

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสำหรับการทำเกษตรกรรม เนื่องจากมีความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 มีอาชีพเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นการทำกสิกรรม ปศุสัตว์ หรือการทำประมง จากนโยบายของรัฐบาลในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาประเทศช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2515-2519) มีการส่งเสริมการส่งออกสินค้า โดยการปรับปรุงระบบการผลิตให้สอดคล้องกับภาวะตลาด ซึ่งส่งผลให้มูลค่าสินค้าออกขยายตัวอย่างรวดเร็ว และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) มีการกล่าวถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการเกษตร โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก (kitchen of the world) เพื่อให้เป็นแหล่งผลิตอาหารแปรรูปที่สำคัญของโลกที่มีคุณภาพมาตรฐาน ทำให้สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่า รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตและส่งออกอย่างต่อเนื่อง ทำให้การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ปีพ.ศ. 2550 มีมูลค่าส่งออก 327,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 526,750 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2554 แสดงดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าแยกตามโครงสร้างสินค้า ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

	(มูลค่า: ล้านบาท)				
รายการ	2550	2551	2552	2553	2554
สินค้าเกษตรกรรม(กสิกรรม ปศุสัตว์ ประมง)	522,532	662,229	559,459	679,719	875,661
สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร	327,300	385,771	384,299	419,324	526,750
สินค้าอุตสาหกรรม	4,154,581	4,406,260	3,967,724	4,697,002	4,906,495
สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	246,968	385,526	274,046	317,297	399,083
อื่น ๆ(ธุรกรรมพิเศษ เช่นของที่ออกไปกับตน)	50,738	11,585	9,069	-6	0
รวมทั้งสิ้น	5,302,119	5,851,371	5,194,597	6,113,336	6,707,990

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า ในช่วงปีพ.ศ. 2551-2554 สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่าส่งออกเท่ากับ 385,771.20 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 ร้อยละ 17.86 ต่อมาปี พ.ศ. 2552 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 384,299.30 ล้านบาท ขยายตัวลดลงร้อยละ 0.38 ตามสภาพเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา แต่ในช่วงปีพ.ศ. 2553-2554 สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมูลค่าการส่งออกในปีพ.ศ. 2553 เท่ากับ 419,324.30 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2554 มีมูลค่าการส่งออก เท่ากับ 526,749.90 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.11 และร้อยละ 25.62 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ปีพ.ศ. 2550 เทียบกับ ปีพ.ศ.2554 พบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.94 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สินค้าส่งออกหมวดอุตสาหกรรมเกษตร ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2554

รายการ	(หน่วย: ล้านบาท)							
	2552		2553		2554		อัตราการขยายตัว	
	อันดับ	มูลค่า	อันดับ	มูลค่า	อันดับ	มูลค่า	2553	2554
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1	126,692.43	1	130,086.00	1	152,080.45	2.68	16.91
น้ำตาลทราย	2	61,585.42	2	69,318.50	2	109,447.52	12.56	57.89
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	3	41,758.78	3	44,939.48	3	51,986.02	7.62	15.68
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป	5	21,575.31	5	24,944.72	4	31,527.20	15.62	26.39
อาหารสัตว์เลี้ยงเครื่องเคี้ยว	4	24,208.24	4	25,640.32	5	28,361.00	5.92	10.61
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	6	15,436.52	6	19,295.02	6	26,541.37	25.00	37.56
สิ่งปรุงรสอาหาร	10	8,934.96	8	10,872.93	7	22,096.10	21.69	103.22
ผักกระป๋องและแปรรูป	7	11,624.80	7	12,973.65	8	14,408.50	11.60	11.06
ผลิตภัณฑ์ข้าว	8	9,814.38	9	9,814.35	9	10,572.60	-	7.73
ผลิตภัณฑ์ข้าว	11	7,088.80	11	8,296.97	10	9,409.02	17.04	13.40
เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์	9	9,558.80	10	8,616.78	11	9,050.13	-9.85	5.03

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

จากตารางที่ 1.2 จะเห็นได้ว่าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับ 1 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 จนถึงปี พ.ศ. 2554 โดยมูลค่าการส่งออกช่วงปี พ.ศ. 2552-2554 เท่ากับ 408,858.88 ล้านบาท โดยในปีพ.ศ. 2554 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2553

