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ซึ่งรายละเอียดจะกล่าวต่อไปในบทที่ 4) จากนั้นก็ผ่านพิธีกรมศุลกากรเป็นขั้นตอนสุดท้าย ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง (กุ้ง ปลาหมึก ปลา หอย ปู สัตว์น้ำอื่น ๆ)
ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก (2548)

กฎหมาย/ระเบียบและขั้นตอนการส่งออกโดยสรุป : อาหารทะเลกระป๋อง (กุ้ง ปลาหมึก ปลา หอย ปู สัตว์น้ำอื่น ๆ)

สินค้า/พิกัด	กฎหมายและระเบียบที่ควบคุม	ขั้นตอนการส่งออก	เอกสารที่ใช้ประกอบ	หน่วยงานที่ติดต่อ
ชาร์ดินกระป๋อง 1604130104 ปลากระป๋องอื่น ๆ 1604110007 160450000 ปูกระป๋อง 1605100001 กุ้งกระป๋อง 1605200003 หอยลายบรรจุ ภาชนะอัดลม 1605900225 ปลาหมึกบรรจุ ภาชนะอัดลม 1605900210 <u>อัตราภาษี</u> -ยกเว้นอากรขาออก <u>ขอบเขตการควบคุม</u> -อาหารทะเลบรรจุ กระป๋องทุกชนิดตาม พิกัด 1604 และ 1605 ยกเว้นปลาทูน่า กระป๋อง	1.1 ระเบียบกรมประมง ว่าด้วยการยื่นคำขออนุญาต และจดทะเบียนผู้ค้าซีฟในการประมงการค้าสินค้า สัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ พ.ศ. 2532 ประกาศ ณ วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2532 2. ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ ฉบับที่ 165 (พ.ศ. 2536) เรื่อง การขอเป็นผู้ส่งออกสินค้า กุ้ง หอย ปู ปลา และปลาหมึก ที่แช่เยือกแข็ง หรือที่บรรจุภาชนะอัดลม 3.1 ระเบียบกรมประมง ว่าด้วยการขอใบรับรอง สุขลักษณะโรงงานผลิตสัตว์น้ำบรรจุกระป๋อง และแช่เยือกแข็งเพื่อการส่งออก พ.ศ. 2538 3.2 ระเบียบกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ว่าด้วยการ ส่งตัวอย่างอาหารกระป๋องวิเคราะห์เพื่อขอใบ รับรองสำหรับการส่งออก ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2520 3.3 ประกาศกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ว่าด้วยอัตรา ค่าบำรุง การตรวจวิเคราะห์ และการให้บริการของ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (เพิ่มเติม) ฉบับลงวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2538 3.4 ระเบียบสำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติ ว่าด้วยการวัดรังสีตัวอย่างสินค้าส่งออกและ ออกหนังสือแจ้งผลการวัดรังสี พ.ศ. 2532 3.5 คำแนะนำในการส่งตัวอย่างเพื่อขอหนังสือ แจ้งผลการวัดรังสี ตามระเบียบสำนักงาน พลังงานปรมาณูเพื่อสันติ ว่าด้วยการวัดรังสี ตัวอย่างสินค้าส่งออกและออกหนังสือแจ้ง ผลการวัดรังสี พ.ศ. 2532	1. ขออนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบ อาชีพในการประมงการค้าสินค้าสัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และอุตสาหกรรม สัตว์น้ำ 2. สมัครเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหาร สำเร็จรูป 3. ขอหนังสือรับรองคุณภาพจากหน่วยงาน ต่างๆ ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า	1. คำขออนุญาตและจดทะเบียน ประกอบอาชีพ (แบบ อ.6) 2. หลักฐานแสดงการเป็นสมาชิก สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป 3. ใบรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตาม ข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า	- ส่วนอนุญาตและจัดการประมง สำนักบริหารจัดการด้านการ ประมง , กรมประมง โทรศัพท์ : 0-2588-0196-7 โทรสาร : 0-2558-0198 - สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป โทรศัพท์ : 0-2261-2684-6 โทรสาร : 0-2261-2996-7 -ศูนย์ตรวจสอบและออกใบรับรอง คุณภาพสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (ศตอ.) , กรมวิชาการเกษตร โทรศัพท์ : 0-2940-7474 : 0-2940-7440 โทรสาร : 0-2940-7448 - กองการวัดกัมมันตภาพรังสี สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ โทรศัพท์ : 0-2579-5230 : 0-2579-0093 โทรสาร : 0-2579-0093

ภาพที่ 10 กฎหมายและขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง (กุ้ง ปลาหมึก ปลา หอย ปู สัตว์น้ำอื่น ๆ)

สินค้า/พืช	กฎหมายและระเบียบที่ควบคุม	ขั้นตอนการส่งออก	เอกสารที่ใช้ประกอบ	หน่วยงานที่ติดต่อ
สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร สามารถขอสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรได้ หากส่งออกไปยังกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศอเมริกา โปแลนด์และ แคนาดา เป็นต้น ทั้งนี้สามารถตรวจสอบการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรได้ที่กรมการค้าต่างประเทศ	4.1 พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ.2540 4.2 ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วย การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ.2541 (อ.ศ.1419) 4.3 ข้อบังคับฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วย การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2541 4.4 ประกาศค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอ และใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล 4.5 ประกาศระเบียบปฏิบัติในการตรวจกิจการเพื่อรับรองฮาลาล	4. ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (เฉพาะส่งออกในประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม)	4. ใบอนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (เฉพาะส่งออกในประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม)	สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โทรศัพท์ : 0-2949-4215 โทรสาร : 0-2949-4341
	5.1 ประกาศกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการส่งออก ไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 77) พ.ศ. 2540 5.2 ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการรับขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกลินค้า กุ้ง หอย ปู ปลา และปลาหมึกที่แช่เยือกแข็งและที่บรรจุภาชนะอัดลม (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2536	5. ยื่นความจำนงขอเป็นผู้ส่งออก ต่อสำนักงานศุลกากรนำเข้าสินค้าทั่วไป	5. หลักฐานแสดงการเป็นผู้ส่งออกที่ขึ้นทะเบียนต่อกรมการค้าต่างประเทศ	- สำนักมาตรฐานนำเข้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ โทรศัพท์ : 0-2547-4801 : 0-2547-4803 : 0-2547-4850 โทรสาร : 0-2547-4802
	6. ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอหนังสือรับรอง Form A พ.ศ. 2541	6. ตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร และขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ต่อกองสทช.ประโยชน์ทางการค้า	6. ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า	-สำนักบริการการค้าต่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ สายด่วนการค้าต่างประเทศ 1385
	7. พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมอีก 16 ฉบับ	7. ผ่านพิธีการศุลกากร	7.1 ใบขนสินค้าขาเข้า (กศท.101) 7.2 บัญชีราคาสินค้า (Invoice) 7.3 บัญชีรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (Packing List) 7.4 แบบธุรกิจต่างประเทศ (แบบ ข.ศ.1) สำหรับส่งออก ที่มีมูลค่ามากกว่า 500,000 บาท 7.5 คำร้องขอทำการตรวจสินค้าและบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์	ส่วนการส่งออก กรมศุลกากร โทรศัพท์ : 0-2667-7242-43 โทรสาร : 0-2671-5331 สายด่วนกรมศุลกากร 1164

ภาพที่ 10 (ต่อ)

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก (2551)

สภาพทั่วไปของประเทศที่ทำการศึกษา

1. สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ (The Republic of South Africa)

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ประเทศแอฟริกาใต้มีระบบเศรษฐกิจเป็นระบบตลาดเสรี ซึ่งมีโครงสร้างที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนต่างๆ ที่แม้รัฐบาลยังคงควบคุมรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ แต่ผลักดันนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง แอฟริกาใต้มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีความก้าวหน้าที่สุดในทวีปแอฟริกา โดยมีผลผลิตด้านอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 18.7 ผลผลิตด้านแร่ธาตुर้อยละ 6.5 ของ GDP แต่ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของเศรษฐกิจแอฟริกาใต้คือ มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วควบคู่ไปกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาน้อยที่สุดในหมู่ท้องถิ่นคนผิวดำที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ไร้ฝีมือ

เมื่อปี 2538 แอฟริกาใต้ได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) และมีพันธกรณีที่จะต้องดำเนินการในการปรับลดอัตราภาษีนำเข้า สินค้าทุกชนิดภายในระยะเวลาที่กำหนด 12 ปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นไป นอกจากนี้ยังเป็นภาคีสมาชิกของสนธิสัญญา LOME (ปัจจุบัน คือข้อตกลง COTONOU) ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ทางศุลกากรในการส่งออกสินค้าไปยังประชาคมยุโรป นอกจากนี้ยังเป็นภาคีสมาชิกสหพันธ์ศุลกากรแอฟริกาใต้ (Southern African Customs Union - SACU) ซึ่งประกอบด้วยประเทศแอฟริกาใต้ บอตสวานา เลโซโท สวาซิแลนด์ และนามิเบีย ซึ่งประเทศสมาชิกจะไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรระหว่างกัน และจะใช้อัตราภาษีศุลกากรในอัตราเดียวกันในการดำเนินการค้ากับประเทศนอกกลุ่ม ซึ่งหากพิจารณาแล้วแอฟริกาใต้สามารถเป็นประตูการค้า (Gate Way) ในการกระจายสินค้าสู่ประเทศอื่นๆ ในทวีปแอฟริกา เนื่องจากแอฟริกาใต้มีการรวมกลุ่มทางการค้ากับประเทศอื่นๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น Southern African Development Community: SADC และ The Southern African Custom Union: SACU

ไทยและแอฟริกาใต้ได้วางรากฐานความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนด้วยการบรรลุความตกลงว่าด้วยการยกเว้นการเก็บภาษีซ้อนเมื่อกุมภาพันธ์ในปี 2539 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ และความตกลงทางการค้าซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2544 และมีการ

จัดตั้งหอการค้าไทย-แอฟริกาใต้ที่กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2538 โดยกลุ่มนักธุรกิจไทย และแอฟริกาใต้ในประเทศไทยมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้าไทย-แอฟริกาใต้ (Joint Trade Commission – JTC) ในเดือนมิถุนายน 2546 และได้มีการประชุมครั้งแรกที่กรุงพริทอเรีย เมื่อวันที่ 7-8 ธันวาคม 2546 และได้มีการประชุมครั้งที่ 2 ที่เมืองพัทยา เมื่อวันที่ 20-21 พฤษภาคม 2548 นอกจากนี้ความตกลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างไทยกับแอฟริกาใต้ ได้แก่ อนุสัญญาเพื่อ ยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าระหว่างกัน และความตกลงทางการค้า

ปัจจุบันไทยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 1 ของแอฟริกาใต้ ในกลุ่มประเทศอาเซียน ในขณะที่แอฟริกาใต้เป็นคู่ค้าลำดับที่ 1 ของไทยในทวีปแอฟริกา สินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกที่ไทยส่งออก ไปยังแอฟริกาใต้ คือ 1) ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2) ข้าว 3) น้ำมันสำเร็จรูป 4) เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ 5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของ เครื่องจักรกล 6) ผลิตภัณฑ์ยาง 7) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ 8) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป 9) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 10) เม็ดพลาสติก

1.2 กฎระเบียบการนำเข้าและมาตรการทางการค้าของแอฟริกาใต้

(1) การออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit)

ใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit) มีหลายชนิดหลายประเภท แยกตามชนิดของสินค้า เช่น สินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งในแต่ละหมวดสินค้าสามารถแยกเป็น แต่ละประเภทสินค้า โดยจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบพิจารณาการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้นำเข้า ซึ่งอาหารกระป๋องนั้น จะต้องได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรและกิจการที่ดินของแอฟริกาใต้ ซึ่งจะเป็นผู้พิจารณา และการขอใบอนุญาตนั้นผู้ขอมิใบอนุญาตจะต้องมีเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางการแอฟริกาใต้กำหนด และใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ในการดำเนินการขอใบอนุญาตและใบอนุญาตดังกล่าวจะต้องทำการต่ออายุทุก 6 เดือน

(2) ระบบภานี้นำเข้า

เนื่องจากแอฟริกาได้ปิดประเทศมาเป็นระยะเวลานานในช่วงที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการการคว่ำบาตรสหประชาชาติ อันสืบเนื่องจากนโยบายการปกครองโดยแบ่งแยกสีผิว ทำให้แอฟริกาได้จำต้องพึ่งพาตนเองตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าว ดังนั้นเพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมการผลิตภายในประเทศ จึงได้นำมาตรการด้านภานีนำเข้าที่มีอัตราที่ค่อนข้างสูงมาบังคับใช้ แต่ภายหลังจากที่แอฟริกาได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO และมีพันธะที่จะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงในการปรับลดอัตราภาษีศุลกากรขาเข้า แต่มีแนวโน้มว่าสินค้าจะไม่สามารถแข่งขันในท้องตลาดได้ ปัจจุบันรัฐบาลแอฟริกาได้มีการพิจารณาใช้มาตรการเสริมเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมบางประเภท ควบคู่ไปกับมาตรการปรับลดอัตราภาษีลง เช่น ปี 2545 มีการลดอัตราภาษีสำหรับเส้นใยจะเหลือร้อยละ 7.5 ด้าย ร้อยละ 15 ผ้าฝ้าย ร้อยละ 22 เคหะสิ่งทอ ร้อยละ 30 และเสื้อผ้าเหลือ ร้อยละ 40 ถึงกระนั้นก็ตาม เพื่อให้อุตสาหกรรมภายในประเทศสามารถปรับตัวให้แข่งขันได้ และเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมส่งออกของแอฟริกาได้ ส่งผลให้ แอฟริกาได้ยังคงมีการปรับเพิ่มอัตราภาษีศุลกากรในช่วงบางเวลาอยู่ด้วย หากทางการแอฟริกาได้พิจารณาเห็นว่าปริมาณการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามามาก โดยใช้บทเฉพาะกาลตามข้อกำหนดใน WTO เป็นข้ออ้าง และการคำนวณอัตราภานีนำเข้า จะคิดจากราคา F.O.B.

(3) ระเบียบและขั้นตอนการนำเข้า

การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมายังแอฟริกาใต้ คือ ต้องผ่านกระบวนการการตรวจสอบจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละประเภทของสินค้า เพื่อขอมี Import Permit ที่เกี่ยวข้องแล้ว นอกจากนี้แอฟริกาใต้กำหนดมาตรการเฉพาะของการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในสินค้าบางประเภทด้วย เช่น สินค้าอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ซึ่งก่อนที่จะได้รับการอนุญาตให้นำเข้าประเทศได้จะต้องผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมแอฟริกาใต้ (South African Bureau of Standards – SABS) และหากสินค้าไม่ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้สินค้านั้นจะต้องถูกส่งกลับออกไป หรือ ต้องแสดงบนฉลากสินค้าว่าเป็น สินค้าต่ำกว่าระดับมาตรฐาน (Sub-Standard)

(4) เอกสารประกอบการนำเข้า

เอกสารที่ต้องใช้ในการประกอบเพื่อผ่านพิธีทางศุลกากรได้แก่

- Commercial Invoice
- Bill of Lading หรือ Airway Bill
- Packing List
- Import License (สำหรับสินค้าบางประเภท)
- Insurance Certificate
- Phytosanitary Certificate
- Marking of Goods and Packages
- Certificate of Origin (Form DA 59)

1.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในแอฟริกาใต้

ผู้บริโภคแอฟริกาใต้ส่วนใหญ่ เป็นผู้บริโภคที่มีมาตรฐาน และคุณภาพชีวิตค่อนข้างสูง จึงพยายามรักษาสีผิว และปกป้องผลประโยชน์ของตน ซึ่งจะเน้นสินค้าที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และผลิตตามกรรมวิธีที่ถูกสุขอนามัย โดยจะเลือกหาซื้อสินค้าตามคำแนะนำ และการรับรอง คุณภาพ / มาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรสนิยมโดยทั่วไปผู้บริโภคชาวแอฟริกาใต้ได้รับอิทธิพลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าคล้ายกับประเทศในยุโรป หรืออเมริกา แต่ปัจจุบันเริ่มหันมานิยมสินค้าจากประเทศทางแถบเอเชียเพิ่มมากขึ้น

1.4 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้ากับไทย

(1) มาตรการทางด้านภาษี มีการเก็บภาษีสินค้าผลไม้ที่ในอัตราร้อยละ 30 และสินค้าบางประเภทที่ต้องการปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศ อาจมีการเก็บภาษีนำเข้าสูงกว่าที่โครงสร้างสินค้ากำหนดไว้ เช่น สินค้าสิ่งทอประเภทเสื้อแจ็คเก็ต จะถูกเก็บภาษีย่อละ 54

(2) มาตรการที่มีใช้ภาษี มีหลายรูปแบบด้วยกัน แต่มาตรการที่มีผลกระทบต่อสินค้าไทยโดยตรงมี ดังนี้

- Import and Export Control Act ว่าด้วยการควบคุมการนำเข้า โดยให้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นผู้ดูแลการค้า
- Agricultural Product Standards Act ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยให้กระทรวงเกษตรเป็นผู้ดูแลกฎหมาย
- Foodstuff Cosmetic and Disinfectants Act ว่าด้วยการควบคุมการขายสินค้าอาหาร เครื่องสำอาง และยาดับกลิ่น
- Animal Disaster Act ว่าด้วยการควบคุมโรคระบาดในสัตว์ ส่งเสริมสุขอนามัยของสัตว์ และควบคุมการนำเข้าสัตว์
- Agricultural Pests Act ว่าด้วยการควบคุมการนำเข้าพืช สัตว์ดิน เข้ามาในประเทศแอฟริกาใต้ โดยให้กระทรวงเกษตรเป็นผู้ดูแล
- Liquor Products Act ว่าด้วยการนำเข้าสุรา
- Standard Act ว่าด้วยมาตรฐานสินค้าโดยให้ South Africa Bureau of Standard เป็นผู้ดูแลกฎหมาย
- Regulations Governing the Labeling and Advertising of Foodstuffs เป็นกฎระเบียบที่กำหนดให้สินค้าอาหารที่จำหน่ายต้องมีสติกเกอร์ติดอยู่ อาทิ ระบุต้นทาง ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิต และที่อยู่ คำแนะนำการใช้ ส่วนประกอบ และการเก็บรักษา
- Regulations Governing the Maximum Limits for Pesticide Residues that may be Present in Foodstuffs ว่าด้วยปริมาณสารตกค้างในอาหาร โดยเฉพาะผลไม้
- มาตรการของธนาคารโลกในการควบคุมการโอนเงินออกต่างประเทศ โดยโอนได้ไม่เกิน 50,000 แรนด์ หรือเป็นเครื่องจักรให้โอนได้เงินล่วงหน้าได้ไม่เกิน 1 ใน 3 ของมูลค่าเครื่องจักร

แอฟริกาใต้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสินค้าสิ่งทอสูงมากโดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือร้อยละ 40 เพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าของไทยและประเทศอื่นๆ ดังนั้นหากประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในด้านต่างๆกับแอฟริกาใต้มากขึ้นแล้วและสามารถเจรจาลดภาษีนำเข้าลงได้บ้างแล้วจะเป็นการช่วยสร้างโอกาสให้การส่งออกสิ่งทอของไทยได้มากขึ้น นอกจากเรื่องภาษีแล้วแอฟริกาใต้ยังมีมาตรการที่มีใช้ภาษี คือมีการณรงค์ให้ประชาชนหันมาซื้อสินค้าที่ผลิตภายในประเทศโดยใช้ตราสัญลักษณ์ Proudly South Africa (สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549)

2. สหราชอาณาจักรอียิปต์ (Arab Republic of Egypt)

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

อียิปต์ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ โดยมีประธานาธิบดีเป็นประมุข รัฐสภาอียิปต์มี 2 สภา คือ สภาประชาชน (People's Assembly) และสภาที่ปรึกษา (Shura Council) ปี พ.ศ. 2544 มีรายได้ประชาชาติต่อหัว 3,700 เหรียญสหรัฐ และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) 258 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ในปัจจุบันอียิปต์ได้เข้าไปร่วมเป็นสมาชิกตลาดร่วมแอฟริกาตะวันออกและใต้ (Common Market of Eastern and Southern Africa – COMESA) ในปี 2541 (ค.ศ. 1998) โดยมีจุดมุ่งหมายขยายตลาดสินค้าอียิปต์เข้าไปยังประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกา ฝ่ายไทยจึงอาจพิจารณาสนับสนุนให้นักลงทุนไปลงทุน/ร่วมลงทุนในอียิปต์เพื่อการส่งออกไปยังตลาดร่วมแอฟริกาในอนาคตหรือมุ่งใช้อียิปต์เป็นประตูสู่ประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกา เมื่อเดือน มิ.ย. 44 อียิปต์ได้ลงนามร่วมกับสหภาพยุโรป (อียู) ในความตกลง Euro-Mediterranean Association Agreement ซึ่งจะมีผลต่อความสัมพันธ์กับ EU ในด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ การเงิน สังคม วัฒนธรรมและการกงสุล และจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดเขตการค้าเสรีระหว่างยุโรปและอียิปต์ต่อไปในอนาคต

ประเทศไทยและสาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2497 (ค.ศ. 1954) โดยอียิปต์เป็นประเทศแรกในกลุ่มอาหรับที่ไทยสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตด้วย ทั้งสองฝ่ายมีความสัมพันธ์ที่ราบรื่นและต่างสนับสนุนกันในเวทีระหว่างประเทศเรื่อยมา ไม่มีปัญหาทางการเมืองระหว่างกัน และมีการแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกันเป็นประจำในหลายระดับทั้งจากรัฐสภา รัฐบาล ภาคธุรกิจเอกชน สื่อมวลชนและประชาชนของทั้งสองประเทศ

สินค้าที่ไทยส่งออกไปอียิปต์ ที่สำคัญได้แก่ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไปยาสูบ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ (สำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูป อียิปต์ระบุให้เป็นสินค้าห้ามเข้า แต่ก็มีมีการลักลอบนำเข้า โดยจะทำในลักษณะการค้านอกกรอบแบบ) ปัจจุบันไทยและอียิปต์มีความตกลงทวิภาคีไทย – อียิปต์เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนได้แก่

- ความตกลงทางการค้าไทย – อียิปต์ ลงนามความตกลงทางการค้าระหว่างกันเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2527 (1984) โดยความตกลงดังกล่าวมีผลบังคับใช้ ณ วันลงนาม

- ความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน(Agreement between the Arab Republic of Egypt and the Kingdom of Thailand on the Promotion and Protection of Investments) ทั้งสองฝ่ายลงนามย่อในร่างความตกลงฯ ไว้เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2536 และได้มีการลงนามระหว่างกันแล้วในโอกาสการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา ครั้งที่ 10 UNCTAD X ที่กรุงเทพฯ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543

- การจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีไทย-อียิปต์ (Thai-Egypt Joint Commission) ไทยและอียิปต์ได้ร่วมกันจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทวิภาคีระหว่างสองประเทศตั้งแต่เดือนกันยายน 2532 โดยได้ลงนามกันในหนังสือแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Exchange of Note)

2.2 กฎระเบียบการค้า (สำนักยุโรป เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา, 2550)

(1) มาตรการด้านภาษี สำหรับโครงสร้างภาษี อัตราภาษีศุลกากร MFN เหลือที่เก็บจริงเท่ากับร้อยละ 20 อัตราภาษี สินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ เหลือร้อยละ 12.8 สำหรับสินค้าเกษตรอัตราภาษีอยู่ในเกณฑ์สูง อัตราเหลือร้อยละ 66.4 สินค้าบางตัวมีอัตราภาษีที่สูงกว่า 1,000 % เช่น ไวน์ และเหล้ากลั่น

(2) มาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากร

- การควบคุมคุณภาพ สินค้านำเข้าหลายรายการต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยหน่วยงาน the General Organization for Export and Import Control ภายใน 1 สัปดาห์นับจากวันที่มีการนำเข้า โดยจะมีการสุ่มตรวจร้อยละ 1 จากสินค้านำเข้าแต่ละครั้ง สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจะต้องถูกส่งกลับออกไปหรือจะต้องถูกทำลาย

- การห้ามนำเข้า อียิปต์ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปหลายประเภท ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า สำเร็จรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ยกเว้นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อไปในเขตการค้าเสรีที่กำหนด

2.3 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) อียิปต์ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปหลายประเภท ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า สำเร็จรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ยกเว้นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อในเขตการค้าเสรีที่กำหนดขึ้นทำให้ไทยไม่สามารถส่งสินค้าประเภทนี้เข้าจำหน่ายในตลาดอียิปต์

(2) อียิปต์มีนโยบายการเงินการคลังที่เข้มงวด เพื่อควบคุมภาวะเงินเฟ้อและการขาดดุลภายในประเทศ รวมทั้งการเข้มงวดในการเคลื่อนย้ายเงิน และการเคลื่อนไหวของการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

(3) อียิปต์กำหนดมาตรฐานสินค้าปลาทุณากระป๋องแตกต่างจากมาตรฐานสากล (ISO และ CODEX) และมีวิธีการตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวด ส่งผลให้ปลากระป๋องของไทยประสบปัญหาการส่งออก

(4) เอกสารกำกับสินค้าที่ส่งออกไปอียิปต์ต้องได้รับการรับรองจากสถานทูตอียิปต์ก่อน จึงสามารถผ่านพิธีการศุลกากรได้ และค่าธรรมเนียมการประทับตรารับรองเอกสาร (Legalization) สูงมาก ประมาณ 3,000 บาทต่อชุด

3. สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย (The Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya)

3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ประเทศลิเบียมีประชากร 5,2 ล้านคน (มีชาวต่างชาติประมาณ 6 แสนกว่าคน) ทรัพยากรธรรมชาติ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและแร่อียิปต์ สกุดเงินประจำชาติได้แก่ลิเบียนดิงาร์ (LYD) รายได้ประชาชาติต่อหัว 7,900 ดอลลาร์สหรัฐ ฯ (2000) มีรูปแบบการปกครองอัตตาธิปไตย โดย พ.อ.กัศดาฟี เป็นผู้มีอำนาจเด็ดขาด แม้ว่าจะไม่ถือว่าเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการ (de facto chief of state) สถาบันที่สำคัญทางการเมือง คือสภาประชาชนทั่วไป (General People's Congress) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดนโยบายและออกกฎหมาย ในเดือนมีนาคม 2543

พ.อ.กัสดาฟีได้ปรับโครงสร้างใหม่ โดยยุบ General People's Committee ซึ่งเป็นองค์กรส่วนกลางมีบทบาททำนองเดียวกับกระทรวงที่รับผิดชอบงานต่าง ๆ และมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารให้มีการกระจายอำนาจออกไปในระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่สำคัญ เช่น กิจกรรมการน้ำมันยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของ พ.อ.กัสดาฟี ซึ่งกุมอำนาจสูงสุดในลิเบีย

ลิเบียเป็นประเทศที่ถือได้ว่าร่ำรวยที่สุดในแอฟริกาตอนเหนือ โดยมีรายได้ต่อหัวประชากรสูงที่สุดและมีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติและแร่ดิบซั่มที่สามารถส่งออกได้อีกหลายสิบปี ประเทศเพื่อนบ้านของลิเบีย เช่น อียิปต์ ตูนิเซีย และโมร็อกโก ได้ส่งคนไปทำงานในลิเบียเป็นจำนวนหลายแสนคน อย่างไรก็ตาม

ภายหลังจากลิเบียส่งมอบผู้ต้องหาหลบวาระเปิดในเครื่องบินโดยสาร สายการบินแพนแอมที่สต็อกแลนด์ ให้ขึ้นศาลที่เนเธอร์แลนด์ เมื่อปี 2542 แล้ว สหประชาชาติได้ยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรต่อลิเบีย ทำให้ลิเบียสามารถติดต่อกับตลาดโลกอย่างเป็นทางการอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นลิเบียก็เริ่มได้รับการยอมรับจากประชาคมระหว่างประเทศ และประเทศยุโรปบางประเทศ ได้เริ่มทำธุรกิจกับลิเบียเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศที่ลิเบียเป็นสมาชิก ได้แก่ UN, OIC, OAU, Arab League, Arab Maghreb Union, และ OAPEC ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อิตาลี เยอรมัน สเปน ฝรั่งเศส

ลิเบียมีความสัมพันธ์ทางการทูตกับไทยตั้งแต่ปี 2520 (ค.ศ. 1977) แต่ยังมีได้เปิดสถานเอกอัครราชทูตในเมืองหลวงของกันและกัน ลิเบียมอบให้เอกอัครราชทูตลิเบียประจำมาเลเซียเป็นเอกอัครราชทูตประจำประเทศไทยอีกตำแหน่งหนึ่ง ส่วนไทยให้เอกอัครราชทูต ณ กรุงไคโรเป็นเอกอัครราชทูตประจำลิเบีย และที่ปรึกษาแรงงานประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ดูแลด้านแรงงานไทยในลิเบีย เนื่องจากไทยส่งคนงานไปทำงานในลิเบีย ตั้งแต่ก่อนปี 2531 (ค.ศ. 1988) ปีละหลายหมื่นคน ในปัจจุบันมีคนงานไทยในลิเบียประมาณ 6,500 คน

ชาวลิเบียมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทย ที่นำเข้าผ่านประเทศอียิปต์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะปลากระป๋องของไทย นอกจากนี้ยังนิยมสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์สี และตู้เย็น) อาหาร (มีความต้องการนำเข้าอาหารจากต่างประเทศ เนื่องจากผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญคือ กลุ่มประเทศในแถบตะวันออกกลาง สหภาพยุโรป และแอฟริกา) เสื้อผ้าสำเร็จรูป และอะไหล่รถยนต์ เป็นต้น ปี พ.ศ. 2541-2545 การส่งออกไปลิเบียมีมูลค่าเฉลี่ย 15.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 254

5 การส่งออกมีมูลค่า 30.6 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2544 ร้อยละ 77.7 ทั้งนี้ สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารทะเลกระป๋อง ผักสด ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องซักผ้าและเครื่องซักแห้ง รองเท้าและชิ้นส่วน เป็นต้น (กลุ่มแอฟริกา สำนักยุโรปฯ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2546)

3.2 กฎระเบียบการค้า

(1) มาตรการด้านภาษี

โครงสร้างภาษีนับเป็นประโยชน์ใช้ระบบภาษีแบบ CCCN (the Customs Co-operation Council Nomenclature) ปัจจุบันไทยยังไม่ได้เป็นสมาชิก WTO ไทยได้ประกาศยกเลิกภาษีสินค้านำเข้ากว่า 3,500 รายการเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2005 ส่วนสินค้าที่เหลือส่วนใหญ่คิดภาษีย้อยละ 4 ทั้งนี้มีสินค้าประมาณ 80 รายการมีภาษีระหว่างร้อยละ 25-50 ซึ่งสินค้าที่มีภาษีสูงส่วนใหญ่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เสื้อขนสัตว์ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสินค้าส่วนใหญ่จะไม่มีภาษีนำเข้า แต่กลับมีภาษี “บริโภค” และภาษี “การผลิต” สำหรับสินค้าบางรายการ (อัตรา 25-50% และ 2% ตามลำดับ) เพื่อปกป้องผู้ผลิตในประเทศ สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมน้ำมันจะได้รับการยกเว้นภาษี สินค้าจากประเทศอาหรับหากที่มีสัดส่วนของวัตถุดิบในประเทศอาหรับเกิน 40% ไม่ต้องเสียภาษี ส่วนการค้ากับกลุ่ม AMU จะปลอดภาษี

การนำเข้าสินค้าชั้นกลางเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกจะสามารถขอคืนภาษีได้หากได้มีการส่งกลับออกไปภายใน 1 ปีนับจากวันนำเข้าวัตถุดิบ

(2) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

การห้ามการนำเข้า ตามกฎหมายไทยห้ามนำเข้าหนังสือลามก เนื้อหมูและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ทำผลิตในอิสราเอล การนำเข้าสุนัขและแมวจะต้องมีใบรับรองแพทย์และจะต้องมีใบรับรองฉีควัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า นอกจากนั้นในบัญชีสินค้าต้องห้ามยังห้ามนำเข้า น้ำแร่ น้ำผลไม้ ชากิ่งสำเร็จรูป กาแฟบางชนิด ผักใบเขียว เป็ดไก่ เนื้อและผักผ่านการถนอมอาหาร เหล้า ถั่วพรมเอเชีย สนุ ของจดหมาย โคมระย้า ปืนเด็กเล่น รถราคาแพง และ เสื้อขนสัตว์

สินค้าควบคุม สินค้าต่อไปนี้จะนำเข้าโดยรัฐเท่านั้น ได้แก่ ยา นม เนื้อสัตว์ ขาหมู
แมลง ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ยาสูบ และ ทอง

ใบอนุญาตส่งออก การส่งออกสินค้าต่อไปนี้จะต้องได้รับใบอนุญาตส่งออกจาก
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อน ได้แก่ ไม้ซุง หนังสัตว์ และสินค้าเกษตร

3.3 ปัญหาการค้าทวิภาคี

(1) การขาดแคลนข้อมูลการค้า และความไม่คุ้นเคยระหว่างภาคเอกชนของสอง
ประเทศ เป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายการค้าระหว่างกัน

(2) ภาคเอกชนไทยขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดลิเบีย เป็นผลจากมาตรการคว่ำบาตรจาก
สหประชาชาติ ทำให้ตลาดลิเบียว่างเว้นจากการติดต่อค้าขายกับนานาประเทศไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง
(2535-2541) มีเพียงระบบการค้าลักลอบกับประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้ชิด โดยเฉพาะอียิปต์

(3) มีข้อจำกัดด้านภาษา เนื่องจากภาษาราชการลิเบียเป็นภาษาอาร
บิก (สำนักยุโรป เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา, 2550)

ดังนั้นจากการศึกษาพบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปแอฟริกา
ถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่ดี และผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยได้รับ
การไว้วางใจ และหลาย ๆ มาตรการที่พบในทวีปนี้ยังนับว่าน้อยนักเมื่อเทียบกับหลายประเทศใน
ยุโรปและอเมริกา หรือภูมิภาคอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามการเข้าไปค้าขายในตลาดนี้จำเป็นต้องทราบ
กฎระเบียบการนำเข้า รสนิยมซึ่งรวมไปถึงข้อจำกัดทางด้านศาสนาด้วย และเนื่องจากประชากรใน
ทวีปแอฟริกา โดยเฉพาะในประเทศที่ทำการศึกษามีประชากรส่วนมากเป็นมุสลิม ดังนั้นจึงต้องทราบ
กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของอาหารฮาลาลด้วย

สภาพทั่วไปของประเทศที่ทำการศึกษา

1. สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ (The Republic of South Africa)

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ประเทศแอฟริกาใต้มีระบบเศรษฐกิจเป็นระบบตลาดเสรี ซึ่งมีโครงสร้างที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนต่างๆ ที่แม้รัฐบาลยังคงควบคุมรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ แต่ผลักดันนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง แอฟริกาใต้มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีความก้าวหน้าที่สุดในทวีปแอฟริกา โดยมีผลผลิตด้านอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 18.7 ผลผลิตด้านแร่ธาตुर้อยละ 6.5 ของ GDP แต่ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของเศรษฐกิจแอฟริกาใต้คือ มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วควบคู่ไปกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาน้อยที่สุดในหมู่ท้องถิ่นคนผิวดำที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ไร้ฝีมือ

เมื่อปี 2538 แอฟริกาใต้ได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) และมีพันธกรณีที่จะต้องดำเนินการในการปรับลดอัตราภาษีนำเข้า สินค้าทุกชนิดภายในระยะเวลาที่กำหนด 12 ปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นไป นอกจากนี้ยังเป็นภาคีสมาชิกของสนธิสัญญา LOME (ปัจจุบัน คือข้อตกลง COTONOU) ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ทางศุลกากรในการส่งออกสินค้าไปยังประชาคมยุโรป นอกจากนี้ยังเป็นภาคีสมาชิกสหพันธ์ศุลกากรแอฟริกาใต้ (Southern African Customs Union - SACU) ซึ่งประกอบด้วยประเทศแอฟริกาใต้ บอตสวานา เลโซโท สวาซิแลนด์ และนามิเบีย ซึ่งประเทศสมาชิกจะไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรระหว่างกัน และจะใช้อัตราภาษีศุลกากรในอัตราเดียวกันในการดำเนินการค้ากับประเทศนอกกลุ่ม ซึ่งหากพิจารณาแล้วแอฟริกาใต้สามารถเป็นประตูการค้า (Gate Way) ในการกระจายสินค้าสู่ประเทศอื่นๆ ในทวีปแอฟริกา เนื่องจากแอฟริกาใต้มีการรวมกลุ่มทางการค้ากับประเทศอื่นๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น Southern African Development Community: SADC และ The Southern African Custom Union: SACU

ไทยและแอฟริกาใต้ได้วางรากฐานความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนด้วยการบรรลุความตกลงว่าด้วยการยกเว้นการเก็บภาษีซ้อนเมื่อกุมภาพันธ์ในปี 2539 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ และความตกลงทางการค้าซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2544 และมีการ

จัดตั้งหอการค้าไทย-แอฟริกาใต้ที่กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2538 โดยกลุ่มนักธุรกิจไทย และแอฟริกาใต้ในประเทศไทยมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้าไทย-แอฟริกาใต้ (Joint Trade Commission – JTC) ในเดือนมิถุนายน 2546 และได้มีการประชุมครั้งแรกที่กรุงพริทอเรีย เมื่อวันที่ 7-8 ธันวาคม 2546 และได้มีการประชุมครั้งที่ 2 ที่เมืองพัทยา เมื่อวันที่ 20-21 พฤษภาคม 2548 นอกจากนี้ความตกลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างไทยกับแอฟริกาใต้ ได้แก่ อนุสัญญาเพื่อ ยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าระหว่างกัน และความตกลงทางการค้า

ปัจจุบันไทยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 1 ของแอฟริกาใต้ ในกลุ่มประเทศอาเซียน ในขณะที่แอฟริกาใต้เป็นคู่ค้าลำดับที่ 1 ของไทยในทวีปแอฟริกา สินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกที่ไทยส่งออก ไปยังแอฟริกาใต้ คือ 1) ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2) ข้าว 3) น้ำมันสำเร็จรูป 4) เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ 5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของ เครื่องจักรกล 6) ผลิตภัณฑ์ยาง 7) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ 8) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป 9) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 10) เม็ดพลาสติก

1.2 กฎระเบียบการนำเข้าและมาตรการทางการค้าของแอฟริกาใต้

(1) การออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit)

ใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit) มีหลายชนิดหลายประเภท แยกตามชนิดของสินค้า เช่น สินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งในแต่ละหมวดสินค้าสามารถแยกเป็น แต่ละประเภทสินค้า โดยจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบพิจารณาการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้นำเข้า ซึ่งอาหารกระป๋องนั้น จะต้องได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรและกิจการที่ดินของแอฟริกาใต้ ซึ่งจะเป็นผู้พิจารณา และการขอใบอนุญาตนั้นผู้ขอมิใบอนุญาตจะต้องมีเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางการแอฟริกาใต้กำหนด และใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ในการดำเนินการขอใบอนุญาตและใบอนุญาตดังกล่าวจะต้องทำการต่ออายุทุก 6 เดือน

(2) ระบบภานีนำเข้า

เนื่องจากแอฟริกาได้ปิดประเทศมาเป็นระยะเวลานานในช่วงที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการการคว่ำบาตรสหประชาชาติ อันสืบเนื่องจากนโยบายการปกครองโดยแบ่งแยกสีผิว ทำให้แอฟริกาได้จำต้องพึ่งพาตนเองตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าว ดังนั้นเพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมการผลิตภายในประเทศ จึงได้นำมาตรการด้านภานีนำเข้าที่มีอัตราที่ค่อนข้างสูงมาบังคับใช้ แต่ภายหลังจากที่แอฟริกาได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO และมีพันธะที่จะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงในการปรับลดอัตราภาษีศุลกากรขาเข้า แต่มีแนวโน้มว่าสินค้าจะไม่สามารถแข่งขันในท้องตลาดได้ ปัจจุบันรัฐบาลแอฟริกาได้มีการพิจารณาใช้มาตรการเสริมเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมบางประเภท ควบคู่ไปกับมาตรการปรับลดอัตราภาษีลง เช่น ปี 2545 มีการลดอัตราภาษีสำหรับเส้นใยจะเหลือร้อยละ 7.5 ด้าย ร้อยละ 15 ผ้าฝ้าย ร้อยละ 22 เคหะสิ่งทอ ร้อยละ 30 และเสื้อผ้าเหลือ ร้อยละ 40 ถึงกระนั้นก็ตาม เพื่อให้อุตสาหกรรมภายในประเทศสามารถปรับตัวให้แข่งขันได้ และเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมส่งออกของแอฟริกาได้ ส่งผลให้ แอฟริกาได้ยังคงมีการปรับเพิ่มอัตราภาษีศุลกากรในช่วงบางเวลาอยู่ด้วย หากทางการแอฟริกาได้พิจารณาเห็นว่าปริมาณการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามามาก โดยใช้บทเฉพาะกาลตามข้อกำหนดใน WTO เป็นข้ออ้าง และการคำนวณอัตราภานีนำเข้า จะคิดจากราคา F.O.B.