ร้อยละ 16.91 สินค้าน้ำตาลทราย ส่งออกมากเป็นอันดับ 2 มีมูลค่าการส่งออกช่วงปีพ.ศ. 2552-2554 เท่ากับ 240,351.44 ล้านบาท โดยในปีพ.ศ. 2554 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2553 ร้อยละ 57.89 และอันดับ 3 คือผลไม้กระป๋องและแปรรูป มีมูลค่าการส่งออกช่วงปีพ.ศ. 2552-2554 เท่ากับ 138,684.28 ล้านบาท มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 ร้อยละ 11.65 ซึ่งเห็นได้ว่า สินค้าอุตสาหกรรมแปรรูป 3 อันดับแรก มีอันดับการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง แสดงให้เห็นถึงสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรทั้งสามชนิดนี้ มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากประเทศไทย มีสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศที่เอื้อต่อการทำการเกษตรกรรม ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตผลไม้สด มีการผลิตออกมาสู่ตลาดตลอดทั้งปี และจากการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ได้มีการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าผลไม้สดเป็นผลไม้แปรรูป เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 ปริมาณการผลิตอุตสาหกรรมการเกษตร ผักและผลไม้แปรรูป
ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

ผักและผลไม้ แปรรูป	ปี พ.ศ.					(หน่วย: ตัน)	
						ผลรวม	สัดส่วน
	2550	2551	2552	2553	2554	ช่วงปีพ.ศ. 2550-2554	ช่วงปีพ.ศ. 2550-2554
1.สับปะรดกระป๋อง	359,492	422,828	340,743	342,381	425,307	1,890,751	66.32
2.น้ำผลไม้	180,085	172,889	152,051	150,506	158,726	814,257	28.56
3.ผักผลไม้อบแห้ง	24,879	23,557	22,826	23,884	21,574	116,720	4.09

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความ
ร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

จากตารางที่ 1.3 จะเห็นว่า ผลผลิตของอุตสาหกรรมการเกษตร ผลไม้กระป๋องและแปรรูปอันดับหนึ่งคือ สับปะรดกระป๋อง รองลงมาคือ น้ำผลไม้ และผักผลไม้อบแห้ง ตามลำดับ แม้ว่าอุตสาหกรรมน้ำผลไม้จะครองอันดับสอง แต่น้ำผลไม้ก็เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถที่จะบริโภคได้ในทันที เนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อหาบริโภค แต่กลับพบว่า ปริมาณการผลิตยังขยายตัวไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งมีสัดส่วนปริมาณการผลิตช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ร้อยละ 28.56 น้อยกว่า สับปะรดกระป๋อง ที่มีสัดส่วนปริมาณการผลิตช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ถึงร้อยละ 66.32 แต่เดิมนั้น น้ำผลไม้เป็นเพียงสินค้าที่เป็นผลพลอยได้มาจากการผลิตผลไม้กระป๋อง แต่ผลอันเนื่องมาจาก

การส่งเสริมของรัฐบาล ในการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ส่งผลให้มีผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในธุรกิจการผลิตน้ำผลไม้เพิ่มขึ้น โดยที่ผ่านมามีในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนโรงงานที่ผลิตน้ำผลไม้ในรูปแบบต่างๆ จำนวน 79 ราย ต่อมาในปีพ.ศ. 2547 มีโรงงานผลิตน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นเป็น 103 โรงงาน และในปี พ.ศ. 2554 มีโรงงานผลิตน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นมากกว่า 200 โรงงาน ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

จากข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2545-2554 ประเทศไทยมีการส่งออกน้ำผลไม้ไปยังตลาดโลก อยู่อันดับที่ 10 รองลงมาจาก บราซิล เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน สเปน อิตาลี และโปแลนด์ แสดงได้ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ช่วงปีพ.ศ. 2551-2554

(หน่วย: ดอลลาร์ สหรัฐ)

ประเทศส่งออก	2551	2552	2553	2554	เฉลี่ยปี พ.ศ. 2551-2554
1.บราซิล	2,151,782,905	1,751,827,613	1,925,125,453	2,566,394,570	2,098,782,635
2.เนเธอร์แลนด์	1,425,270,514	1,304,286,863	1,317,146,605	1,633,402,703	1,420,026,671
3.เบลเยียม	1,345,227,946	1,061,565,894	1,143,541,475	1,340,651,174	1,222,746,622
4.สหรัฐอเมริกา	1,077,906,614	1,023,764,958	1,138,728,764	1,305,699,988	1,136,525,081
5.เยอรมนี	1,234,466,408	1,003,016,313	898,257,394	1,015,209,604	1,037,737,430
6.จีน	1,258,943,177	762,793,252	864,652,873	1,224,206,922	1,027,649,056
7.สเปน	734,004,164	665,152,374	646,760,038	903,648,743	737,391,330
8.อิตาลี	721,156,683	559,435,723	611,816,232	724,449,007	654,214,411
9.โปแลนด์	663,050,561	441,783,082	441,761,807	636,805,974	545,850,356
10.ไทย	298,095,940	321,912,837	378,976,547	438,550,170	359,383,874
ประเทศอื่นๆ	3,856,570,224	3,306,525,098	3,497,823,026	4,461,456,210	3,780,593,640
รวมทั้งหมด	14,766,475,136	12,202,064,007	12,864,590,214	16,250,475,065	14,020,901,106