(3) ระเบียบและขั้นตอนการนำเข้า

การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมายังแอฟริกาใต้ คือ ต้องผ่านกระบวนการการตรวจสอบจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละประเภทของสินค้า เพื่อขอมี Import Permit ที่เกี่ยวข้องแล้ว นอกจากนี้แอฟริกาใต้กำหนดมาตรการเฉพาะของการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในสินค้าบางประเภทด้วย เช่น สินค้าอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ซึ่งก่อนที่จะได้รับการอนุญาตให้นำเข้าประเทศได้จะต้องผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมแอฟริกาใต้ (South African Bureau of Standards – SABS) และหากสินค้าไม่ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้สินค้านั้นจะต้องถูกส่งกลับออกไป หรือ ต้องแสดงบนฉลากสินค้าว่าเป็น สินค้าต่ำกว่าระดับมาตรฐาน (Sub-Standard)

(4) เอกสารประกอบการนำเข้า

เอกสารที่ต้องใช้ในการประกอบเพื่อผ่านพิธีทางศุลกากรได้แก่

- Commercial Invoice
- Bill of Lading หรือ Airway Bill
- Packing List
- Import License (สำหรับสินค้าบางประเภท)
- Insurance Certificate
- Phytosanitary Certificate
- Marking of Goods and Packages
- Certificate of Origin (Form DA 59)

1.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในแอฟริกาใต้

ผู้บริโภคแอฟริกาใต้ส่วนใหญ่ เป็นผู้บริโภคที่มีมาตรฐาน และคุณภาพชีวิตค่อนข้างสูง จึงพยายามรักษาสีผิว และปกป้องผลประโยชน์ของตน ซึ่งจะเน้นสินค้าที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และผลิตตามกรรมวิธีที่ถูกสุขอนามัย โดยจะเลือกหาซื้อสินค้าตามคำแนะนำ และการรับรอง คุณภาพ / มาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรสนิยมโดยทั่วไปผู้บริโภคชาวแอฟริกาใต้ได้รับอิทธิพลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าคล้ายกับประเทศในยุโรป หรืออเมริกา แต่ปัจจุบันเริ่มหันมานิยมสินค้าจากประเทศทางแถบเอเชียเพิ่มมากขึ้น

1.4 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้ากับไทย

(1) มาตรการทางด้านภาษี มีการเก็บภาษีสินค้าผลไม้ที่ในอัตราร้อยละ 30 และสินค้าบางประเภทที่ต้องการปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศ อาจมีการเก็บภาษีนำเข้าสูงกว่าที่โครงสร้างสินค้ากำหนดไว้ เช่น สินค้าสิ่งทอประเภทเสื้อแจ็คเก็ต จะถูกเก็บภาษীর้อยละ 54

(2) มาตรการที่มีใช้ภาษี มีหลายรูปแบบด้วยกัน แต่มาตรการที่มีผลกระทบต่อสินค้าไทยโดยตรงมี ดังนี้

- Import and Export Control Act ว่าด้วยการควบคุมการนำเข้า โดยให้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นผู้ดูแลการค้า
- Agricultural Product Standards Act ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยให้กระทรวงเกษตรเป็นผู้ดูแลกฎหมาย
- Foodstuff Cosmetic and Disinfectants Act ว่าด้วยการควบคุมการขายสินค้าอาหาร เครื่องสำอาง และยาดับกลิ่น
- Animal Disaster Act ว่าด้วยการควบคุมโรคระบาดในสัตว์ ส่งเสริมสุขอนามัยของสัตว์ และควบคุมการนำเข้าสัตว์
- Agricultural Pests Act ว่าด้วยการควบคุมการนำเข้าพืช สัตว์ดิน เข้ามาในประเทศแอฟริกาใต้ โดยให้กระทรวงเกษตรเป็นผู้ดูแล
- Liquor Products Act ว่าด้วยการนำเข้าสุรา
- Standard Act ว่าด้วยมาตรฐานสินค้าโดยให้ South Africa Bureau of Standard เป็นผู้ดูแลกฎหมาย
- Regulations Governing the Labeling and Advertising of Foodstuffs เป็นกฎระเบียบที่กำหนดให้สินค้าอาหารที่จำหน่ายต้องมีสติกเกอร์ติดอยู่ อาทิ ระบุต้นทาง ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิต และที่อยู่ คำแนะนำการใช้ ส่วนประกอบ และการเก็บรักษา
- Regulations Governing the Maximum Limits for Pesticide Residues that may be Present in Foodstuffs ว่าด้วยปริมาณสารตกค้างในอาหาร โดยเฉพาะผลไม้
- มาตรการของธนาคารโลกในการควบคุมการโอนเงินออกต่างประเทศ โดยโอนได้ไม่เกิน 50,000 แรนด์ หรือเป็นเครื่องจักรให้โอนได้เงินล่วงหน้าได้ไม่เกิน 1 ใน 3 ของมูลค่าเครื่องจักร

แอฟริกาใต้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสินค้าสิ่งทอสูงมากโดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือร้อยละ 40 เพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าของไทยและประเทศอื่นๆ ดังนั้นหากประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในด้านต่างๆกับแอฟริกาใต้มากขึ้นแล้วและสามารถเจรจาลดภาษีนำเข้าลงได้บ้างแล้วจะเป็นการช่วยสร้างโอกาสให้การส่งออกสิ่งทอของไทยได้มากขึ้น นอกจากเรื่องภาษีแล้วแอฟริกาใต้ยังมีมาตรการที่มีใช้ภาษี คือมีการณรงค์ให้ประชาชนหันมาซื้อสินค้าที่ผลิตภายในประเทศโดยใช้ตราสัญลักษณ์ Proudly South Africa (สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549)

2. สหราชอาณาจักรอียิปต์ (Arab Republic of Egypt)

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

อียิปต์ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ โดยมีประธานาธิบดีเป็นประมุข รัฐสภาอียิปต์มี 2 สภา คือ สภาประชาชน (People's Assembly) และสภาที่ปรึกษา (Shura Council) ปี พ.ศ. 2544 มีรายได้ประชาชาติต่อหัว 3,700 เหรียญสหรัฐ และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) 258 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ในปัจจุบันอียิปต์ได้เข้าไปร่วมเป็นสมาชิกตลาดร่วมแอฟริกาตะวันออกและใต้ (Common Market of Eastern and Southern Africa – COMESA) ในปี 2541 (ค.ศ. 1998) โดยมีจุดมุ่งหมายขยายตลาดสินค้าอียิปต์เข้าไปยังประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกา ฝ่ายไทยจึงอาจพิจารณาสนับสนุนให้นักลงทุนไปลงทุน/ร่วมลงทุนในอียิปต์เพื่อการส่งออกไปยังตลาดร่วมแอฟริกาในอนาคตหรือมุ่งใช้อียิปต์เป็นประตูสู่ประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกา เมื่อเดือน มิ.ย. 44 อียิปต์ได้ลงนามร่วมกับสหภาพยุโรป (อียู) ในความตกลง Euro-Mediterranean Association Agreement ซึ่งจะมีผลต่อความสัมพันธ์กับ EU ในด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ การเงิน สังคม วัฒนธรรมและการกงสุล และจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดเขตการค้าเสรีระหว่างยุโรปและอียิปต์ต่อไปในอนาคต

ประเทศไทยและสาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2497 (ค.ศ. 1954) โดยอียิปต์เป็นประเทศแรกในกลุ่มอาหรับที่ไทยสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตด้วย ทั้งสองฝ่ายมีความสัมพันธ์ที่ราบรื่นและต่างสนับสนุนกันในเวทีระหว่างประเทศเรื่อยมา ไม่มีปัญหาทางการเมืองระหว่างกัน และมีการแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกันเป็นประจำในหลายระดับทั้งจากรัฐสภา รัฐบาล ภาคธุรกิจเอกชน สื่อมวลชนและประชาชนของทั้งสองประเทศ

สินค้าที่ไทยส่งออกไปอียิปต์ ที่สำคัญได้แก่ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไปยาสูบ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ (สำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูป อียิปต์ระบุให้เป็นสินค้าห้ามเข้า แต่ก็มีมีการลักลอบนำเข้า โดยจะทำในลักษณะการค้านอกกรอบแบบ) ปัจจุบันไทยและอียิปต์มีความตกลงทวิภาคีไทย – อียิปต์เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนได้แก่

- ความตกลงทางการค้าไทย – อียิปต์ ลงนามความตกลงทางการค้าระหว่างกันเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2527 (1984) โดยความตกลงดังกล่าวมีผลบังคับใช้ ณ วันลงนาม

- ความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน(Agreement between the Arab Republic of Egypt and the Kingdom of Thailand on the Promotion and Protection of Investments) ทั้งสองฝ่ายลงนามย่อในร่างความตกลงฯ ไว้เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2536 และได้มีการลงนามระหว่างกันแล้วในโอกาสการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา ครั้งที่ 10 UNCTAD X ที่กรุงเทพฯ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543

- การจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีไทย-อียิปต์ (Thai-Egypt Joint Commission) ไทยและอียิปต์ได้ร่วมกันจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทวิภาคีระหว่างสองประเทศตั้งแต่เดือนกันยายน 2532 โดยได้ลงนามกันในหนังสือแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Exchange of Note)

2.2 กฎระเบียบการค้า (สำนักยุโรป เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา, 2550)

(1) มาตรการด้านภาษี สำหรับโครงสร้างภาษี อัตราภาษีศุลกากร MFN เหลือที่เก็บจริงเท่ากับร้อยละ 20 อัตราภาษี สินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ เหลือร้อยละ 12.8 สำหรับสินค้าเกษตรอัตราภาษีอยู่ในเกณฑ์สูง อัตราเหลือร้อยละ 66.4 สินค้าบางตัวมีอัตราภาษีที่สูงกว่า 1,000 % เช่น ไวน์ และเหล้ากลั่น

(2) มาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากร

- การควบคุมคุณภาพ สินค้านำเข้าหลายรายการต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยหน่วยงาน the General Organization for Export and Import Control ภายใน 1 สัปดาห์นับจากวันที่มีการนำเข้า โดยจะมีการสุ่มตรวจร้อยละ 1 จากสินค้านำเข้าแต่ละครั้ง สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจะต้องถูกส่งกลับออกไปหรือจะต้องถูกทำลาย

- การห้ามนำเข้า อียิปต์ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปหลายประเภท ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า สำเร็จรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ยกเว้นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อไปในเขตการค้าเสรีที่กำหนด

2.3 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) อียิปต์ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปหลายประเภท ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า สำเร็จรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ยกเว้นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อในเขตการค้าเสรีที่กำหนดขึ้นทำให้ไทยไม่สามารถส่งสินค้าประเภทนี้เข้าจำหน่ายในตลาดอียิปต์

(2) อียิปต์มีนโยบายการเงินการคลังที่เข้มงวด เพื่อควบคุมภาวะเงินเฟ้อและการขาดดุลภายในประเทศ รวมทั้งการเข้มงวดในการเคลื่อนย้ายเงิน และการเคลื่อนไหวของการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

(3) อียิปต์กำหนดมาตรฐานสินค้าปลาทุ่นากระป๋องแตกต่างจากมาตรฐานสากล (ISO และ CODEX) และมีวิธีการตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวด ส่งผลให้ปลากระป๋องของไทยประสบปัญหาการส่งออก

(4) เอกสารกำกับสินค้าที่ส่งออกไปยังอียิปต์ต้องได้รับการรับรองจากสถานทูตอียิปต์ก่อน จึงสามารถผ่านพิธีการศุลกากรได้ และค่าธรรมเนียมการประทับตรารับรองเอกสาร (Legalization) สูงมาก ประมาณ 3,000 บาทต่อชุด

3. สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย (The Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya)

3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ประเทศลิเบียมีประชากร 5,2 ล้านคน (มีชาวต่างชาติประมาณ 6 แสนกว่าคน) ทรัพยากรธรรมชาติ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและแร่อียิปต์ สกุดเงินประจำชาติได้แก่ลิเบียนดิงาร์ (LYD) รายได้ประชาชาติต่อหัว 7,900 ดอลลาร์สหรัฐ ฯ (2000) มีรูปแบบการปกครองอัตตาธิปไตย โดย พ.อ.กัศดาฟี เป็นผู้มีอำนาจเด็ดขาด แม้ว่าจะไม่ถือว่าเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการ (de facto chief of state) สถาบันที่สำคัญทางการเมือง คือสภาประชาชนทั่วไป (General People's Congress) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดนโยบายและออกกฎหมาย ในเดือนมีนาคม 2543

พ.อ.กัสดาฟีได้ปรับโครงสร้างใหม่ โดยยุบ General People's Committee ซึ่งเป็นองค์กรส่วนกลางมีบทบาททำนองเดียวกับกระทรวงที่รับผิดชอบงานต่าง ๆ และมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารให้มีการกระจายอำนาจออกไปในระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่สำคัญ เช่น กิจกรรมการน้ำมันยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของ พ.อ.กัสดาฟี ซึ่งกุมอำนาจสูงสุดในลิเบีย

ลิเบียเป็นประเทศที่ถือได้ว่าร่ำรวยที่สุดในแอฟริกาตอนเหนือ โดยมีรายได้ต่อหัวประชากรสูงที่สุดและมีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติและแร่ดิบซั่มที่สามารถส่งออกได้อีกหลายสิบปี ประเทศเพื่อนบ้านของลิเบีย เช่น อียิปต์ ตูนิเซีย และโมร็อกโก ได้ส่งคนไปทำงานในลิเบียเป็นจำนวนหลายแสนคน อย่างไรก็ตาม

ภายหลังจากลิเบียส่งมอบผู้ต้องหาหลบวาระเปิดในเครื่องบินโดยสาร สายการบินแพนแอมที่สต็อกแลนด์ ให้ขึ้นศาลที่เนเธอร์แลนด์ เมื่อปี 2542 แล้ว สหประชาชาติได้ยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรต่อลิเบีย ทำให้ลิเบียสามารถติดต่อกับตลาดโลกอย่างเป็นทางการอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นลิเบียก็เริ่มได้รับการยอมรับจากประชาคมระหว่างประเทศ และประเทศยุโรปบางประเทศ ได้เริ่มทำธุรกิจกับลิเบียเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศที่ลิเบียเป็นสมาชิก ได้แก่ UN, OIC, OAU, Arab League, Arab Maghreb Union, และ OAPEC ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อิตาลี เยอรมัน สเปน ฝรั่งเศส

ลิเบียมีความสัมพันธ์ทางการทูตกับไทยตั้งแต่ปี 2520 (ค.ศ. 1977) แต่ยังมีได้เปิดสถานเอกอัครราชทูตในเมืองหลวงของกันและกัน ลิเบียมอบให้เอกอัครราชทูตลิเบียประจำมาเลเซียเป็นเอกอัครราชทูตประจำประเทศไทยอีกตำแหน่งหนึ่ง ส่วนไทยให้เอกอัครราชทูต ณ กรุงไคโรเป็นเอกอัครราชทูตประจำลิเบีย และที่ปรึกษาแรงงานประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ดูแลด้านแรงงานไทยในลิเบีย เนื่องจากไทยส่งคนงานไปทำงานในลิเบีย ตั้งแต่ก่อนปี 2531 (ค.ศ. 1988) ปีละหลายหมื่นคน ในปัจจุบันมีคนงานไทยในลิเบียประมาณ 6,500 คน

ชาวลิเบียมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทย ที่นำเข้าผ่านประเทศอียิปต์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะปลากระป๋องของไทย นอกจากนี้ยังนิยมสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์สี และตู้เย็น) อาหาร (มีความต้องการนำเข้าอาหารจากต่างประเทศ เนื่องจากผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญคือ กลุ่มประเทศในแถบตะวันออกกลาง สหภาพยุโรป และแอฟริกา) เสื้อผ้าสำเร็จรูป และอะไหล่รถยนต์ เป็นต้น ปี พ.ศ. 2541-2545 การส่งออกไปลิเบียมีมูลค่าเฉลี่ย 15.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 254

5 การส่งออกมีมูลค่า 30.6 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2544 ร้อยละ 77.7 ทั้งนี้ สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารทะเลกระป๋อง ผักสด ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องซักผ้าและเครื่องซักแห้ง รองเท้าและชิ้นส่วน เป็นต้น (กลุ่มแอฟริกา สำนักยุโรปฯ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2546)

3.2 กฎระเบียบการค้า

(1) มาตรการด้านภาษี

โครงสร้างภาษีนับเป็นประโยชน์ใช้ระบบภาษีแบบ CCCN (the Customs Co-operation Council Nomenclature) ปัจจุบันอินเดียยังไม่ได้เป็นสมาชิก WTO ลิเบียประกาศยกเลิกภาษีสินค้านำเข้ากว่า 3,500 รายการเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2005 ส่วนสินค้าที่เหลือส่วนใหญ่คิดภาษีย้อยละ 4 ทั้งนี้มีสินค้าประมาณ 80 รายการมีภาษีระหว่างร้อยละ 25-50 ซึ่งสินค้าที่มีภาษีสูงส่วนใหญ่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เสื้อขนสัตว์ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสินค้าส่วนใหญ่จะไม่มีภาษีนำเข้า แต่กลับมีภาษี “บริโภค” และภาษี “การผลิต” สำหรับสินค้าบางรายการ (อัตรา 25-50% และ 2% ตามลำดับ) เพื่อปกป้องผู้ผลิตในประเทศ สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมน้ำมันจะได้รับการยกเว้นภาษี สินค้าจากประเทศอาหรับหากที่มีสัดส่วนของวัตถุดิบในประเทศอาหรับเกิน 40% ไม่ต้องเสียภาษี ส่วนการค้ากับกลุ่ม AMU จะปลอดภาษี

การนำเข้าสินค้าชั้นกลางเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกจะสามารถขอคืนภาษีได้หากได้มีการส่งกลับออกไปภายใน 1 ปีนับจากวันนำเข้าวัตถุดิบ

(2) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

การห้ามการนำเข้า ตามกฎหมายห้ามนำเข้าหนังสือลามก เนื้อหมูและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผลิตในอิสราเอล การนำเข้าสุนัขและแมวจะต้องมีใบรับรองแพทย์และจะต้องมีใบรับรองฉีควัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า นอกจากนั้นในบัญชีสินค้าต้องห้ามยังห้ามนำเข้า น้ำแร่ น้ำผลไม้ ชากิ่งสำเร็จรูป กาแฟบางชนิด ผักใบเขียว เป็ดไก่ เนื้อและผักผ่านการถนอมอาหาร เหล้า ถั่วพรมเอเชีย สนุ ของจดหมาย โคมระย้า ปืนเด็กเล่น รถราคาแพง และ เสื้อขนสัตว์

สินค้าควบคุม สินค้าต่อไปนี้จะนำเข้าโดยรัฐเท่านั้น ได้แก่ ยา นม เนื้อสัตว์ ขาหมู
แมลง ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ยาสูบ และ ทอง

ใบอนุญาตส่งออก การส่งออกสินค้าต่อไปนี้จะต้องได้รับใบอนุญาตส่งออกจาก
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อน ได้แก่ ไม้ซุง หนังสัตว์ และสินค้าเกษตร

3.3 ปัญหาการค้าทวิภาคี

(1) การขาดแคลนข้อมูลการค้า และความไม่คุ้นเคยระหว่างภาคเอกชนของสอง
ประเทศ เป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายการค้าระหว่างกัน

(2) ภาคเอกชนไทยขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดลิเบีย เป็นผลจากมาตรการคว่ำบาตรจาก
สหประชาชาติ ทำให้ตลาดลิเบียว่างเว้นจากการติดต่อค้าขายกับนานาประเทศไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง
(2535-2541) มีเพียงระบบการค้าลักลอบกับประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้ชิด โดยเฉพาะอียิปต์

(3) มีข้อจำกัดด้านภาษา เนื่องจากภาษาราชการลิเบียเป็นภาษาอาร
บิก (สำนักยุโรป เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา, 2550)

ดังนั้นจากการศึกษาพบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปแอฟริกา
ถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่ดี และผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยได้รับ
การไว้วางใจ และหลาย ๆ มาตรการที่พบในทวีปนี้ยังนับว่าน้อยนักเมื่อเทียบกับหลายประเทศใน
ยุโรปและอเมริกา หรือภูมิภาคอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามการเข้าไปค้าขายในตลาดนี้จำเป็นต้องทราบ
กฎระเบียบการนำเข้า รสนิยมซึ่งรวมไปถึงข้อจำกัดทางด้านศาสนาด้วย และเนื่องจากประชากรใน
ทวีปแอฟริกา โดยเฉพาะในประเทศที่ทำการศึกษามีประชากรส่วนมากเป็นมุสลิม ดังนั้นจึงต้องทราบ
กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของอาหารฮาลาลด้วย