ที่มา: Global Trade Atlas <http://www.gtis.com/gta/login.cfm>

จากตารางที่ 1.4 จะเห็นได้ว่า บราซิล มีการส่งออกน้ำผลไม้มากที่สุด โดยมีมูลค่าส่งออกน้ำผลไม้เฉลี่ยช่วงปีพ.ศ. 2551-2554 เท่ากับ 2,098,782,635 ดอลลาร์สหรัฐ. รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน สเปน อิตาลี โปแลนด์ และไทย โดยมีมูลค่าส่งออกน้ำผลไม้เฉลี่ยช่วงปีพ.ศ. 2551-2554 เท่ากับ 1,420,026,671, 1,222,746,622, 1,136,525,081, 1,037,737,430, 1,027,649,056, 737,391,330, 654,214,411, 545,850,356, 359,383,874 ตามลำดับ โดยประเทศไทย มีการส่งออกน้ำผลไม้ไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ ตลาด

สหรัฐอเมริกา ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดอิตาลี ตลาดออสเตรเลีย และตลาดญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการส่งออกเรียงลำดับตามตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทย แยกตามตลาดส่งออก
ช่วงปี พ.ศ. 2551-2554

(หน่วย: พันล้านบาท)

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า			อัตราขยายตัว			สัดส่วน		
		2552	2553	2554	2552	2553	2554	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	2,477.4	2,778.4	3,298.5	1.7	12.2	18.7	22.8	23.4	24.9
2	เนเธอร์แลนด์	2,684.4	2,822.8	2,676.4	34.7	5.15	-5.18	24.8	23.7	20.2
3	อิตาลี	530.44	584.02	842.48	30.5	10.1	44.3	4.89	4.91	6.36
4	ออสเตรเลีย	332.28	352.56	508.71	12.5	6.1	44.3	3.06	2.96	3.84
5	ญี่ปุ่น	354.31	354.34	448.88	18.2	0.01	26.7	3.27	2.98	3.39

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 1.5 ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 จะเห็นได้ว่า ตลาดส่งออกน้ำผลไม้ที่ประเทศไทยส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศมากที่สุดคือ ตลาดสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดอิตาลี ตลาดออสเตรเลีย และตลาดญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยการส่งออกน้ำผลไม้ในตลาดข้างต้น ส่วนใหญ่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ยกเว้นตลาดเนเธอร์แลนด์ ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2554 ลดลงจากช่วงปีพ.ศ. 2552-2553 ร้อยละ 5.18 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแปรรูปที่มีความสำคัญ โดยช่วงปีพ.ศ. 2545-2554 มีมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้มากถึง 2,622,497,698 ดอลลาร์ สหรัฐ. แม้ว่ามูลค่าส่งออกน้ำผลไม้จะมีมูลค่าสูง แต่มูลค่าการส่งออกขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ปริมาณผลผลิตผลไม้สดในแต่ละปี กำลังการผลิต และความต้องการในการบริโภคน้ำผลไม้ของโลก ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบัน ก็มีผลต่อการส่งออกสินค้าต่างๆของไทย อีกทั้งผู้นำเข้าได้มีนាំมาตรการทางด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีมาใช้กับประเทศผู้ส่งออกน้ำผลไม้ ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวเพื่อการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงสภาพทั่วไปและแนวโน้มของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย ทั้งปริมาณการผลิต กำลังการผลิต สถานการณ์การนำเข้าและการส่งออก อีกทั้งความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทยในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าที่สำคัญ ว่ามีตลาดใดที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและแนวโน้มในความสามารถได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอนาคต ประกอบกับมีปัจจัยใดบ้าง ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ของไทยในช่วงที่ผ่านมา ตลอดจนศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ที่สนับสนุนการส่งออกน้ำผลไม้ ซึ่งจะทำให้ได้ทราบถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย ให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าต่อไป