บทที่ 4

อาหารฮาลาล

ความหมายของ “ฮาลาล”

“ฮาลาล” (Halal) เป็นภาษาอาหรับแปลว่า ถูกต้องตามกฎหมาย (Lawful) หรืออนุญาต (Permit) ซึ่งตรงข้ามกับคำว่า “ฮารอม” (Harom) ที่แปลว่าผิดกฎหมาย (Unlawful) หรือต้องห้าม (Prohibit) สำหรับกรณีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหาร คำว่า “อาหารฮาลาล” หมายถึง อาหารที่ผลิตขึ้นอย่างถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้ (ยูซุฟ อัลกรอดอวีย์ , 2544)

การผลิตอาหารฮาลาล จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือหลักการซึ่งอาจจะดูเป็นข้อจำกัดบางอย่าง แต่ในความเป็นจริงแล้ว การผลิตอาหารฮาลาลจะยึดหลักในเรื่องของโภชนาการ ความสะอาด ถูกหลักอนามัย ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพของคนโดยทั่วไป

อาหารโดยทั่วไปนั้นประกอบไปด้วย

1. อาหารที่ฮาลาล (อนุญาต) ในตัวของมันเอง เช่น น้ำ ข้าว แป้ง น้ำตาลทราย ปลา อาหารทะเล

2. อาหารฮารอม (ต้องห้าม) ในตัวของมันเอง ได้แก่

2.1 อาหารที่มาจากสัตว์ ได้แก่

- 1) หมู หมูป่า สุนัข งู ลิง
- 2) สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
- 3) สัตว์ที่มีพิษหรือสัตว์นำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมลงป่อง และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

4) สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักการของศาสนาอิสลาม เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน

5) สัตว์ที่พิจารณาโดยทั่วไปแล้วว่าเป็นสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น เหา แมลงวัน หนอน และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

6) สัตว์ที่มีลักษณะ เช่นเดียวกับลา

7) สัตว์ที่มีพิษและเป็นอันตรายทุกชนิด

8) สัตว์อื่นๆ ที่ไม่ได้เชือดตามหลักการของศาสนาอิสลาม

2.2 อาหารที่มาจากพืชได้แก่ พืชที่มีพิษและเป็นอันตรายทุกชนิด

2.3 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือที่มีส่วนผสมที่เป็นอันตรายและเป็นพิษ

3. อาหารที่จำเป็นต้องทำให้สะอาด คือถูกต้องตามหลักการ เช่น เนื้อวัว เนื้อไก่ เป็นต้น ซึ่งการผลิตและการประกอบอาหารฮาลาลทุกชนิดจะต้องมีการปฏิบัติทุกขั้นตอนอย่างถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ตั้งแต่วิธีการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษา ซึ่งมีหลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

3.1. ขั้นตอนการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การขนส่งและการเก็บรักษา จะต้องมีการตรวจสอบอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม

วิธีการเชือดหรือการฆ่าสัตว์

1) คนเชือดต้องเป็นมุสลิมและมีความรู้เกี่ยวกับการเชือดสัตว์มาตามหลักการของศาสนาอิสลาม

2) สัตว์ที่จะนำมาเชือดจะต้องเป็นสัตว์ที่หลักการของศาสนาอิสลามกำหนดว่าเป็นสัตว์ที่เชือดได้

3) สัตว์ที่จะนำมาเชือดจะต้องเป็นสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ หรือลงความเห็นว่ายังมีชีวิตอยู่ในระหว่างที่กำลังเชือด

4) หัวของสัตว์จะต้องหันตรงไปยังกิบละห์** (คือ ทิศที่กะบะห์ตั้งอยู่ ซึ่งจะตรงกับทิศตะวันตก)

- 5) จะต้องมีการกล่าวคำว่า “บิสมิลละห์” (ในนามของอัลเลาะห์) ในระหว่างการเชือด
- 6) มีดที่ใช้เชือดจะต้องคมและไม่มีการเอาออกกลางคันในระหว่างที่กำลังเชือดอยู่
- 7) การเชือดนั้นต้องให้หลอดลม หลอดอาหาร เส้นเลือดใหญ่ (โลหิตแดง) และเส้นเลือดดำที่คอหอยตัดขาด

3.2 การผลิตอาหารฮาลาลจะต้องแยกสถานที่ผลิตที่ไม่ปะปนกับการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมการผลิต กระบวนการผลิตและสถานที่เก็บรักษา เช่น อาหารแปรรูปต่าง ๆ หรืออาหารทะเลนั้นเมื่อแปรรูปเป็นอาหารทะเลกระป๋อง กระบวนการผลิต ปรงแต่งบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการ ซึ่งอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด



ภาพที่ 11 ตราฮาลาล

“เครื่องหมายฮาลาล” คือเครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่าภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่ง

** กิบละห์ (Qibla) คือ ทิศทางที่ชาวมุสลิมจะต้องหันหน้าไปเมื่อทำพิธีละหมาด (Pray) และเป็นที่ตั้งของกะบะห์ (Ka'ba) ในคัมภีร์อัลกุรอาน ได้บันทึกไว้เกี่ยวกับกะบะห์ว่าเป็น “ the first house built for mankind, was in Mecca, to bless and guide all word ” ตั้งอยู่ ณ นครเมกกะห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย

ประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น (บดินทร์ ชูวโสภี, 2550)

มาตรฐานอาหารฮาลาล

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด "สายโซ่การผลิต" จะต้อง "ฮาลาล" คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง "ฮารอม" คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาล จะแตกต่างกันในหลักการสำคัญคือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหาร โดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม (ทองคำมะหะหมัด, 2550) ซึ่งรายละเอียดกล่าวไว้ในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้า 1.2 ศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) 2. หลักการสำคัญ 2.1 ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม) 2.3 คอยฮิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม - ความสะอาด - ความปลอดภัยจากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน - คุณค่าทางโภชนาการ - รักษาสิ่งแวดล้อม 3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 องค์การศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิม ที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ 4. ระบบมาตรฐาน 4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาล ซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (คอยฮิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 4.2 ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)	1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 องค์กรระหว่างประเทศ 1.2 องค์กรเอกชน 2. หลักการสำคัญ 2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด 2.2 การประกันคุณภาพ (Q.A.) - ความสะอาด - ความปลอดภัย - คุณค่าทางโภชนาการ 3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 หน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้อง เป็นมุสลิม มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ 4. ระบบมาตรฐาน 4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อย หลายลักษณะ เช่น มาตรฐานโรงงานมาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น 4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP, ISO, HACCP

ตารางที่ 4 (ต่อ)

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
5. ปัจจัยการผลิต 5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า "ฮาลาล" ปราศจากสิ่ง "ฮารอม" 5.2 กระบวนการผลิต จะต้อง "ฮาลาล" ทุกขั้นตอน 5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาดปลอดภยันจากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิด และไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล 5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาด และไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล 5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาล ไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสน และเข้าใจผิดของผู้บริโภค 5.6 การล้างวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	5. ปัจจัยการผลิต 5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยไม่คำนึงว่าฮาลาลหรือไม่ 5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิต มุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ
6. พนักงาน 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลในขณะผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ต้องเป็นมุสลิมมีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่ส่งคมรังเกียจ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	6. พนักงาน 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม

ที่มา: นางลักษณ์ พยัคณศิรินาวิน (2550)

4.3 ประชากรมุสลิม

จำนวนประชากรมุสลิม

ในปัจจุบันประชากรโลกมีประมาณ 5.9 พันล้านคน (U.S. Census Bureau, International Database, 1998.) เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลามหรือที่เรียกว่า ชาวมุสลิมประมาณ 1 ใน 4 หรือมากกว่า 1,000 ล้านคนอาศัยอยู่ในประเทศต่างๆ กว่าร้อยประเทศ ถ้าประเทศใดมีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามก็จะเรียกประเทศนั้นว่าประเทศมุสลิม(Muslim Country) ประเทศอื่นๆ ก็เรียกว่าไม่ใช่ประเทศมุสลิม (Non-muslim Country) ซึ่งประเทศมุสลิมได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน ปากีสถาน บังกลาเทศ อัฟกานิสถาน บางประเทศในแอฟริกา และประเทศในแคว้นตะวันออกกลางเกือบทุกประเทศ โดยในประเทศมุสลิมเหล่านี้จะมีประชากรมุสลิม ถึงร้อยละ 90 หรือมากกว่านั้น แต่ในหลายประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมก็มี

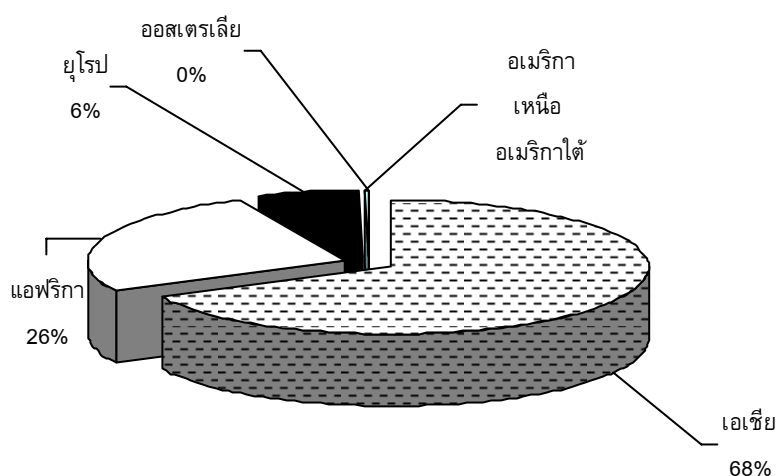
ประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามอยู่ไม่น้อย เช่น ในรัสเซียมีประชากรมุสลิมอยู่ประมาณ 50 ล้านคน ในจีนและอินเดียมีประเทศละมากกว่าร้อยล้านคน ในอเมริกาเหนือมีประมาณ 8 ล้านคน เมืองใหญ่ในอเมริกาเหนือ เช่น นิวยอร์ก ชิคาโก ไดทรอยต์ เป็นต้น ก็มีมุสลิมอาศัยอยู่ (ทรงชัย ไสเสวตวารี 2538,15)

ในกลุ่มประเทศแอฟริกามีประชากรรวมกันประมาณ 658 ล้านคน เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลามหรือเป็นมุสลิมประมาณ 294.3 ล้านคน ดังตารางที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 45 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มแอฟริกาตอนเหนือ ได้แก่ ประเทศอัลจีเรีย จิบูตี อียิปต์ ลิเบีย โมร็อกโก ตูนิเซีย ไนเจอร์ มอริตานิ และซูดาน นอกจากนี้ยังมีสาธารณรัฐแอฟริกาใต้อีกด้วย

ตารางที่ 5 การกระจายของประชากรมุสลิม

ทวีป	จำนวน (ล้านคน)
เอเชีย	770.3
แอฟริกา	294.3
ยุโรป	72.7
อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้	4.5
ออสเตรเลีย	0.06

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออกและสำนักจุฬาราชมนตรี. 2540. ฮาลาลมิใช่ฮารอม : ตลาดส่งออกอาหารมุสลิม. เอกสารประกอบการสัมมนาของกรมส่งเสริมการค้าส่งออกร่วมกับสำนักจุฬาราชมนตรี. โรงแรม บีพี แกรนด์ทาวเวอร์ จังหวัดสงขลา, 27 กุมภาพันธ์.



ภาพที่ 12 การกระจายของประชากรมุสลิม

สำหรับทวีปเอเชียเป็นทวีปที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของจำนวนประชากรมุสลิมทั้งหมด ดังแผนภาพที่ 4.1 ซึ่งภูมิภาคสำคัญที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่ได้แก่ กลุ่มในประเทศตะวันออกกลางซึ่งมีทั้งหมด 15 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย โอมาน อิหร่าน อิรัก เยเมน คูเวต บาห์เรน กาตาร์ ตุรกี จอร์แดน เลบานอน ซีเรีย ไซปรัส และอิสราเอล มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 206 ล้านคน นับถือศาสนาอิสลาม

ประมาณ 200 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 95 โดยประชากรของกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง นอกจากจะเป็นชาวอาหรับพื้นเมืองแล้วยังประกอบด้วยชาวต่างชาติที่เข้าไปอาศัยอยู่ ตัวอย่างเช่น ประเทศอาหรับกลุ่มอ่าวอาระเบีย (AGCC) ในปี 1999 มีประชากรทั้งสิ้น 28.7 ล้านคน โดยแบ่งเป็นชาวอาหรับ 18.4 ล้านคน ชาวต่างชาติ 10.3 ล้านคน ดังนั้นโอกาสทางการตลาดอาหารฮาลาลมีอยู่อย่างมาก เนื่องจากเหตุผลต่างๆ ดังนี้

1. จำนวนประชากรมุสลิมที่อาศัยอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรโลก หรือมีมากกว่า 1,000 ล้านคน ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดหรือกลุ่มลูกค้าที่ใหญ่มากกลุ่มหนึ่ง โดยภูมิภาคที่สำคัญที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่ได้แก่ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง โดยประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 95 นับถือศาสนาอิสลาม หรือเป็นชาวมุสลิมซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีรายได้จากการส่งออกน้ำมันเป็นหลัก ทำให้มีอำนาจการซื้อสูง โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้อาหารฮาลาลของไทยมีโอกาสนในการขยายตัวในภูมิภาคนี้ดังนี้

1.1 ความมั่นคงทางการเมืองและการมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ซึ่งเป็นผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในภูมิภาคนี้

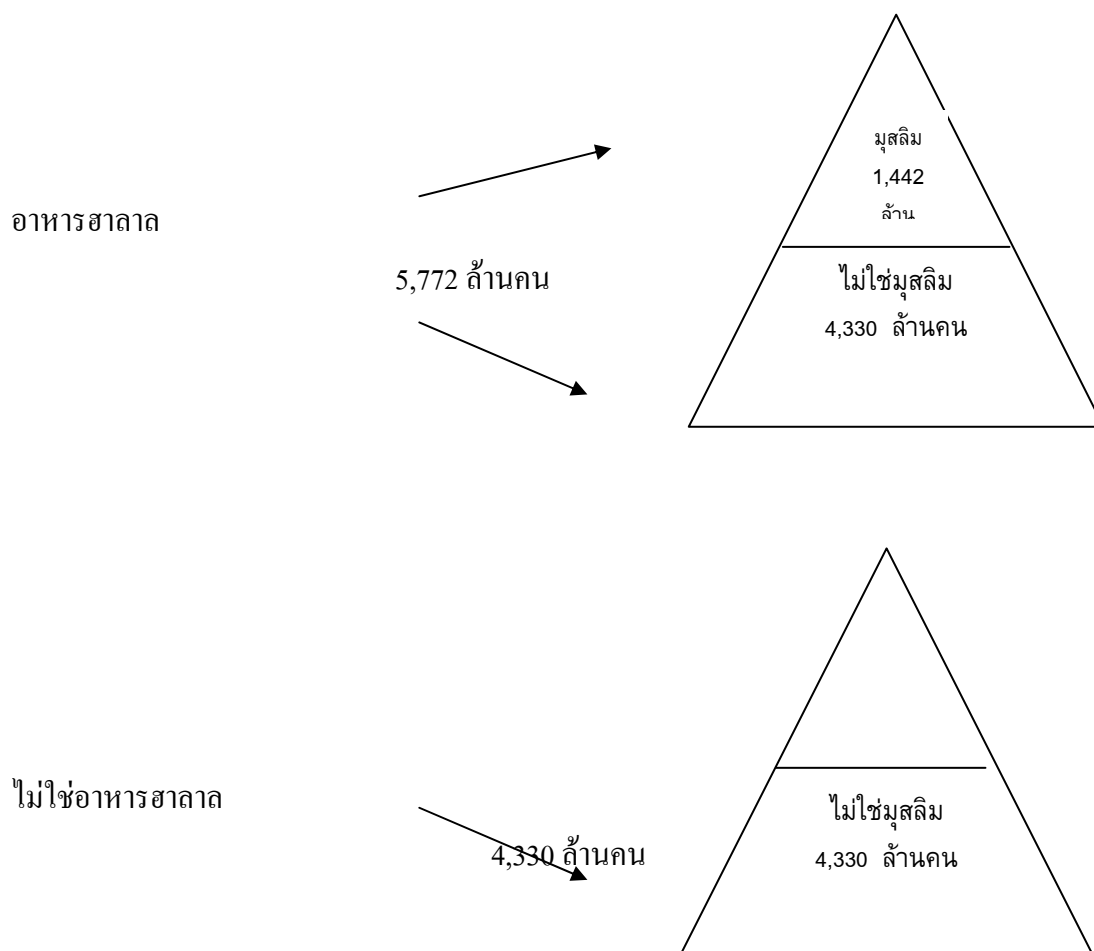
1.2 รายได้ประชาชาติต่อหัวของประชากรอยู่ในระดับสูง

1.3 การขาดแคลนน้ำและพื้นที่ทำการเพาะปลูก ทำให้เป็นโอกาสในการส่งออกสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรมายังประเทศในภูมิภาคนี้

1.4 การส่งออกต่อ (Re – export) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกต่อของรัฐคูไบในประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากรัฐคูไบเป็นศูนย์กลางการค้าในภูมิภาคนี้ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางสินค้าไปยังภูมิภาคใกล้เคียงเนื่องจากการส่งออกต่อจะทำให้ค่าขนส่งลดลงมากกว่าการส่งออกจากประเทศผู้ส่งออกต้นทางโดยตรงและปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ทำให้มีการส่งออกต่อ คือ การมีเขตการค้าเสรี (Free Zone) โดยการนำเข้าสินค้าในเขตดังกล่าวไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า จึงเป็นข้อสนับสนุนให้มีการนำเข้ามาเพื่อการส่งออกต่อ ปัจจุบันคูไบส่งสินค้าออกต่อร้อยละ 70 ของยอดนำเข้าทั้งหมด สำหรับตลาดหลักที่คูไบส่งออกต่อ คือ อิหร่าน CIS (กลุ่มประเทศที่แยกออกมาจากประเทศรัสเซียเดิม) ตลาดแอฟริกา ซาอุดีอาระเบียและปากีสถาน

นอกจากประชากรมุสลิมในตะวันออกกลางแล้วประชากรมุสลิมในภูมิภาคอื่นๆของโลกก็เป็นกลุ่มเป้าหมายของการส่งออกอาหารฮาลาลเช่นกัน มีหลายประเทศที่เป็นตลาดที่สำคัญของการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยเช่น สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ และประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันออก ซึ่งมีประชากรมุสลิมเป็นจำนวนมาก และหลายประเทศที่นำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลของไทยอยู่บ้างแล้ว เช่น ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น

บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่ยังมีความคิดว่า อาหารฮาลาลเป็นอาหารเฉพาะของชาวมุสลิม คนอื่นหรือผู้ที่นับถือศาสนาอื่นไม่สามารถเข้าไปเกี่ยวข้องหรือรับประทานได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วอาหารฮาลาล ก็คือการทำอาหารหรือปรุงอาหารให้สะอาดถูกหลักสุขอนามัย ตามหลักการของศาสนาอิสลาม ซึ่งก็จะไม่มีความแตกต่างจากการทำอาหารหรือการปรุงอาหารทั่วไป เพียงแต่ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามจะมีขั้นตอนในการควบคุมกระบวนการปรุงและผลิตอาหารเพิ่มเติมอีกเล็กน้อย เพราะว่าเนื้อสัตว์บางชนิดมีข้อห้ามบริโภคและตามหลักการศาสนาจะมีวิธีการเชือดก่อนนำไปปรุงเป็นอาหาร รวมทั้งมีวิธีการชำระล้างสิ่งของต่างๆ เช่น จาน ช้อน หรือภาชนะที่ใช้ปรุงเป็นอาหาร จึงทำให้บุคคลที่ไม่ได้เป็นมุสลิมเข้าใจว่าเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก แต่ถ้าได้มีการศึกษาบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาลแล้ว จะพบว่าเป็นประโยชน์สำหรับทุกคน ไม่เฉพาะชาวมุสลิมเท่านั้น เพราะว่าบทบัญญัตินี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บุคคลที่บริโภคอาหารฮาลาลสามารถมั่นใจได้ว่าบริโภคอาหารที่สะอาดแล้ว โดยใช้บทบัญญัติทางศาสนาเป็นกฎควบคุม ดังนั้นผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมก็บริโภคอาหารฮาลาลได้เช่นกัน เมื่อได้เข้าใจในหลักการของอาหารฮาลาล ตลาดอาหารฮาลาล จึงไม่จำกัดอยู่เฉพาะผู้บริโภคชาวมุสลิมเท่านั้น แต่อาจจะขยายไปสู่ผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมมากขึ้นด้วยในอนาคต ดังแผนภาพที่ 13 อย่างไรก็ตามอาหารเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนต้องบริโภค และความต้องการอาหารของโลกก็มีมากขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 13 ความเป็นไปได้ในการส่งออกอาหารฮาลาล

ที่มา: United Nations, U.S. Department of Commerce, U.S. Census Bureau, International Database, 1996.

2. ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ผลิตและส่งออกที่สำคัญของโลก ดังนั้นจึงควรใช้โอกาสศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นอาหารแปรรูปในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปมากมายหลายชนิด โดยมีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าการส่งออกอันดับ 1 ใน 5 ของโลก ได้แก่ กุ้งสดแช่แข็ง ปลาหมึกกระป๋อง ไก่สดแช่แข็ง สับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลาแห้ง กุ้งแห้ง และเครื่องปรุงรส รวมทั้งข้าว ข้าวสาลี และผักผลไม้แช่แข็ง ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกอย่างมากไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดา ออสเตรเลีย รวมไปถึงการขยายตลาดส่งออกไปสู่ประเทศในตะวันออกกลาง ยุโรปตะวันออกและในกลุ่มประเทศอาเซียน

จะเห็นได้ว่า โอกาสที่ผลิตภัณฑ์อาหารของไทยจะเข้าสู่ตลาดอาหารฮาลาลมีอยู่สูงมาก ซึ่งเมื่อผู้ผลิต / ผู้ส่งออกได้ทำความเข้าใจกับกฎเกณฑ์และหลักการของศาสนาอิสลามแล้วก็สามารถที่จะผลิตอาหารฮาลาลอย่างถูกต้องได้ไม่ยากนัก

3. โอกาสทางการตลาดอาหารฮาลาลภายในประเทศ นับว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าตลาดต่างประเทศ เนื่องจากในประเทศไทยมีผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามประมาณ 6 ล้านคน (ปี พ.ศ. 2540) ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม นอกจากนี้แล้วธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องของอาหาร เช่น การท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ต่างก็เริ่มให้ความสนใจที่จะจัดให้มีอาหารฮาลาลไว้บริการแก่ลูกค้า ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันได้มีการเดินทางเพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างเช่น ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ในจำนวนนี้ก็มีนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดภาคใต้ ซึ่งเดินทางมาจากประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ดังนั้นการจัดให้มีอาหารฮาลาลสำหรับผู้บริโภคชาวมุสลิม ไม่ว่าจะเป็นตามร้านอาหารทั่วไป ภัตตาคาร โรงแรม รวมไปถึงในโรงพยาบาล จะเป็นผลดีต่อชาวมุสลิมภายในประเทศที่จะได้บริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนา และช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

จากโอกาสทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น ถ้าผู้ผลิตอาหารเพื่อการส่งออกหรือยังไม่เคยส่งออกมาก่อน ได้มองเห็นถึงความสำคัญของตลาดอาหารฮาลาล และต้องการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลเข้าสู่ตลาดก็สามารถนำหลักการของศาสนาอิสลามมาใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลให้

ถูกต้องได้ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยและคุณภาพของการผลิตอาหารเป็นที่ยอมรับของตลาดโลกอยู่แล้ว การปฏิบัติตามข้อกำหนดของหลักศาสนาอิสลามที่เน้นความสะอาด สุขอนามัยและหลักโภชนาการ จึงมิใช่ปัญหาหรืออุปสรรคแต่อย่างใด อีกทั้งยังมีหน่วยงานทางด้านศาสนาที่รับผิดชอบโดยตรงได้แก่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ที่สามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์และข้อปฏิบัติในเรื่องของอาหารฮาลาลได้เป็นอย่างดี (อลิศรา จันทรขาว, 2543)

การรับรองฮาลาลในประเทศไทย

1. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท)”

2. กระบวนการรับรองและขอใช้เครื่องหมาย

ขั้นที่ 1 เตรียมการ

- 1) ผู้ประกอบการยื่นความจำนงขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล
- 2) ที่ปรึกษาโครงการตรวจประเมินและให้คำปรึกษาแนะ
- 3) จัดอบรมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการ
- 4) ผู้ประกอบการจัดทำระบบเอกสารและกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน

อาหารฮาลาล

- 5) ผู้ประกอบการเตรียมเอกสารตามที่สถาบันฯ กำหนด
- 6) ที่ปรึกษาจัดทำรายงานสรุปการปรึกษาโครงการฯ

ขั้นที่ 2 ยื่นคำขอและพิจารณาคำขอ

- 1) ผู้ประกอบการยื่นคำขอรับการตรวจรับรองต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท) หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด(สกอจ) แล้วแต่กรณี
 - เอกสารเพื่อขอรับรองฮาลาล
 - บุคคลธรรมดา(มีแรงมั่วรวม 5-20 แรงม้า และ/หรือมีพนักงาน 7-20 คน ยกเว้นโรงงานที่มีมลภาวะ)
 - สำเนาบัตรประชาชน
 - สำเนาทะเบียนบ้าน
 - คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน
 - คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
 - ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
 - หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
 - คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1
 - แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
 - หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต , ขั้นตอน , วัตถุดิบ , ส่วนผสม
 - ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
 - แผนที่ตั้งโรงงาน
 - นิติบุคคล
 - ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนบริษัท
 - หนังสือรับรองจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท (อายุไม่เกิน 6 เดือน)
 - ใบอนุญาตตั้งโรงงานแบบ รง.2 หรือ รง.4 (ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงงาน)
 - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (อ.2)
 - คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
 - ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
 - หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
 - คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1
 - แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
 - หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต , ขั้นตอน , วัตถุดิบ , ส่วนผสม
 - ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น

- แผนที่ตั้งโรงงาน

- 2) เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารที่ประกอบคำขอแล้วนำเสนอสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด
- 3) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
- 4) จ่ายค่าธรรมเนียม
- 5) นัดหมายการตรวจสอบสถานประกอบการ

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบสถานประกอบการ

คณะผู้ตรวจสอบ ไปตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ ตามที่นัดหมายประชุมชี้แจงร่วมกันระหว่าง คณะผู้ตรวจสอบของฝ่าย กิจการฮาลาล กับฝ่ายสถานประกอบการ ก่อนดำเนินการตรวจสอบ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยมีขั้นตอนดังนี้

- แนะนำตัวเพื่อทำความรู้จักกัน
- หัวหน้าคณะผู้ตรวจสอบชี้แจง หลักการ ระเบียบฯ เหตุผล และความจำเป็นในการตรวจพิจารณา ก่อนให้การรับรอง ฮาลาล
- ฝ่ายสถานประกอบการบรรยายสรุป เกี่ยวกับกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสม หรือสารปรุงแต่ง การบรรจุ การเก็บรักษา การขนส่ง ฯลฯ
- ให้คณะผู้ตรวจสอบทราบ อนึ่ง คณะผู้ตรวจสอบ ประกอบ ด้วย หัวหน้าคณะผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิทยาศาสตร์ และผู้มีประสบการณ์ด้าน การผลิต ส่วนฝ่ายประกอบการ จะต้องประกอบด้วย ผู้จัดการโรงงาน ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายผลิต ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ เป็นสำคัญ หากจะมีผู้จัดการฝ่ายอื่นร่วมประชุม ชี้แจงด้วยก็ได้
- ฝ่ายสถานประกอบการ นำคณะผู้ตรวจสอบพิจารณา กระบวนการ ผลิต วัตถุดิบ สถานที่ผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา สถานที่จำหน่าย ฯลฯ ตามที่บรรยายสรุป

- คณะผู้ตรวจสอบให้คำแนะนำแก่ผู้ยื่นคำขอ เมื่อเห็นว่า ผู้ประกอบการ ดำเนินการไม่ถูกต้อง หรือมีข้อบกพร่อง เพื่อจะได้ ดำเนินการให้ถูกต้องต่อไป

- คณะผู้ตรวจสอบรายงานผลให้คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลพิจารณา

ขั้นที่ 4 พิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง

- คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการพิจารณา ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดพิจารณาอนุญาตเรียกเอกสารหรือผลวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ เพิ่มเติมในกรณีที่เป็น

- คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลแจ้งผลพิจารณาของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการ อิสลามประจำจังหวัดให้ผู้รับรองฮาลาลทราบ ในกรณีที่คณะกรรมการฯให้การรับรอง เมื่อผู้รับรอง ฮาลาล ทำสัญญายอมรับ ปฏิบัติตามเงื่อนไข การรับรอง และการชำระค่าธรรมเนียมแล้ว คณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการอิสลาม ประจำจังหวัดจึงออกหนังสือรับรองฮาลาล ให้แก่ผู้ขอ โดยมีอายุการรับรองไม่เกินหนึ่งปี

- ผู้ขอซึ่งได้หนังสือรับรองฮาลาลแล้ว และมีความประสงค์ ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล คณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทยจะ ออกหนังสือสำคัญ ให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผู้ขอ เมื่อผู้ขอชำระ ค่าธรรมเนียม แล้ว

ขั้นที่ 5 การติดตามและประเมินผล

ดำเนินการติดตามและกำกับดูแลสถานประกอบการ ซึ่งได้รับรองฮาลาล และหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ให้ปฏิบัติตามสัญญาและระเบียบอย่างเคร่งครัด โดยใช้กลไกการตรวจสอบดังนี้

- ให้มีผู้ตรวจการอาหารฮาลาล เพื่อตรวจสอบสินค้าอาหาร ฮาลาลในตลาด

- ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงาน การปฏิบัติงานของ ที่ปรึกษาสถานประกอบการ

- ฝ่ายกิจการฮาลาลตรวจสอบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานประกอบการ และการให้บริการ ที่ได้รับ อนุญาตแล้ว โดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า เป็นระยะตามความเหมาะสม

- ฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการตรวจสอบ ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทราบ หรือพิจารณา (มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ, 2547)

ดังนั้นอาหารฮาลาล จึงมิใช่แค่มาตรฐานอาหารของการบริโภคของชาวมุสลิม เท่านั้น แต่ยังเป็นใบเบิกทางไปสู่การเจาะตลาดประชากรมุสลิมที่มีมากถึง 1 ใน 4 ของโลก และรวมถึงประชากรที่มีชาวมุสลิมที่ให้ความไว้วางใจกับมาตรฐานนี้ ซึ่งผู้ประกอบการของไทยควรหันมาให้ความสนใจอันเนื่องมาจากมาตรการกีดกันทางการค้าของตลาดส่งออกเดิม และการขยายตัวของประชากรมุสลิมทั้งในเอเชีย ตะวันออกกลาง แอฟริกาใต้ หรือแม้กระทั่งยุโรป ซึ่งปัจจุบันอาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับจากตะวันออกกลาง และแอฟริกาพอสมควร เราควรยึดโอกาสนี้โดยส่งออกอาหารฮาลาลในประเทศต่าง ๆ ให้มากที่สุด

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์

ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปแอฟริกามีดังนี้

การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในทวีปแอฟริกาขึ้นอยู่กับปัจจัยใดนั้น สามารถศึกษาได้จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการนำเข้าสินค้าชนิดนั้นๆ โดยเปรียบเทียบ (Q_{ij}/Q_{cj}) และราคาส่งออกสินค้าโดยเปรียบเทียบ (P_{ij}/P_{cj}) จำนวนประชากรประเทศผู้นำเข้า (Pop.) รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศผู้นำเข้า (GDP_j) อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก (REX)

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในกลุ่มประเทศแอฟริกาที่สำคัญ ได้วิเคราะห์โดยใช้วิธีการอุปสงค์โดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งกันของไทย ซึ่งในแต่ละตลาดใช้หลักเกณฑ์ในการเลือกสมการที่เหมาะสม โดยการพิจารณากำหนดตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการสินค้าตามหลักทฤษฎี ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ ที่มิได้นำมาพิจารณามีได้หมายความว่าตัวแปรเหล่านั้นไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกัน แต่เนื่องจากตัวแปรบางตัวไม่สามารถหาได้ หรือเมื่อใส่เข้าไปในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยของสาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย และสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ซึ่งมีทั้งสิ้นประเทศละ 8 รายการ แต่เนื่องจากในบางรายการนั้นไม่มีการส่งออก ดังนั้นในแต่ละประเทศจะนำเสนอแต่ในเพียงรายการที่มีสถิติการส่งออกพอเพียงต่อการวิเคราะห์เท่านั้น

สาธารณรัฐแอฟริกาใต้

1. ปลาหน้่ากระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาหน้่ากระป๋องของไทย
เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้นได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{sa1}/Q_{c_{sa1}}) = & 50.814 & -0.364 \ln(P_{sa1}/P_{c_{sa1}}) \\ & (0.309) & (-0.450) \\ & -7.39005 \ln(Pop_{sa}) & +8.620301 \ln(gdp_{sa}) \\ & (-0.645) & (1.636) \\ & -0.365 \ln(rex) \\ & (-0.319) \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของ
ตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมา
พิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 6 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหน้่ากระป๋องไปประเทศ
แอฟริกาใต้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-51.712	-8.541
รายได้ประชาชาติต่อคน ของแอฟริกาใต้ (GDP _{sa})	5.062	9.858***
R² = 0.88	R² adj = 0.87	S.E. = 0.27 D.W. = 2.64 F = 97.17

หมายเหตุ: *** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 6 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศอียิปต์จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{sa1}/Q_{c_{sa1}}) &= & -51.712 & + 5.062 \ln(GDP_{sa}) \\ & & (-8.541) & (9.858***) \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสมการปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปแอฟริกาได้อยู่ในรูปของ Linear log Equation โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปแอฟริกาได้เปรียบเทียบกับ ($Q_{sa1}/Q_{c_{sa1}}$) คือ รายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศแอฟริกาใต้ (GDP_{sa}) ส่วนราคาเปรียบเทียบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติจึงไม่นำมาอธิบาย ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปแอฟริกาได้ร้อยละ 88 สำหรับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t-statistics)

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่มีต่อการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาทูน่ากระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยมีค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 5.062 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 5.062 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนคนของอียิปต์ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศนี้จะลดลงโดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยจะลดลงมากกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 5.062 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศอียิปต์อยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติ

ต่อคนคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยของประเทศแอฟริกาใต้ได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้ถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้พิจารณาว่าปลาทูน่ากระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่าจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 5.062 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งจะเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 5.062 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้เติบโต

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปร ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาทูน่าของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศแอฟริกาใต้โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งต่อเมื่อ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้ดีขึ้น

2. ปลาชาร์ดิน

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาชาร์ดินกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้น ได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{sa2}/Q_{c_{sa2}}) = & \quad 550.840 & \quad +0.214 \ln(P_{sa2}/P_{c_{sa2}}) \\ & (0.765) & \quad (0.868) \\ & -37.302 \ln(Pop_{sa}) & \quad +14.975 \ln(gdp_{sa}) \\ & (-0.742) & \quad (0.648) \end{aligned}$$

$$-6.416 \ln(\text{rex})$$

$$(-1.493)$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไปประเทศแอฟริกาใต้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	1171.682	2.232
จำนวนประชากรประเทศแอฟริกาใต้ (Pop_{sa})	-80.007	-2.145*
รายได้ประชาชาติต่อคนหัวของแอฟริกาใต้ (GDP_{sa})	34.033	1.901*
$R^2 = 0.39$	$R^2 \text{ adj} = 0.28$	S.E.= 1.29 D.W.= 1.61 F = 3.56

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 7 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง ไปประเทศแอฟริกาใต้จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{sa2}/Q_{c_{sa2}}) = & 1171.682 & -80.007 \ln(\text{Pop}_{sa}) \\ & (2.232) & (-2.145*) \\ & + 34.033 \ln(\text{GDP}_{sa}) \\ & (1.901*) \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสมการปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องของประเทศไทยไปแอฟริกาใต้อยู่ในรูปของ Linear log Equation โดยปัจจัยสำคัญ

ที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาซาร์ดินกระป๋องของประเทศไทยไปแอฟริกาใต้ (Q_{sa2}/Q_{csa2}) รายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประชากรแอฟริกาใต้ (GDP_{sa}) จำนวนประชากรประเทศแอฟริกาใต้ (Pop_{sa}) ส่วนราคาเปรียบเทียบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาซาร์ดินกระป๋องของไทยไปประเทศแอฟริกาใต้ร้อยละ 39

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่มีต่อการนำเข้าปลาซาร์ดินจากประเทศไทย และประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาซาร์ดินจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาซาร์ดินกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้าปรกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องของประเทศไทยมีค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศคู่แข่งประมาณ 34.033 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 34.033 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของแอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องของประเทศนี้จะลดลงโดยการนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยจะลดลงมากกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 34.033 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้อยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติต่อคนหัวมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องจากไทยของประเทศแอฟริกาใต้ได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในกรณีที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้ถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้พิจารณาว่าปลาซาร์ดินกระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดินจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาซาร์ดินกระป๋องจากประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 34.033 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศ

แอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศคู่แข่งจะเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 34.033 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้เติบโต

ส่วนปัจจัยทางด้านจำนวนประชากร จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของจำนวนประชากรของไทยมีค่าน้อยกว่าคู่แข่งเท่ากับ 80.007 นั่นคือ ถ้าจำนวนประชากรของแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเพิ่มขึ้นน้อยกว่าคู่แข่ง แต่ในทางกลับกันถ้าจำนวนประชากรของแอฟริกาใต้ลดลงจะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องของคู่แข่งลดลงมากกว่าโดยเปรียบเทียบ จากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้คือ ถ้าจำนวนประชากรของแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องน้อยลงมากกว่าคู่แข่งประมาณร้อยละ 80.007 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าจำนวนประชากรของแอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจะลดลงน้อยกว่าคู่แข่งโดยเปรียบเทียบเท่ากับร้อยละ 88.120 ซึ่งประเทศไทยจะได้เปรียบเมื่อจำนวนประชากรของแอฟริกาใต้ลดลง

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปร ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาซาร์ดีนของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศแอฟริกาใต้ โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งต่อเมื่อ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้อยู่ในเจริญเติบโต และเมื่อจำนวนประชากรของประเทศแอฟริกาใต้ลดลง

3. ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาแมคเคอเรลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้นได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{array}{lll} \ln(Q_{sa4}/Q_{c_{sa4}}) = & -728.109 & -1.506 \ln(P_{sa3}/P_{c_{sa3}}) \\ & (-1.114) & (-1.021) \end{array}$$

$$\begin{aligned}
 &+50.337 \ln(\text{Pop}_{sa}) & -22.809 \ln(\text{gdp}_{sa}) \\
 &(1.087) & (-1.021) \\
 &-5.193 \ln(\text{rex}) \\
 &(-1.389)
 \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบต่อความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 8 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาแมคเคอรอลกระป๋องไปประเทศแอฟริกาใต้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-2.889	-2.560*
ราคาส่งออกสินค้า ($P_{sa4}/P_{c_{sa4}}$)	-1.679	-1.950*
$R^2 = 0.22$	$R^2 \text{ adj} = 0.17$	S.E. = 1.06 D.W. = 1.84 F = 3.80

หมายเหตุ : ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 8 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลากระป๋องอื่นๆที่เป็นทั้งหมด หรือชิ้นส่วนของแมคเคอรอล แต่ไม่ได้หันเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไปประเทศแอฟริกาใต้จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned}
 Q_{SA4} = & -2.889 & -1.679 \ln(P_{sa4}/P_{c_{sa4}}) \\
 & (-2.560*) & (-1.950*)
 \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาแมคเคอรอลกระป๋องระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกันในประเทศแอฟริกาใต้ จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้าปลาแมคเคอรอลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง (Q_{cg4}/Q_{ceg4}) ของ

ประเทศแอฟริกาได้ขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบ (P_{cg4}/P_{csg4}) ส่วนรายได้ประชาชาติต่อคนคนของ ประเทศแอฟริกันนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติจึงไม่นำมาอธิบาย ซึ่งปัจจัยนี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ของการส่งออกปลาแมคเคอรอลกระป๋องของไทยไปอียิปต์ร้อยละ 22

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาแมคเคอรอลกระป๋องของ ไทยและประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ -1.679 แสดงให้เห็นว่าปลาแมคเคอรอลกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่งมีความสามารถในการทดแทนกันสูง โดยผู้บริโภคนในแอฟริกาได้อาจพิจารณานำเข้าปลาแมค เคอรอลกระป๋องจากทั้งสองแหล่งนั้นแตกต่างกันโดยใช้ทดแทนกันได้ในระดับที่สูง นั่นคือ ถ้าราคา ปลาแมคเคอรอลกระป๋องจากราคาใดเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดของแต่ละ แห่งพอสมควร เช่น หากราคาปลาแมคเคอรอลกระป๋องของไทยลดลงร้อยละ 1 โดยราคาของ ประเทศคู่แข่งไม่เปลี่ยนแปลง หรือราคาปลาแมคเคอรอลกระป๋องของคู่แข่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 โดยราคาของประเทศไทยไม่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาแมคเคอรอลกระป๋องจาก ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.679 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของไทยจะ เพิ่มขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าราคาเปรียบเทียบของปลาแมคเคอรอลกระป๋องจากประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลง 1.679 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากราคาปลา แมคเคอรอลกระป๋องจากประเทศใดประเทศหนึ่งเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาด ตามแต่ละกรณี โดยประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งเมื่อราคาปลาแมคเคอรอลกระป๋องของคู่แข่ง มีค่าเพิ่มขึ้น

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปร ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วน แบ่งตลาดระหว่างปลาแมคเคอรอลของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ราคาเปรียบเทียบของ ปลาแมคเคอรอล โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศ คู่แข่งต่อเมื่อ ราคาปลาแมคเคอรอลของไทยลดลงโดยเปรียบเทียบ

4. ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมของ ไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้นได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \ln(Q_{sa8}/Q_{c_{sa8}}) = & \quad 1603.21 & -4.445 \ln(P_{sa8}/P_{c_{sa8}}) \\
 & (1.651) & (-3.880) \\
 & -114.437 \ln(Pop_{sa}) & +54.552 \ln(gdp_{sa}) \\
 & (-1.640) & (1.584) \\
 & -0.836 \ln(rex) \\
 & (-0.19227)
 \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 9 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหมึกบรรจุกระป๋องแช่แข็ง ไปประเทศแอฟริกาใต้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	66.408	2.092
ราคาส่งออกสินค้า ($P_{sa8}/P_{c_{sa8}}$)	-2.449	-3.699**
รายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้ (GDP_{sa})	-5.853	-2.166*
AR(1)	-0.515	-0.794
$R^2 = 0.69$	$R^2 \text{ adj} = 0.60$	S.E.= 1.50 D.W.= 1.85 F = 7.51

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 9 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาหมึกบรรจุกระป๋องแช่แข็ง ไปประเทศแอฟริกาใต้จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{sa8}/Q_{c_{sa8}}) &= 66.408 & -2.449 \ln(P_{sa8}/P_{c_{sa8}}) \\ &(2.092) & (-3.699**) \\ & & -7.04 \ln(GDP_{sa}) \\ & & (-2.16572*) \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาหมึกบรรจุหีบห่อระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในแอฟริกาใต้ จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้าปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ($Q_{cg8}/Q_{c_{cg8}}$) ของประเทศแอฟริกาใต้ขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบ ($P_{cg8}/P_{c_{cg8}}$) และรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศแอฟริกาใต้ (GDP_{sa}) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาหมึกบรรจุหีบห่อของไทยไปแอฟริกาใต้ร้อยละ 69

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาหมึกบรรจุหีบห่อของไทยและประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ -2.449 แสดงให้เห็นว่าปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากทั้ง 2 แหล่งมีความสามารถในการทดแทนกันสูง โดยผู้บริโภคในแอฟริกาใต้อาจพิจารณานำเข้าปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากทั้งสองแหล่งนั้นแตกต่างกันโดยใช้ทดแทนกันได้ในระดับที่สูง นั่นคือ ถ้าราคาปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากราคาใดเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดของแต่ละแห่งพอสมควร เช่น หากราคาปลาหมึกบรรจุหีบห่อของไทยลดลงร้อยละ 1 โดยราคาของประเทศคู่แข่งไม่เปลี่ยนแปลง หรือราคาปลาหมึกบรรจุหีบห่อของคู่แข่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 โดยราคาของไทยไม่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.449 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของไทยจะเพิ่มขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าราคาเปรียบเทียบของปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลง 2.449 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากราคาปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากประเทศใดประเทศหนึ่งเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดตามแต่ละกรณี โดยประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งเมื่อราคาปลาหมึกบรรจุหีบห่อของคู่แข่งมีค่าเพิ่มขึ้น

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่มีต่อการนำเข้าปลาหมึกบรรจุหีบห่อจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผล

ประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรแอฟริกาใต้ของการนำเข้าปลาหูนา กระป๋องจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งกันเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมของประเทศไทยมีค่าน้อยกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 5.8525 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมของประเทศแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 5.8525 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศแอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากคู่แข่งร้อยละ 5.8525 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้อยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติต่อคนคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้า 5.8525 จากไทยของประเทศแอฟริกาใต้ได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในกรณีที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้ถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้พิจารณาว่าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาหูนาจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากประเทศไทยลดลงมากกว่าคู่แข่งร้อยละ 5.8525 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศแอฟริกาใต้ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่งร้อยละ 5.8525 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาใต้ถดถอย

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่

ราคาเปรียบเทียบ และรายได้ประชาชนดีต่อคนคนของประเทศอียิปต์ โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งขึ้นต่อเมื่อราคาโดยเปรียบเทียบลดลง และภาวะเศรษฐกิจของประเทศแอฟริกาได้ถดถอย

จากผลการวิเคราะห์ของทั้งสามประเทศสามารถสรุปได้ว่าในประเทศอียิปต์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบและรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรอียิปต์ ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศอียิปต์ ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรอียิปต์ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของระเทศผู้ส่งออก และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาแม็กเคอเรลกระป๋องไปประเทศอียิปต์ ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศลิเบียไปยัง
ที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคา
เปรียบเทียบ รายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรลิเบีย และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ส่วน
ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเปรียบเทียบระหว่าง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคา
เปรียบเทียบ จำนวนประชากรประเทศลิเบีย และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของลิเบีย

สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์

1. ปลาทุ่น้ำกระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาทุ่นำมากระป๋องเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้น ได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$\ln(Q_{\text{egl}}/Q_{\text{c}_{\text{egl}}}) =$	13.444	$-0.686 \ln(P_{\text{egl}}/P_{\text{c}_{\text{egl}}})$
	(0.065)	(-6.245*)
	$-2.122 \ln(\text{Pop}_{\text{eg}})$	$+3.040 \ln(\text{gdp}_{\text{eg}})$
	(-0.140)	(0.507)

$$- 0.297 \ln(\text{rex})$$

$$(-0.495)$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนั้นสมการที่เหมาะสมมีดังนี้

ตารางที่ 10 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศอียิปต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-14.364	-4.514
ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง โดยเปรียบเทียบ ($P_{egl}/P_{c_{egl}}$)	-0.692	-7.678***
รายได้ประชาชาติต่อคนประเทศอียิปต์ (GDP_{eg})	2.123	7.350***
$R^2 = 0.91$	$R^2 \text{ adj} = 0.90$	S.E. = 0.22
		D.W. = 1.66
		F = 64.28

หมายเหตุ: *** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 10 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศอียิปต์จากประเทศไทยดังนี้

$$\ln(Q_{egl}/Q_{c_{egl}}) = -14.364 - 0.692 \ln(P_{egl}/P_{c_{egl}})$$

$$(-4.514) \quad (-7.678***)$$

$$+ 2.123 \ln(GDP_{eg})$$

$$(7.350***)$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในประเศอียิปต์ จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง (Q_{eg1}/Q_{ceg1}) ของประเทศอียิปต์ขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบ (P_{eg1}/P_{ceg1}) และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรอียิปต์ (GDP_{eg}) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปอียิปต์ค่อนข้างสูงคือร้อยละ 91

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาทูน่ากระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ - 0.692 แสดงให้เห็นว่าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่งมีความสามารถในการทดแทนกันต่ำ โดยผู้บริโภคในอียิปต์อาจพิจารณานำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งนั้นแตกต่างกันโดยใช้ทดแทนกันได้ในระดับที่ต่ำ นั่นคือ ถ้าราคาปลาทูน่ากระป๋องจากราคาใดเปลี่ยนแปลงไปจะไม่ส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดของแต่ละแห่งมากนัก เช่น หากราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยลดลงร้อยละ 1 โดยราคาของประเทศคู่แข่งไม่เปลี่ยนแปลง หรือราคาปลาทูน่ากระป๋องของกลุ่มคู่แข่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 โดยราคาของประเทศไทยไม่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.692 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของไทยจะเพิ่มขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าราคาเปรียบเทียบของปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากราคาปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศใดประเทศหนึ่งเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดตามแต่ละกรณี โดยประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งเมื่อราคาปลาทูน่ากระป๋องของกลุ่มคู่แข่งมีค่าเพิ่มขึ้น

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่มีต่อการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาทูน่ากระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศอียิปต์ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยมีค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 2.123 ซึ่ง

จากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 2.123 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนคนของอียิปต์ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยจะลดลงมากกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 2.123 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศไทยรายได้ประชาชาติต่อคนคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยของประเทศไทยได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศไทยถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศไทยพิจารณาว่าปลาทูน่ากระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่าจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 2.123 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งจะเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 2.123 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโต

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาทูน่าของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างปลาทูน่ากระป๋องที่นำเข้าจากไทยและประเทศคู่แข่ง และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศไทย ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่นำมาอธิบาย ดังนั้นจากสมการพบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งต่อเมื่อราคาปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้นหรือราคาปลาทูน่าจากประเทศไทยลดลง และภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในภาวะเติบโต

2. ปลาซาร์ดีนกระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาจารดินกระป๋องของไทย
เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้น ได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{eg2}/Q_{c_{eg2}}) = & -701.051 & +0.2161 \ln(P_{eg2}/P_{c_{eg2}}) \\ & (-0.469) & (0.683) \\ & +4.870 \ln(\text{Pop}_{eg}) & -16.298 \ln(\text{gdp}_{eg}) \\ & (0.445) & (-0.374) \\ & -4.042 \ln(\text{rex}) \\ & (-0.885) \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบต่อความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 11 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาจารดินกระป๋องไป
ประเทศอียิปต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-293.407	-2.231
รายได้ประชาชาติประเทศอียิปต์ (GDP_{eg})	27.933	2.285**
อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทย (REX)	19.716	2.860**
AR(1)	0.443	3.703
$R^2 = 0.86$	$R^2 \text{ adj} = 0.76$	S.E. = 0.67
		D.W. = 2.73
		F = 8.46

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 11 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อส่งออกปลาจารดินกระป๋องไปประเทศอียิปต์จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{\text{eg2}}/Q_{\text{ceg2}}) = & -293.407 & + 27.933 \ln(\text{GDP}_{\text{eg}}) \\ & (-2.231) & (2.285**) \\ & + 19.716 \ln(\text{REX}) \\ & (3.703**) \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในประเศอียิปต์ จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ($Q_{\text{eg2}}/Q_{\text{ceg2}}$) ของประเทศอียิปต์ขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศอียิปต์ (GDP_{eg}) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก (REX) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลานำกระป๋องของไทยไปอียิปต์ค่อนข้างสูงคือร้อยละ 86

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่มีต่อการนำเข้าซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนของการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าซาร์ดีนกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศอียิปต์ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องของประเทศไทยมีค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 27.93292 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศอียิปต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องของประเทศอียิปต์เพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 27.93292 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศอียิปต์ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องของประเทศนี้จะลดลงโดยการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยจะลดลงมากกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 27.93292 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศอียิปต์อยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติต่อคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากไทยของประเทศอียิปต์

ได้เปรียบประเทศคู่แข่งกัน แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศอียิปต์ถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคนในประเทศอียิปต์พิจารณาว่าปลาซาร์ดีนกระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) คำสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศอียิปต์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าซาร์ดีนกระป๋องทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 27.93292 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศอียิปต์ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศคู่แข่งจะเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 27.93292 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศอียิปต์เติบโต

ส่วนปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยมีค่ามากกว่าคู่แข่งเท่ากับ 19.7158 นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่ง แต่ในทางกลับกันถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงลดลงจะส่งผลให้การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยลดลงมากกว่าโดยเปรียบเทียบ จากคำสัมประสิทธิ์อธิบายได้คือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่งประมาณร้อยละ 19.7158 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจะลดลงมากกว่าคู่แข่งโดยเปรียบเทียบเท่ากับร้อยละ 19.7158 ซึ่งประเทศไทยจะได้เปรียบเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้น

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาซาร์ดีนของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศอียิปต์ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งต่อเมื่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศอียิปต์ดีขึ้น และเมื่อค่าเงินของประเทศไทยมีค่าปรับตัวเพิ่มขึ้น

3. ปลาหมึกเคอรอลกระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาหมึกเคอรอลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้น ได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{eg4}/Qc_{eg4}) = & -3070.33 & +16.045 \ln(P_{eg4}/Pc_{eg4}) \\ & (-1.325) & (1.417) \\ & +226.459 \ln(Pop_{eg}) & -90.097 \ln(gdp_{eg}) \\ & (1.329) & (-1.324) \\ & + 11.838 \ln(rex) \\ & (1.316) \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบต่อความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 12 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาหมึกเคอรอลกระป๋องไปประเทศอียิปต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	5.168	1.729
ราคาส่งออกปลาหมึกเคอรอลโดยเปรียบเทียบ (P_{eg4}/Pc_{eg4})	13.363	3.066**
อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REX)	3.903	1.344
AR(1)	-1.192	-2.970
$R^2 = 0.79$	$R^2 \text{ adj} = 0.59$	S.E.= 1.561305
		D.W.= 3.53
		F = 3.87

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 12 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาหมึกเคอรอลกระป๋องไปประเทศอียิปต์จากประเทศไทยดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{cg4}/Q_{c_{cg4}}) &= 5.168 + 13.363 \ln(P_{cg4}/P_{c_{cg4}}) \\ &\quad (1.729) \quad (3.06**) \\ &\quad + 3.903 \ln(REX) \\ &\quad (1.344) \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาหมึกเคอรอลกระป๋องระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในประเศอียิปต์ จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้าปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง (Q_{cg4}/Q_{c_{cg4}}) ของประเทศอียิปต์ขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบ (P_{cg4}/P_{c_{cg4}}) ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่นำมาอธิบาย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาหมึกเคอรอลของไทยไปอียิปต์ค่อนข้างสูงคือร้อยละ 79

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาหมึกเคอรอลกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ 13.36327 โดยมีเครื่องหมายเป็นบวก ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ แต่ในกรณีที่มีค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างทั้งสองแห่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าปลาหมึกเคอรอลกระป๋องของทั้งสองประเทศทดแทนกันไม่ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีผู้บริโภคในประเทศปลาหมึกเคอรอลกระป๋อง 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริโภคปลาหมึกเคอรอลจากประเทศไทย และจากประเทศคู่แข่ง ซึ่งดูเหมือนว่าปลาหมึกเคอรอลกระป๋องมีความแตกต่างกันระหว่างผู้บริโภค โดยเมื่อราคาปลาหมึกเคอรอลกระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคกลุ่มที่บริโภคปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจากประเทศไทยจะต้องการปลาหมึกเคอรอลจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคคาดการณ์ว่าราคาจะสูงขึ้นกว่านี้รวมทั้งปลาหมึกเคอรอลจากประเทศอื่นทดแทนกันไม่ได้ ผู้บริโภคจึงต้องการปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยทั้งนี้จะทำให้ปริมาณความต้องการปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคปลาหมึกเคอรอลกระป๋องประเทศคู่แข่งคาดการณ์ว่าราคาปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจะเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณความต้องการปลาหมึกเคอรอลกระป๋องจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นเครื่องหมายจึงเป็นบวก ในทางกลับกันถ้าราคาปลาหมึกเคอรอลกระป๋องที่นำเข้า

จากประเทศไทยลดลง เนื่องจากการคาดการณ์ว่าราคาจะลดลงมากกว่านี้ จึงทำให้ปริมาณความต้องการปลาหมึกเคอร์รอลจากประเทศไทยลดลง และผู้บริโภคปลาหมึกเคอร์รอลจากประเทศคู่แข่งจะลดการบริโภคปลาหมึกเคอร์รอลลงเช่นกัน เนื่องจากการคาดการณ์ว่าราคาปลาหมึกเคอร์รอลกระป๋องของประเทศคู่แข่งจะลดลงมากกว่านี้

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาหมึกเคอร์รอลของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งได้แก่ ราคานำเข้าปลาหมึกเคอร์รอลโดยเปรียบเทียบ โดยจากสมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งต่อเมื่อราคาปลาหมึกเคอร์รอลของไทยเพิ่มขึ้น

สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบีย

1. ปลาทูน่ากระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้นได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{lb1}/Q_{c_{lb1}}) = & -144.735 & +7.417743 \ln(P_{lb1}/P_{c_{lb1}}) \\ & (-0.69079) & (2.125941*) \\ & +4.371768 \ln(\text{Pop}_{lb}) & +8.865358 \ln(\text{gdp}_{lb}) \\ & (0.213538) & (0.868758) \\ & +9.915259 \ln(\text{rex}) \\ & (2.174456*) \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 13 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศ
ลิเบีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-100.21	-5.242
ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องโดย เปรียบเทียบ (P_{lb1}/P_{clb1})	6.737	5.130**
รายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากร ลิเบีย (GDP_{lb})	10.999	5.689**
อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REX)	9.425	2.574*
$R^2 = 0.86$	$R^2 \text{ adj} = 0.80$	S.E. = 0.77
		D.W. = 1.77
		F = 14.50

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 13 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อ การส่งออก
ปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยไปประเทศลิเบียดังนี้

$$\ln(Q_{lb1}/Q_{clb1}) = -100.21 + 6.737 \ln(P_{lb1}/P_{clb1})$$

$$(-5.242) \quad (5.130^{**})$$

$$+ 10.999 \ln(GDP_{lb}) + 9.425 \ln(REX)$$

$$(5.689^{**}) \quad (2.574^*)$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องระหว่าง
ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในทะเลลิเบีย จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้า
ปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง (Q_{lb1}/Q_{clb1}) ของประเทศอียิปต์ขึ้นอยู่กับ
ราคาเปรียบเทียบ (P_{lb1}/P_{clb1}) รายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรลิเบีย (GDP_{lb}) และอัตรา
แลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REX) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาทูน่าของ
ไทยไปลิเบียค่อนข้างสูงคือร้อยละ 86

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาพ่นน้ำกระป๋องของไทย และประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ 6.737 โดยมีเครื่องหมายเป็นบวก ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีทาง เศรษฐศาสตร์ แต่ในกรณีที่ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างทั้งสองแห่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าปลาพ่นน้ำกระป๋องของทั้งสองประเทศทดแทนกันไม่ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีผู้บริโภคใน ประเทศปลาพ่นน้ำกระป๋อง 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริโภคปลาพ่นน้ำจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่ง ซึ่งดูเหมือนว่าปลาพ่นน้ำกระป๋องมีความแตกต่างกันระหว่างผู้บริโภค โดยเมื่อราคาปลาพ่นน้ำ กระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคกลุ่มที่บริโภคปลาพ่นน้ำกระป๋องจากประเทศไทยจะ ต้องการปลาพ่นน้ำจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคคาดการณ์ว่าราคาจะสูงขึ้นกว่านี้รวมทั้ง ปลาพ่นน้ำจากประเทศอื่นทดแทนกันไม่ได้ ผู้บริโภคจึงต้องการปลาพ่นน้ำกระป๋องจากประเทศไทย เพิ่มขึ้น โดยทั้งนี้จะทำให้ปริมาณความต้องการปลาพ่นน้ำกระป๋องจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคปลาพ่นน้ำกระป๋องประเทศคู่แข่งคาดการณ์ว่าราคาปลาพ่นน้ำกระป๋องจะ เพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณความต้องการปลาพ่นน้ำกระป๋องจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้น เครื่องหมายจึงเป็นบวก ในทางกลับกันถ้าราคาปลาพ่นน้ำกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยลดลง เนื่องจากการคาดการณ์ว่าราคาจะลดลงมากกว่านี้ จึงทำให้ปริมาณความต้องการปลาพ่นน้ำจาก ประเทศไทยลดลง และผู้บริโภคปลาพ่นน้ำจากประเทศคู่แข่งจะลดการบริโภคปลาพ่นน้ำลงเช่นกัน เนื่องจากการคาดการณ์ว่าราคาปลาพ่นน้ำกระป๋องของประเทศไทยจะลดลงมากกว่านี้