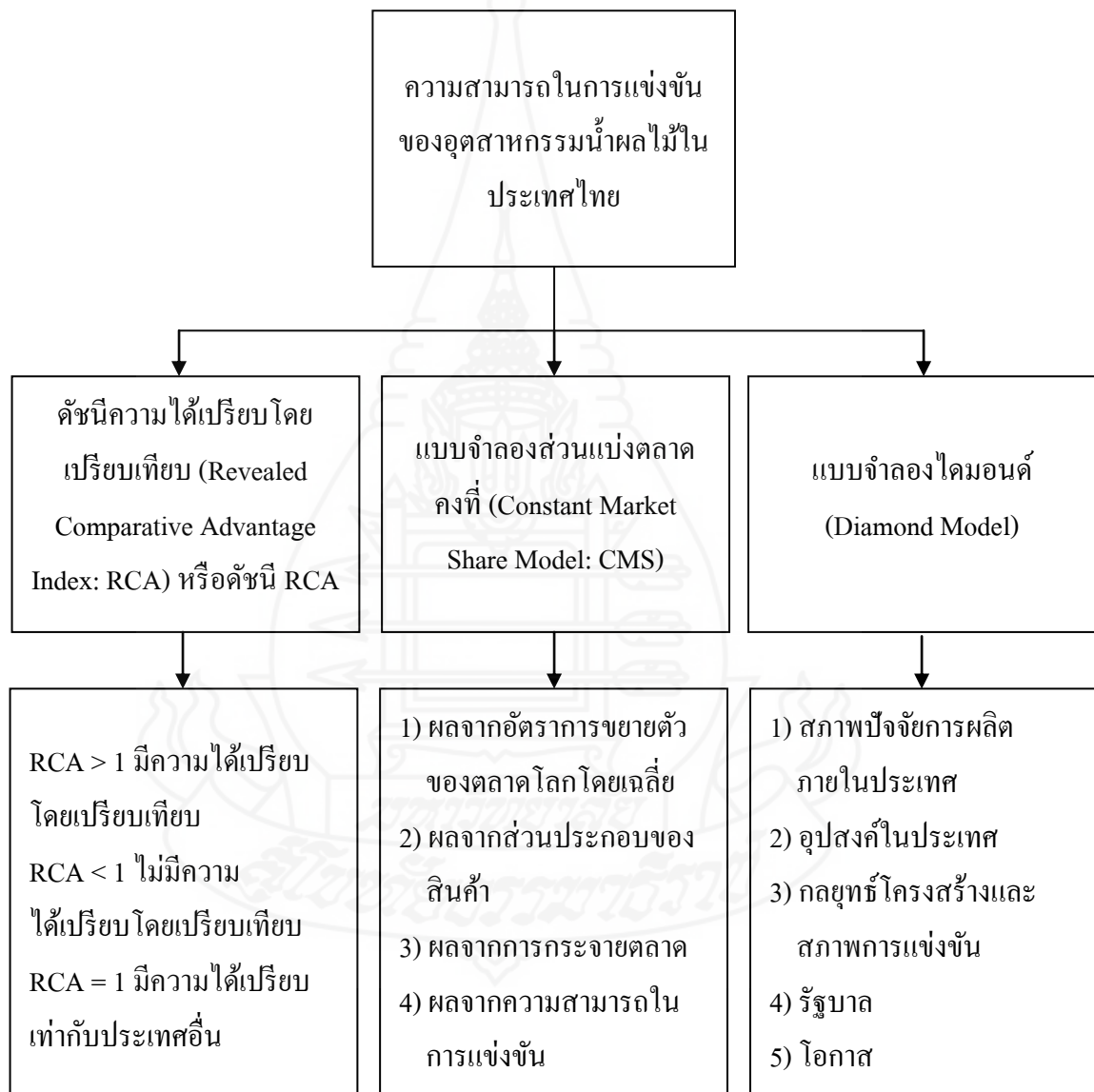
2. วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 2.1 สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 2.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 2.4 ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



4. สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าที่สำคัญในช่วงเวลาที่พิจารณา
2. ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นในตลาดที่ทำการศึกษาตลอดช่วงเวลาที่พิจารณา
3. ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ตลอดช่วงที่พิจารณา

5. ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

5.1 อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่นำมาศึกษา คือ น้ำผลไม้ที่ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าจำแนกตามระบบ Harmonized System (HS 2009) ซึ่งหมายถึง น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมสุรา จะเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม ได้แก่ น้ำส้ม น้ำเกรปฟรุ้ต น้ำสับปะรด น้ำองุ่น น้ำแอปเปิ้ล น้ำแครนเบอร์รี่ น้ำแบล็กเคอร์แรนต์ และน้ำผลไม้ผสม

5.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปริมาณการผลิต กำลังการผลิต และปริมาณการนำเข้า ปริมาณการส่งออก โดยข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) และเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายปีที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ.2545-2554 โดยใช้ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกไปยังตลาดโลก เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี โดยการศึกษาความได้เปรียบโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ ใช้ข้อมูลที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ.2545-2554 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ จะแบ่งข้อมูลเป็น 2 ช่วงเวลา เพื่อเปรียบเทียบในช่วงปี 2545-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศที่รวบรวมโดย Global Trade Atlas (<http://www.gtis.com>)

ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลมูลค่าการนำเข้าและส่งออกของแต่ละประเทศ สืบค้นได้ที่กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

5.2.1 การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย โดยใช้ดัชนี RCA จะทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทยในตลาดโลก และตลาดส่งออกที่สำคัญ แสดงได้ดังตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 ตลาดส่งออกและประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ช่วงปีพ.ศ. 2545-2554

ตลาด	ประเทศคู่แข่ง
1. โลก	บราซิล เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา เบลเยียม เยอรมนี จีน สเปน อิตาลี โปแลนด์ ออสเตรีย อาร์เจนตินา
2. สหรัฐอเมริกา	จีน บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก ชิลี ฟิลิปปินส์ คอสตาริกา แคนาดา ตุรกี
3. เนเธอร์แลนด์	บราซิล เยอรมนี สหรัฐอเมริกา คิวบา จีน คอสตาริกา เอกวาดอร์ อิสราเอล โปแลนด์
4. อิตาลี	เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย เยอรมนี สเปน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิสราเอล กรีซ โปรตุเกส
5. ออสเตรเลีย	บราซิล จีน สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ อเมริกาใต้ อิตาลี อาร์เจนตินา เนเธอร์แลนด์
6. ญี่ปุ่น	บราซิล สหรัฐอเมริกา จีน ออสเตรเลีย อิสราเอล อิตาลี ออสเตรีย ชิลี อเมริกาใต้ อาร์เจนตินา

5.2.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตัวการส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) จะแบ่งข้อมูลเป็น 2 ช่วงเวลาเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง คือ ข้อมูลการส่งออกน้ำผลไม้ในช่วงปี 2545-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

5.2.3 การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย ใช้แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) ข้อมูลมาจากรายงานผลการดำเนินงานและการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตน้ำผลไม้

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

6.1 ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง จีกระดับที่ประเทศสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตามความต้องการและรสนิยมของตลาดโลก ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันเสรี และในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างรายได้ที่แท้จริงของประชาชนในชาติให้เพิ่มขึ้น ซึ่งความสามารถของแต่ละประเทศ อยู่บนพื้นฐานของความสามารถการผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง และการยกระดับผลผลิตทางการผลิตให้สูงขึ้น เพื่อสามารถเพิ่มค่าจ้างที่แท้จริงให้สูงขึ้น นอกจากนี้ ความสามารถในการแข่งขันจะต้องตอบสนองต่อการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชน การจ้างงานให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งโอกาสต่างๆให้กับคนในชาติ (The 1985 Report of the President's Commission on Industrial Competitiveness by United States Subcommittee on Economic Stabilization)

6.2 ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ข้อได้เปรียบของอุตสาหกรรมที่ทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ โดยการประเมินปัจจัยแวดล้อมจากด้านต่างๆเช่น ด้านสภาพปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ด้านกลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพแข่งขันของผู้ผลิต ด้านรัฐบาล และ ด้านโอกาส

6.3 อุตสาหกรรมการเกษตร หมายถึง การนำผลผลิตจากภาคเกษตร ซึ่งได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ ในกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง โดยผ่านกระบวนการแปรรูป ขึ้นฉ่ำหรือขึ้นกลางเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือขึ้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

6.4 อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ หมายถึง อุตสาหกรรมผลิตน้ำผลไม้ ที่ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า จำแนกตามระบบ Harmonized System (HS 2009) ซึ่งหมายถึง น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม ได้แก่ น้ำส้ม น้ำเกรฟฟรุต น้ำสับปะรด น้ำองุ่น น้ำแอปเปิ้ล น้ำแครนเบอร์รี่ น้ำแบล็กเคอร์แรนต์ และน้ำผลไม้ผสม

6.5 Diamond Model หมายถึง แบบจำลองไดมอนด์ ที่ใช้พิจารณาความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ โดยใช้วิธีการประเมินสถานะแวดล้อมของอุตสาหกรรม ตามองค์ประกอบเพื่อศึกษาถึงข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ด้านกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพแข่งขันของผู้ผลิต ด้านรัฐบาล และด้านโอกาส

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 7.1 ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 7.2 ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 7.3 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทยในตลาดโลกและตลาดที่พิจารณา
- 7.4 ทำให้ทราบถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย
- 7.5 ทำให้สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทยในตลาดโลก