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติต่อคนคนที่มีการนำเข้าปลาพ่นน้ำ กระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผล ประเมินการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่า ความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรลิเบียของการนำเข้าปลาพ่นน้ำกระป๋องจาก ทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาพ่นน้ำกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้า ปรกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศลิเบีย ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็น ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาพ่นน้ำกระป๋องของประเทศไทยมี ค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 10.999 ซึ่ง จากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศลิเบียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ การนำเข้าปลาพ่นน้ำกระป๋องของประเทศลิเบียเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาพ่นน้ำกระป๋องจากประเทศ ไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 10.999 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้า

รายได้ประชาชาติต่อคนคนของอียิปต์ลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศนี้จะลดลงโดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยจะลดลงมากกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 10.999 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศลิเบียอยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติต่อคนคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยของประเทศลิเบียได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศลิเบียถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศลิเบียพิจารณาว่าปลาทูน่ากระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศลิเบียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่าจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 10.999 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศลิเบียลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศคู่แข่งจะเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยร้อยละ 10.999 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศลิเบียเติบโต

ส่วนปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยมีค่ามากกว่าคู่แข่งเท่ากับ 9.425 นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่ง แต่ในทางกลับกันถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงลดลงจะส่งผลให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของไทยลดลงมากกว่าโดยเปรียบเทียบ จากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้คือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่งประมาณร้อยละ 9.425 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจะลดลงมากกว่าคู่แข่งโดยเปรียบเทียบเท่ากับร้อยละ 9.425 ซึ่งประเทศไทยจะได้เปรียบเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้น

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาซาร์ดีนของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศลิเบีย และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยจากสมการพบว่า

ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งขึ้นต่อเมื่อราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศลิเบียดีขึ้น และค่าเงินของประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้น

2. ปลาซาร์ดีนกระป๋อง

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขึ้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเบื้องต้น ได้ความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(Q_{lb1}/Q_{c_{lb1}}) = & -151.668 & +2.606 \ln(P_{lb1}/P_{c_{lb1}}) \\ & (-0.918) & (2.091*) \\ & +46.975 \ln(\text{Pop}_{lb}) & -55.577 \ln(\text{gdp}_{lb}) \\ & (2.392*) & (-3.052) \\ & -9.943 \ln(\text{rex}) \\ & (-0.793) \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเมื่อใส่ตัวแปรบางตัวเข้าในสมการแล้วส่งผลกระทบทำให้ความสามารถของตัวแปรอื่นในการอธิบายอุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมีนัยสำคัญน้อยลง จึงไม่นำมาพิจารณา จึงนำตัวแปรบางตัวออกเพื่อความเหมาะสมในการอ่านค่าความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 14 ผลวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไป
ประเทศลิเบีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t-Statistic
ค่าคงที่ (C)	-99.261	-0.286
ราคาส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไปลิเบีย		
โดยเปรียบเทียบ (P_{lb2}/P_{clb2})	3.406	4.835**
จำนวนประชากรประเทศลิเบีย (POP_{lb})	48.747	2.597**
รายได้ประชาชาติต่อคนคน ของประเทศลิเบีย (GDP_{lb})	-62.256	-4.009**
$R^2 = 0.86$	$R^2 \text{ adj} = 0.78$	S.E.= 1.602645 D.W.= 2.80 F = 10.28

หมายเหตุ: ** มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากตารางที่ 14 สามารถแสดงแบบจำลองปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อ การส่งออก
ปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยไปประเทศลิเบียดังนี้

$$\ln(Q_{lb2}/Q_{clb2}) = -99.2614 + 3.405389 \ln(P_{lb2}/P_{clb2})$$

$$(-0.29) \quad (4.834869**)$$

$$+ 48.74675 \ln(POP_{lb}) - 62.2559 \ln(GDP_{lb})$$

$$(2.596704**) \quad (-4.00854**)$$

ผลการวิเคราะห์แสดงการเปรียบเทียบอุปสงค์การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องระหว่าง
ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกันในประเทศลิเบีย จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างนำเข้า
ปลาซาร์ดีนกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกัน (Q_{lb1}/Q_{clb1}) ของประเทศลิเบียขึ้นอยู่กับ
ราคาเปรียบเทียบ (P_{lb1}/P_{clb1}) จำนวนประชากรประเทศลิเบีย (POP_{lb}) และรายได้ประชาชาติต่อคนคน
ของประชากรในลิเบีย (GDP_{lb}) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกปลาทูน่า
ของไทยไปลิเบียค่อนข้างสูงคือร้อยละ 94

จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างปลาราดินกระป๋องของไทย และประเทศคู่แข่งมีค่าเท่ากับ 3.405389 โดยมีเครื่องหมายเป็นบวก ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีทาง เศรษฐศาสตร์ แต่ในกรณีที่ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างทั้งสองแห่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าปลาราดินกระป๋องของทั้งสองประเทศทดแทนกันไม่ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีผู้บริโภค ในประเทศปลาราดินกระป๋อง 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริโภคปลาราดินจากประเทศไทยและจาก ประเทศคู่แข่ง ซึ่งดูเหมือนว่าปลาราดินกระป๋องมีความแตกต่างกันระหว่างผู้บริโภค โดยเมื่อ ราคาปลาราดินกระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคกลุ่มที่บริโภคปลาราดินกระป๋องจาก ประเทศไทยจะต้องการปลาราดินจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคคาดหมายว่าราคาจะ สูงขึ้นกว่านี้รวมทั้งปลาราดินจากประเทศอื่นทดแทนกันไม่ได้ ผู้บริโภคจึงต้องการปลาราดิน กระป๋องจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยทั้งนี้จะทำให้ปริมาณความต้องการปลาราดินกระป๋องจาก ประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคปลาราดินกระป๋องประเทศคู่แข่งคาดหมายว่า ราคาปลาราดินกระป๋องจะเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณความต้องการปลาราดินกระป๋องจากประเทศ คู่แข่งเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นเครื่องหมายจึงเป็นบวก ในทางกลับกันถ้าราคาปลาราดิน กระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยลดลง เนื่องจากการคาดหมายว่าราคาจะลดลงมากกว่านี้ จึงทำให้ ปริมาณความต้องการปลาราดินจากประเทศไทยลดลง และผู้บริโภคปลาราดินจากประเทศ คู่แข่งจะลดการบริโภคปลาราดินลงเช่นกัน เนื่องจากการคาดหมายว่าราคาปลาราดินกระป๋องของ ประเทศคู่แข่งจะลดลงมากกว่านี้

ส่วนปัจจัยทางด้านจำนวนประชากร จากสมการพบว่าค่าความยืดหยุ่นของจำนวน ประชากรของไทยมีค่ามากกว่าคู่แข่งเท่ากับ 48.74675 นั่นคือ ถ้าจำนวนประชากรของลิเบีย เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีการนำเข้าปลาราดินกระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่ง แต่ในทางกลับกันถ้า จำนวนประชากรของลิเบียลดลงจะส่งผลให้การนำเข้าปลาราดินกระป๋องของไทยลดลงมากกว่า โดยเปรียบเทียบ จากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้คือ ถ้าจำนวนประชากรของลิเบียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณนำเข้าปลาราดินกระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่งประมาณร้อยละ 48.74675 โดย เปรียบเทียบ และในทางกลับกัน ถ้าจำนวนประชากรของลิเบียลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลา ราดินกระป๋องจะลดลงมากกว่าคู่แข่งโดยเปรียบเทียบเท่ากับร้อยละ 48.74675 ซึ่งประเทศไทย จะได้เปรียบเมื่อจำนวนประชากรของลิเบียเพิ่มขึ้น

สำหรับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติต่อคนคนที่มีการนำเข้าปลา ราดินกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

โดยผลประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากสมการสามารถพิจารณาได้เป็น 2 กรณีโดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประชากรลิเบียของการนำเข้าปลาหูฉลามกระป๋องจากทั้งสองแหล่งดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าปลาชาร์ดินกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยและจากประเทศคู่แข่งเป็นสินค้าปรกติ (Normal Goods) สำหรับผู้บริโภคในประเทศลิเบีย ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องของประเทศไทยมีค่าน้อยกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศคู่แข่งประมาณ 62.256 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์อธิบายได้ว่า ถ้ารายได้ประชาชาติของประเทศลิเบียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องของประเทศลิเบียเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าการนำเข้าจากคู่แข่งร้อยละ 62.256 โดยเปรียบเทียบ ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนคนของลิเบียลดลงร้อยละ 1 การนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องของประเทศนี้จะลดลงโดยการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยจะลดลงน้อยกว่าการลดลงของการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากคู่แข่งร้อยละ 62.256 โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจของประเทศลิเบียอยู่ในภาวะเติบโตประชากรของประเทศมีรายได้ประชาชาติต่อคนคนมากขึ้น จะทำให้การนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากไทยของประเทศลิเบียได้เปรียบประเทศคู่แข่ง แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศลิเบียถดถอยจะส่งผลในทางตรงกันข้าม

กรณีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคในประเทศลิเบียพิจารณาว่าปลาชาร์ดินกระป๋องเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ค่าสัมประสิทธิ์จะอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศอียิปต์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาชาร์ดินจากทั้งสองแหล่งลดลง โดยจะมีการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยลดลงมากกว่าคู่แข่งร้อยละ 62.256 โดยเปรียบเทียบ และในทางกลับกันถ้ารายได้ประชาชาติต่อคนหัวของประเทศลิเบียลดลงร้อยละ 1 จะทำให้การนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากทั้งสองแหล่งเพิ่มขึ้น โดยการนำเข้าปลาชาร์ดินกระป๋องจากประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่งร้อยละ 62.256 โดยเปรียบเทียบ ซึ่งกรณีที่ 2 ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศลิเบียถดถอย

จากค่าความแตกต่างของความยืดหยุ่นของตัวแปรต่าง ๆ ในสมการชี้ว่า ตัวแปรที่มีผลต่อส่วนแบ่งตลาดระหว่างปลาชาร์ดินของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบจำนวนประชากรประเทศลิเบีย และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของประเทศลิเบีย โดยจาก

สมการพบว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่งขึ้นต่อเมื่อราคาสินค้าของไทยเพิ่มขึ้น จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น และภาวะเศรษฐกิจของประเทศลิเบียลดลง

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศแอฟริกาใต้ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนคนของแอฟริกาใต้ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ จำนวนประชากรประเทศแอฟริกาใต้ และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของแอฟริกาใต้ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาแมคเคอเรลกระป๋องไปประเทศแอฟริกาใต้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาแมคเคอเรลกระป๋องโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมไปประเทศแอฟริกาใต้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมโดยเปรียบเทียบ และรายได้ประชาชาติต่อคนคนของแอฟริกาใต้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องจากไทยไปประเทศคู่ค้า

ประเทศ	สินค้า	ค่าคงที่	p_{ij}/p_{cij}	Pop_{ij}	GDP_{ij}	REX
แอฟริกาใต้	ปลาทูน่ากระป๋อง	-51.712	-	-	5.062	-
		(-8.541)	-	-	(9.858***)	-
	ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	1171.7		-80.01	34.033	-
		(2.232)		(-2.145*)	(1.901*)	-
	ปลาแมคเคอรอลกระป๋อง	-2.889	-1.679	-		-
		(-2.560*)	(-1.950*)	-		-
	ปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม	66.408	-2.45	-	-5.853	-
		(2.092)	(-3.699**)	-	(-2.166)	-
อียิปต์	ปลาทูน่ากระป๋อง	-14.364	-0.692	-	2.123	
		(-4.514)	(-7.678***)	-	(7.350***)	
	ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	-293.41	-	-	27.933	19.716
		(-2.231)	-	-	(2.285**)	(2.860**)
	ปลาแมคเคอรอลกระป๋อง	5.168	13.363	-	-	3.903
		(1.729)	(3.066**)	-	-	(1.344)

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเทศ	สินค้า	ค่าคงที่	p_{ij}/p_{cij}	Pop_{ij}	GDP_{ij}	REX
ลิเบีย	ปลาทูน่ากระป๋อง	-100.21	6.737	-	10.999	9.425
		(-5.242)	(5.130**)	-	(5.689**)	(2.574*)
	ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	-99.261	3.406	48.747	-62.256	-
		(-0.286)	(4.834**)	(2.597**)	(-4.009**)	-

ที่มา: จากการวิเคราะห์

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำที่ได้จากการประมงมีจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภค และมีราคาถูก อาหารทะเลกระป๋องประกอบด้วย หนุ่นกระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง ปลากระป๋องอื่น ๆ ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง หอยลายบรรจุภาชนะอัดลม และปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลม ประเทศไทยส่งออกปลาหนุ่นกระป๋องมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก ตลาดส่งออกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และ อียิปต์ และทั้งนี้ การส่งออกไปประเทศฝรั่งเศสและแอฟริกาใต้มีการขยายตัว ส่วนปลาชาร์ดินกระป๋อง ไทยสามารถส่งออกได้เป็นมูลค่าสูงทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง และรวมถึงแอฟริกาใต้ที่มีการขยายตัวด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับปลาแซลมอนและแมคเคอเรลกระป๋อง

ส่วนทางด้านปูกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยมูลค่าการส่งออก ประเทศไทยจัดประเทศผู้ส่งออกปูกระป๋องรายใหญ่ประเทศหนึ่งของโลก สำหรับโรงงานผู้ผลิตปูกระป๋องในประเทศไทยมีเพียงไม่กี่รายเมื่อเทียบกับโรงงานผลิตกุ้งแช่แข็ง จากจำนวนโรงงานที่มีอยู่ประมาณ 10 ราย ส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าประมงแปรรูปอื่นๆเป็นหลัก

ไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศผู้ส่งออกกุ้งที่สำคัญแห่งหนึ่งของ แต่ขณะเดียวกัน ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สหภาพยุโรป ต่างก็นำมาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้กับประเทศผู้ส่งออกทำให้การส่งออกกุ้งไปยังประเทศเหล่านี้มีความยากลำบากมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกุ้งไทย จำเป็นต้องปรับตัวและเร่งพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

อาหารฮาลาล หมายถึงมาตรฐานอาหารของการบริโภคของชาวมุสลิม โดยมีการตั้งมาตรฐานตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ซึ่งผู้ประกอบการของไทยควรหันมาให้ความสนใจอันเนื่องมาจากมาตรการกีดกันทางการค้าของตลาดส่งออกเดิม และการขยายตัวของประชากรมุสลิมทั้งในเอเชีย ตะวันออกกลาง แอฟริกาใต้ หรือแม้กระทั่งยุโรป ซึ่งการให้ความสำคัญนี้นอกจากจะสามารถเจาะตลาดมุสลิมได้แล้ว มาตรฐานอาหารฮาลาลยังเป็นมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยที่ยอมรับของผู้นำเข้าทั่วโลกอีกด้วย

ปัจจุบันอาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดในตะวันออกกลาง แต่นอกจากตลาดตะวันออกกลางแล้วยังมีตลาดอาหารฮาลาลอีกนั่นคือในกลุ่มประเทศแอฟริกามีประชากรรวมกันประมาณ 658 ล้านคน เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลามหรือเป็นมุสลิม คิดเป็นร้อยละ 45 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มแอฟริกาตอนเหนือ ประเทศไทยจึงควรหันมาให้ความสนใจตลาดนี้

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปประเทศอียิปต์ ลิเบีย และแอฟริกาใต้ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่าหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศอียิปต์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบและรายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรอียิปต์ ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศอียิปต์ ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรอียิปต์ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของระเทศผู้ส่งออก และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการส่งออกปลาแม็กเคอเรลกระป๋องไปประเทศอียิปต์ ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศลิเบียปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรลิเบีย และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องเปรียบเทียบระหว่าง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบ จำนวนประชากรประเทศลิเบีย และรายได้ประชาชาติต่อคนของลิเบีย

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศแอฟริกาได้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของแอฟริกาได้ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ จำนวนประชากรประเทศแอฟริกาได้ และรายได้ประชาชาติต่อคนของแอฟริกาได้ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาแมคเคอเรลกระป๋องไปประเทศแอฟริกาได้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาแมคเคอเรลกระป๋องโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าปลาปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมไปประเทศแอฟริกาได้จากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคานำเข้าของปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมโดยเปรียบเทียบ และรายได้ประชาชาติต่อคนของแอฟริกาได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากข้อมูลดังกล่าว ดังนั้นเพื่อเป็นการเจาะตลาดในกลุ่มประเทศแอฟริกาประเทศไทยควรปรับปรุงนโยบายเกี่ยวกับประเทศในกลุ่มแอฟริกา ดังนี้

1. จัดการแสดงสินค้าอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศแอฟริกา ดังเช่นที่เคยจัดดูหาฮาลาลในงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งการจัดดูหาฮาลาลของไทยในต่างประเทศมีขึ้นเป็นครั้งแรก ณ รัฐชาร์จาห์ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในปี 2539 และดำเนินนโยบายต่าง ๆ ดังเช่นที่เคยทำในตลาดตะวันออกกลาง

2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาล เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจและเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาลในหมู่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกและประชาชนทั่วไป และรวมทั้งผู้นำเข้าและผู้ซื้ออาหารฮาลาลในต่างประเทศโดยได้มีการจัดทำสื่อต่างๆ ได้แก่ วิดีโอเทป สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้จัดทำเป็น Brochure และสติ๊กเกอร์เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยทั้งหมดได้มีการจัดทำเป็น 3 ภาษา คือ ไทย อาหรับ และอังกฤษ และให้ข้อมูลกับผู้ผลิตเกี่ยวกับตลาดใหม่อย่างทวีปแอฟริกา

3. ผลการวิเคราะห์ของประเทศแอฟริกาได้พบว่าปลาแมคเคอเรลกระป๋องและปลาหมึกบรรจุภาชนะอัดลมเป็นสินค้าทดแทนกันได้ระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่น และสินค้า

ไทยถือว่าเป็นสินค้าปกติเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ดังนั้นไทยควรพัฒนาเอกลักษณ์ของสินค้า หรือจัดโปรโมชั่นเพื่อให้เกิดการ โดคเด่นและเป็นที่ต้องตาของผู้บริโภค

4. จากผลการวิเคราะห์พบว่าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยที่ส่งออกไปอียิปต์ พบว่า การส่งออกปลาทูน่า ปลาซาร์ดีนและแมคเคอรอลกระป๋องไปประเทศอียิปต์ของประเทศไทย ได้เปรียบคู่แข่งเมื่อเศรษฐกิจของอียิปต์ดีขึ้น หรือรายได้ประชาชาติต่อคนของอียิปต์เพิ่มขึ้น นั่นหมายความว่าสินค้าของประเทศไทยเป็นสินค้าปกติ ประชาชนในประเทศอียิปต์ยอมรับคุณภาพ สินค้า ประเทศไทยควรรักษาคุณภาพสินค้า และส่งสินค้าอาหารอื่น ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางอาหารฮาลาลในประเทศอียิปต์ด้วย

5. ผลการวิเคราะห์การส่งออกปลาทูน่าและปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยไปลิเบียพบว่า สินค้าปลาทูน่าและปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยแปะประเทศคู่แข่งไม่สามารถทดแทนกันได้ นั่นหมายความว่าผู้บริโภคพิจารณาแหล่งนำเข้าสินค้าเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ผลิตในประเทศไทยควรส่ง สินค้าอื่น ๆ เช่น สับปะรดกระป๋อง หรือผลไม้กระป๋องอื่น ๆ เข้าไปเพิ่มรายได้ได้อีกช่องทางหนึ่ง เช่นกันกับประเทศอียิปต์ แต่อย่างไรก็ตามความยืดหยุ่นของราคาสินค้าจากไทยมีมากกว่าคู่แข่ง ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องรักษาราคาและพัฒนาคุณภาพสินค้าตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงเฉพาะอาหารทะเลกระป๋องเท่านั้น เพื่อให้งานวิจัย ครั้งต่อไปครอบคลุมยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ในทวีปแอฟริกาอีก ซึ่งยังถือว่าเป็นตลาดใหม่เหมาะแก่การให้ความสำคัญในตลาดนี้ นอกจากนี้จากสถิติการส่งออกอาหารทะเล กระป๋องประเภทต่าง ๆ ไปยังภูมิภาคนี้ยังไม่เสถียรภาพเท่าที่ควร ดังนั้นควรศึกษาในเรื่องของ เสถียรภาพของราคา ปริมาณ และรายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อหาสาเหตุของการขาด เสถียรภาพว่ามาจากด้านอุปสงค์หรืออุปทาน และพยากรณ์แนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดอาหาร ทะเลกระป๋องอีกด้วย

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก. กฎหมาย/ระเบียบขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องโดย
สรุป. 2548.

กรมส่งเสริมการส่งออก. ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง (กุ้ง ปลาหมึก ปลา หอย
ปู สัตว์น้ำอื่นๆ). 2548.

กลุ่มแอฟริกา สำนักยุโรปฯ. 2546. สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาชนอาหรับลิเบียThe
People's Bureau of the Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya. กรม
เจรจาการค้า ระหว่างประเทศ. 2550.

กองแอฟริกา กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา. 2550. สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์.
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.

กองแอฟริกา กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา. 2550. แอฟริกาใต้. กรมเจรจาการค้า
ระหว่างประเทศ.

กันดา จิตต์สมบูรณ์, ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทย: การ
ส่งออกยังคงติด อันดับโลก, ผู้ส่งออก Exporters Review. พฤษภาคม
2543.

คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ. แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม
(พ.ศ.2541-2545): แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อการปรับโครงสร้าง
อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 17 มิถุนายน 2541.

ทองคำ มะหะหมัด. 2550. **HALAL Thai Standard** (Online). www.halal.or.th/halal_knowledge.
27 กรกฎาคม 2550.

นงลักษณ์ พยัคฆ์ศิรินาวัน. 2550. **อาหารฮาลาล (Halal Food)**. สาขาวิชาเกษตรศาสตร์
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, การเกษตรราชภัฏ. 2551.

เปรมศิริ ฤทัยเจตน์เจริญ. **Thai GCC Business Conference "สะพานเชื่อม" ทูน**
ไทย-ตะวันออกกลาง (Online). <http://www.bangkokbizweek.com/>. 5 มิถุนายน
2550.

บดินทร์ ยูวโสภีร์. 2550. **อาหารฮาลาลในประเทศไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานจะมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง** (Online). www.halalthailand.com/food/. 9 มิถุนายน 2550.

พาณี ปัทมวิภาค. 2540. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบเทียบกับความได้เปรียบ**
เชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดของ
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มนตรี สิงหะวาระ. 2542. **การวิเคราะห์เสถียรภาพและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการ**
ส่งออกสินค้าไทยไปกลุ่มตะวันออกกลาง. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยะห์รีนทร์ มะสกุล. 2543. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ**
และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ : กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋อง
ของไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยูซุฟ อัลกรอดอวีย์. 2544. **หะลาลและหะรอมในอิสลาม. หะลาลและหะรอมในชีวิตส่วนตัวของ**
มุสลิม. สำนักพิมพ์ศูนย์หนังสืออิสลาม.

สำนักงานเจรจาเขตการค้าเสรีไทย-ญี่ปุ่น กระทรวงการต่างประเทศ . 2547.
บทความและข่าวที่น่าสนใจ (Online). <http://www.mfa.go.th/jtepa/>. 9 มิถุนายน
2550.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. การค้าระหว่างไทย-ลิเบีย (Online). Country Profile .
<http://www.oae.go.th> . 15 มิถุนายน 2550.

สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. รายงาน
 การศึกษานับสมบูรณ์ โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขา
 อาหาร) (พ.ศ. 2551-2555) : แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา. 2550.

ศูนย์รวมอุตสาหกรรม. The Federation of Thai Industries (Online).
<http://internet1.off.fti.or.th/ftinews/pressrelease/>. 2 มิถุนายน 2550.

ศูนย์สารสนเทศ สถาบันอาหาร National Food Institute .2004. สถิติการ
 ส่งออกอาหารของไทยปี 2543-2548 (Online).
<http://www.nfi.or.th/stat/exportstat.asp> . 9 มิถุนายน 2550.

สุริยันต์ เงินสยาม. 2547. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ
 และส่วนแบ่ง ตลาดคงที่ กรณีศึกษากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากผลกระทบ
 จากปัญหาสารตกค้าง. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
 เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รุ่งฤดี รัชตมณีเลิศ. 2546. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการ
 นำเข้าผลไม้กระป๋องไทย ของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญในสหภาพยุโรป.
 วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อาทิตย์ อ่างแก้ว. 2547. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของผลไม้แปรรูปของ
 ผลไม้แปรรูปส่งออกที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อลิสรา จันทร์ขาว, 2543. แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหาร
 ฮาลาลของไทยไปกลุ่ม ประเทศตะวันออกกลาง กรณีศึกษาอาหาร
 ทะเลกระป๋อง. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกชัย คามิค, 2544. ปัจจัยที่มีผลกระทบของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง
 และอาหารทะเลแปรรูปของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย. วิทยานิพนธ์
 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Thai Food Processors' Association, 2550. ตลาดส่งออกอาหารทะเล กระป๋อง
 2541-2545 (Online)., <http://thaifood.org/seafoodexport.htm> . 9 มิถุนายน 2550.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ขั้นตอนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นโดยเปรียบเทียบ
ของอุปสงค์อาหารทะเลกระป๋อง

ตารางผนวกที่ 2 ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
จีน ไปประเทศอียิปต์ พ.ศ. 2535 – 2549

(ราคา : ดอลลาร์สหรัฐฯ)
(ปริมาณ : กิโลกรัม)

พ.ศ.	ราคาปลา กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Peg1/Pceg1)	ปริมาณนำเข้า ปลากระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ คู่แข่ง (Qeg1/Qceg1)	ราคาปลา ชาร์ดิน กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Peg2/Pceg2)	ปริมาณนำเข้า ปลากระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ คู่แข่ง (Qeg2/Qceg2)	ราคาปลาแม็ค เคอรอล กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Peg4/Pceg4)	ปริมาณนำเข้า ปลาแม็ค เคอรอล กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ คู่แข่ง (Qeg4/Qceg4)
2535	1.46	2,257.50				
2536	1.34	3,442.81				
2537	1.48	3,992.55	0.50	0.41	0.96	1.31
2538	1.75	4,973.92			0.99	3.88
2539	1.71	4,648.22	0.70	30.59	1.11	2.23
2540	1.72	4,067.13	0.87	0.17	1.09	10.01
2541	6.98	1,028.52	0.38	0.44	0.99	35.34
2542	1.41	4,899.64			0.90	0.04
2543	1.16	11,540.06	0.51	0.80	0.90	57.95
2544	1.21	9,541.12	0.45	4.27		
2545	1.26	8,923.19	0.62	1.54		
2546	1.18	9,639.44	0.83	2.99	0.87	16.75
2547	1.25	7,868.45	0.43	2.32		
2548	1.47	9,965.25	297.70	14.44	1.10	12.04
2549	1.52	13,767.72	1.25	2.93	1.17	15.48

ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

ตารางผนวกที่ 3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ประชากรต่อคนของ
ประเทศอียิปต์ พ.ศ. 2535 – 2549

พ.ศ.	จำนวนประชากร (คน) (Popeg)	รายได้ประชาชาติต่อคน (ดอลลาร์สหรัฐ ^๓)(GDPe _g)
2535	57,365,647	43,271
2536	58,449,337	44,979
2537	59,538,320	47,029
2538	60,648,298	49,436
2539	61,783,522	52,151
2540	62,940,738	54,249
2541	64,119,165	57,564
2542	65,315,842	60,663
2543	66,528,578	62,801
2544	67,757,429	64,801
2545	69,003,765	67,478
2546	70,267,864	70,258
2547	71,550,018	73,436
2548	72,849,793	78,462

ที่มา: World Bank (2551)

ตารางผนวกที่ 4 ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
จีนไปประเทศลิเบีย พ.ศ. 2535 – 2549

(ราคา: ดอลลาร์สหรัฐฯ)

(ปริมาณ: กิโลกรัม)

พ.ศ.	ราคาปลาทูน่า กระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่งจีน (Pib1/Pclb1)	ปริมาณนำเข้าปลาทูน่า กระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จีน (Qib1/Qclb1)	ราคาปลาซาร์ดีน กระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่งจีน (Peg2/Pceg2)	ปริมาณนำเข้าปลาทูน่า กระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จีน (Qeg2/Qceg2)
2535	1.23	177.61	0.19	1.27
2536	1.17	306.78	0.23	0.95
2537	1.10	273.39	0.19	3.60
2538	1.02	21.28	0.28	3.24
2539				
2540				
2541				
2542	0.52	1.89	0.22	0.55
2543	0.60	19.03	0.21	0.24
2544	0.50	25.68		
2545				
2546	0.55	215.34		
2547	0.66	226.56	0.19	5.15
2548	0.72	379.82	0.26	15.42
2549	0.78	417.20	0.33	15.33

ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

ตารางผนวกที่ 5 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ประชากรต่อคนของ
ประเทศลิเบีย พ.ศ. 2535 – 2549

พ.ศ.	จำนวนประชากร (คน) (Poplb)	รายได้ประชาชาติต่อคน (ดอลลาร์สหรัฐ ^๑)(GDPIb)
2535	4,549,169	32,713
2536	4,642,539	33,243
2537	4,736,907	32,811
2538	4,832,592	32,699
2539	4,930,214	33,787
2540	5,030,330	35,546
2541	5,133,013	34,283
2542	5,238,158	34,540
2543	5,345,662	35,348
2544	5,455,571	35,529
2545	5,567,944	35,443
2546	5,682,648	42,267
2547	5,799,484	44,208
2548	5,918,217	45,772
2549	6,038,643	48,056

ที่มา: World Bank (2551)

ตารางผนวกที่ 6 ราคาและปริมาณนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
 จีนไปประเทศแอฟริกาใต้ พ.ศ. 2535 – 2549

(ราคา: ดอลลาร์สหรัฐฯ)
(ปริมาณ: กิโลกรัม)

พ.ศ.	ราคาปลาทูน่า กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Psa1/Psac1)	ปริมาณนำเข้า ปลาทูน่า กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Qsa1/Qsac1)	ราคาปลา ชาร์ดิน กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Psa2/Psac2)	ปริมาณนำเข้า ปลาชาร์ดิน กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Qsa2/Qsac2)	ราคาปลาแม็ค เคอรอล กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Psa4/Psac4)	ปริมาณนำเข้า ปลาแม็ค เคอรอล กระป๋องของ ไทย เปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง (Qsa4/Qsac2)
2535	0.31	1,033.50	0.29	2.11	0.18	0.60
2536	0.35	1,401.81	0.31	10.23	0.23	0.71
2537	0.36	1,140.12	2.97	7.16	0.24	1.17
2538	0.38	2,028.82	0.30	13.04	0.24	1.42
2539	0.41	1,549.45	0.31	4.79	0.24	0.59
2540	0.37	3,884.99	0.25	7.03	0.30	0.26
2541	0.41	1,941.89	-	-	0.27	0.16
2542	0.36	1,522.84	0.44	0.22	0.20	0.87
2543	0.28	3,058.81	0.46	0.24	0.20	1.59
2544	0.31	3,555.56	0.54	0.21	0.25	0.08
2545	0.30	3,419.10	0.37	3.63	0.38	0.20
2546	0.30	6,097.34	67.69	2.74	0.28	3.94
2547	0.34	6,452.36	1.27	0.26	0.56	0.56
2548	0.36	7,761.48	0.39	1.29	0.50	0.05
2549	0.40	11,523.59	0.47	4.96	0.36	0.26

ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

ตารางผนวกที่ 6 (ต่อ)

(ราคา: ดอลลาร์สหรัฐฯ)

(ปริมาณ: กิโลกรัม)

พ.ศ.	ราคาปลาหมึกบรรจุภาชนะอัด ลมกระป๋องของไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่ แข่งขัน (Psa8/Psac8)	ปริมาณนำเข้าปลาหมึกบรรจุ ภาชนะอัดลมของไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่ แข่งขัน (Qsa8/Qsac8)
2535	1.39	0.11
2536	1.41	0.16
2537	1.46	0.15
2538	1.35	0.02
2539	1.22	0.08
2540	1.14	0.18
2541	1.02	0.05
2542	0.83	0.08
2543	0.92	0.05
2544	1.14	0.09
2545	0.99	0.07
2546	0.90	0.04
2547	4.67	0.00
2548	5.07	0.00

ที่มา: กรมศุลกากร (2551)

ตารางผนวกที่ 7 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนประชากร และรายได้ประชากรต่อคนของ
ประเทศแอฟริกาใต้ พ.ศ. 2535 – 2549

พ.ศ.	จำนวนประชากร (คน) (Poplb)	รายได้ประชาชาติต่อคน (ดอลลาร์สหรัฐ)(GDPIb)
2535	307,594,760	108,504
2536	312,777,410	109,842
2537	317,936,745	113,395
2538	323,089,088	116,928
2539	328,239,541	121,964
2540	333,382,425	125,192
2541	338,510,259	125,839
2542	343,611,159	128,807
2543	348,676,386	134,158
2544	353,703,283	137,828
2545	358,694,419	142,883
2546	363,652,294	147,341
2547	368,581,193	154,471
2548	373,483,655	162,343

ที่มา: World Bank (2551)

ตารางผนวกที่ 8 สถิติอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทย พ.ศ. 2535 – 2549

(หน่วย: บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ)

พ.ศ.	REX
2535	0.370000
2536	0.350000
2537	0.330000
2538	0.310000
2539	0.300000
2540	0.350000
2541	0.430000
2542	0.390000
2543	0.410000
2544	0.450000
2545	0.430000
2546	0.410000
2547	0.380000
2548	0.370000

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551)

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

Dependent Variable: LOG(QEG1)

Method: Least Squares

Date: 05/05/08 Time: 16:43

Sample: 2535

2549

Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-14.3641	3.181902	-4.514318	0.0007
LOG(PEG1)	-0.69207	0.090137	-7.678011	0.0000
LOG(GDPEG)	2.122988	0.288841	7.350032	0.0000
Mean dependent				
R-squared	0.914632	var		8.623498
Adjusted R-squared	0.900404	S.D. dependent var		0.696537
S.E. of regression	0.219819	Akaike info criterion		-0.01517
Sum squared resid	0.579846	Schwarz criterion		0.126443
Log likelihood	3.11375	F-statistic		64.28378
Durbin-Watson stat	1.655217	Prob(F-statistic)		0

Dependent Variable:
 LOG(QEG2)
 Method: Least
 Squares
 Date: 04/10/08 Time: 21:48
 Sample(adjusted): 2540 2549
 Included observations: 8
 Excluded observations: 2 after adjusting endpoints
 Convergence achieved after 21
 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-293.407	131.4881	-2.23143	0.0895
LOG(GDPEG)	27.93292	12.22492	2.284916	0.0843
LOG(REX)	19.7158	6.894788	2.859523	0.046
AR(1)	0.443332	0.119712	3.70332	0.0208
Mean				
R-squared	0.863803	dependent var		0.621917
Adjusted R-squared	0.761654	S.D. dependent var		1.372249
S.E. of regression	0.669941	Akaike info criterion		2.343598
Sum squared resid	1.795283	Schwarz criterion		2.383319
Log likelihood	-5.37439	F-statistic		8.456375
Durbin-Watson stat	2.729165	Prob(F-statistic)		0.033159

Inverted AR
 Roots 0.44

Dependent Variable: LOG(QEG4)

Method: Least Squares

Date: 04/10/08 Time: 21:58

Sample(adjusted): 2538 2549

Included observations: 7

Excluded observations: 5 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 6 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.188028	0.322546	3.683283	0.0211
LOG(PEG4)	9.991944	4.155267	2.404645	0.074
AR(1)	-1.0823	0.389399	-2.7794	0.0498
R-squared	0.676928	Mean dependent var	1.658099	
Adjusted R-squared	0.515391	S.D. dependent var	2.435802	
S.E. of regression	1.695655	Akaike info criterion	4.191543	
Sum squared resid	11.50099	Schwarz criterion	4.168361	
Log likelihood	-11.6704	F-statistic	4.190561	
Durbin-Watson stat	3.054708	Prob(F-statistic)	0.104376	

Inverted AR Roots -1.08

Dependent Variable: LOG(QLB1)

Method: Least Squares

Date: 04/15/08 Time: 11:14

Sample: 2535 2549

Included observations: 11

Excluded observations: 4

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-100.21	19.11553	-5.24235	0.0012
LOG(PLB1)	6.736507	1.313151	5.130033	0.0014
LOG(GDPLB)	10.99867	1.933339	5.68895	0.0007
LOG(REX)	9.425314	3.662102	2.573745	0.0368
R-squared	0.86137	Mean dependent var	4.470333	
Adjusted R-squared	0.801957	S.D. dependent var	1.737895	
S.E. of regression	0.773399	Akaike info criterion	2.599244	
Sum squared resid	4.187022	Schwarz criterion	2.743933	
Log likelihood	-10.2958	F-statistic	14.49801	
Durbin-Watson stat	1.770933	Prob(F-statistic)	0.002181	

Dependent Variable: LOG(QLB2)

Method: Least Squares

Date: 04/10/08 Time: 22:23

Sample: 2535 2549

Included observations: 9

Excluded observations: 6

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-99.2614	145.6173	-0.68166	0.5257
LOG(PLB2)	3.405389	0.704339	4.834869	0.0047
LOG(POPLB)	48.74675	18.77255	2.596704	0.0484
LOG(GDPLB)	-62.2559	15.53082	-4.00854	0.0102
R-squared	0.860545	Mean dependent var	2.244603	
Adjusted R-squared	0.776871	S.D. dependent var	3.392811	
S.E. of regression	1.602645	Akaike info criterion	4.08229	
Sum squared resid	12.84235	Schwarz criterion	4.169945	
Log likelihood	-14.3703	F-statistic	10.28458	
Durbin-Watson stat	2.804963	Prob(F-statistic)	0.014037	

Dependent Variable: LOG(QSA1)

Method: Least Squares

Date: 05/05/08 Time: 18:05

Sample: 2535 2549

Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-51.7121	6.054404	-8.541228	0.000
LOG(GDPSA)	5.061601	0.513474	9.857561	0.000
R-squared	0.882002	Mean dependent var	7.965778	
Adjusted R-squared	0.872925	S.D. dependent var	0.745544	
S.E. of regression	0.265768	Akaike info criterion	0.311178	
Sum squared resid	0.918223	Schwarz criterion	0.405585	
Log likelihood	-0.33384	F-statistic	97.1715	
Durbin-Watson stat	2.646193	Prob(F-statistic)	0.000	

Dependent Variable: LOG(QSA2)

Method: Least Squares

Date: 05/05/08 Time: 18:15

Sample: 2535 2549

Included observations: 14

Excluded observations: 1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1171.682	524.9441	2.232013	0.0474
LOG(POPSA)	-80.0067	37.30521	-2.144652	0.0552
LOG(GDPSA)	34.03253	17.90289	1.900952	0.0838
R-squared	0.392829	Mean dependent var		0.67239
Adjusted R-squared	0.282435	S.D. dependent var		1.527138
S.E. of regression	1.293626	Akaike info criterion		3.540185
Sum squared resid	18.40816	Schwarz criterion		3.677126
Log likelihood	-21.7813	F-statistic		3.558409
Durbin-Watson stat	1.610078	Prob(F-statistic)		0.0643

Dependent Variable: LOG(QSA4)

Method: Least Squares

Date: 05/05/08 Time: 18:22

Sample: 2535 2549

Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.88875	1.128243	-2.560396	0.0237
LOG(PSA4)	-1.67839	0.860728	-1.949968	0.0731
R-squared	0.2263	Mean dependent var		-0.75513
Adjusted R-squared	0.166784	S.D. dependent var		1.167417
S.E. of regression	1.065625	Akaike info criterion		3.088567
Sum squared resid	14.76225	Schwarz criterion		3.182973
Log likelihood	-21.1643	F-statistic		3.802374
Durbin-Watson stat	1.84055	Prob(F-statistic)		0.073081

Dependent Variable: LOG(QSA8)

Method: Least Squares

Date: 04/10/08 Time: 23:33

Sample(adjusted): 2536 2549

Included observations: 14 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 20 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	66.40848	31.74778	2.091752	0.0629
LOG(PSA8)	-2.44921	0.662141	-3.698927	0.0041
LOG(GDPSA)	-5.85251	2.702342	-2.165717	0.0556
AR(1)	-0.51537	0.648729	-0.794427	0.4454
R-squared	0.692494	Mean dependent var	-3.54808	
Adjusted R-squared	0.600242	S.D. dependent var	2.372946	
S.E. of regression	1.50033	Akaike info criterion	3.884203	
Sum squared resid	22.50989	Schwarz criterion	4.066791	
Log likelihood	-23.1894	F-statistic	7.506547	
Durbin-Watson stat	1.848031	Prob(F-statistic)	0.006416	

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล

นางสาวปนัดดา เดวามัด

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 1 เดือนเมษายน พ.ศ. 2527

สถานที่เกิด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์