

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรที่มีความสำคัญ โดยในปัจจุบัน อุตสาหกรรมน้ำผลไม้มีผู้ผลิตทั้งสิ้น 103 โรงงาน ตามตัวเลขสถิติในปี 2545 โดยโรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามแหล่งวัตถุดิบ กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเพราะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายทางด้านพลังงานจากการขนส่ง และการประหยัดเวลาในการรวบรวมวัตถุดิบเข้าโรงงานเพื่อให้ผลไม้อยู่ในสภาพดีที่สุด ไม่บอบช้ำ ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานที่ดำเนินการผลิตผลไม้แปรรูปประเภทอื่นๆ ด้วย โดยในอดีตน้ำผลไม้ถือเป็นเพียงผลพลอยได้ (By-product) จากการผลิตผลไม้กระป๋อง แต่ปัจจุบันเริ่มมีการผลิตน้ำผลไม้โดยตรงอย่างจริงจังมากขึ้น

ปริมาณการผลิตน้ำผลไม้มีความไม่แน่นอนในแต่ละปีขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตของผลไม้ที่ออกสู่ตลาด ซึ่งน้ำผลไม้ที่มีการผลิตจากผลไม้สดภายในประเทศ คือ น้ำสับปะรด และน้ำผลไม้เมืองร้อนต่างๆ เช่น น้ำมะพร้าว น้ำฝรั่ง น้ำมะขาม เป็นต้น ส่วนน้ำผลไม้ชนิดอื่นๆ เช่น น้ำส้ม น้ำองุ่น น้ำแอปเปิ้ล เป็นการผลิตจากน้ำผลไม้เข้มข้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากผลไม้บางชนิดมีราคาสูงหรือไม่มีการผลิตในประเทศไทย หรือบางชนิดไม่ได้มาตรฐานในการนำมาแปรรูปเป็นน้ำผลไม้

ต้นทุนการผลิต สัดส่วนต้นทุนการผลิตที่สำคัญที่สุดได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ซึ่งก็คือราคาต้นทุนการซื้อผลไม้ รองลงมา ได้แก่ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าจ้างแรงงาน ค่าพลังงาน และอื่นๆ ตามลำดับ โดยทั่วไปค่าวัตถุดิบจะมีสัดส่วนต้นทุนประมาณร้อยละ 40-70 ของต้นทุนรวม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของผลไม้ เช่น ลำไย ลิ้นจี่ ซึ่งจะมีสัดส่วนของต้นทุนการผลิตสูงกว่ามะเขือเทศและสับปะรด เป็นต้น

ตลาดน้ำผลไม้ในประเทศแบ่งออกเป็น น้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้น 100% ซึ่งเป็นตลาดระดับบน มีมูลค่า 840 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.0 ของมูลค่าตลาดน้ำผลไม้ทั้งหมด น้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้น 25-50% หรือตลาดระดับกลาง มูลค่า 1,400 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.0 และตลาดน้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้นต่ำกว่า 25% หรือตลาดระดับล่าง มีมูลค่า 560 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.0 ซึ่งอัตราการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้มาจากการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้น 100% และตลาดน้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้น 25-50% ในขณะที่ตลาดน้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้นต่ำกว่า 25% มีอัตราการเติบโตลดลง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคหันไปนิยมบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น

ด้านตลาดต่างประเทศ พบว่า การส่งออกน้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 128 ล้านดอลลาร์สหรัฐเพิ่มขึ้นเป็น 178 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2547 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 39.437

ในปี พ.ศ. 2547 มีการส่งออกน้ำผลไม้สู่ตลาดโลกจากประเทศต่างๆ มีมูลค่ารวม 7,458 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่ทำการส่งออกน้ำผลไม้และมีมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้สูงสุด 13 อันดับแรก ประกอบด้วย บราซิล เยอรมนี สหรัฐอเมริกา เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ สเปน อิตาลี จีน โปแลนด์ ออสเตรีย ฝรั่งเศส อาร์เจนตินา และไทย โดยบราซิลเป็นผู้ส่งออกน้ำผลไม้รายใหญ่ที่สุด มีมูลค่า 1,141 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.305 รองลงมาเป็นเยอรมนีและสหรัฐอเมริกาที่มีมูลค่า 738 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 696 ล้านดอลลาร์สหรัฐคิดเป็นร้อยละ 9.908 และ 9.339 ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยอยู่ในมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 178 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 2.393 อยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่มีต่ออุตสาหกรรมน้ำผลไม้ นั้น พบว่า ทางด้านการผลิตมีปัญหาเกี่ยวกับปริมาณของผลไม้ที่ออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบเคลื่อนไหวขึ้นลงได้ง่าย ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานยังมีปัญหา ซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดด้วย ส่วนปัญหาด้านการตลาดพบว่า ตลาดภายในประเทศมีปัญหาเกี่ยวกับความนิยม และความต้องการบริโภคน้ำผลไม้ยังมีน้อย อีกทั้งราคาจำหน่ายที่สูง เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่ง ในตลาดระดับล่างไม่สามารถบริโภคน้ำผลไม้ที่มีคุณภาพได้ ส่วนตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ รวมทั้งรสนิยมของผู้บริโภคที่ถูกต้อง คุณภาพของน้ำผลไม้บางชนิดที่ผลิตได้ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เนื่องจากไม่มีการพัฒนาพันธุ์เพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปโดยเฉพาะเหมือนในประเทศสหรัฐอเมริกาและบราซิล นอกจากนี้ อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ยังประสบปัญหาด้านอื่นๆ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบของทางราชการที่ไม่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมดังกล่าว

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยในการส่งออกน้ำผลไม้แปรรูปสู่ตลาดโลก โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกน้ำผลไม้สูงสุด จำนวน 13 ประเทศ ประกอบด้วย บราซิล เยอรมนี สหรัฐอเมริกา เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ สเปน อิตาลี จีน โปแลนด์ ออสเตรีย ฝรั่งเศส อาร์เจนตินา และไทย เปรียบเทียบกับตลาดโลก พบว่า บราซิลเป็นประเทศผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำผลไม้สูงทั้งมูลค่าการส่งออกและยังอยู่ในฐานะประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มากที่สุดแต่ค่า RCA มีแนวโน้มลดลง อันดับรองลงมาเป็นประเทศอาร์เจนตินา โปแลนด์ สเปน เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และไทย โดยแต่

ละประเทศมีแนวโน้มที่จะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำผลไม้สู่ตลาดโลกต่อไป สำหรับสหรัฐอเมริกาแนวโน้มที่จะไม่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการส่งออกเนื่องจากค่า RCA เคลื่อนไหวเข้าใกล้ 1 ในส่วนของประเทศเยอรมนี จีนอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบและมีแนวโน้มที่จะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง สำหรับฝรั่งเศสอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบและมีแนวโน้มที่จะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบต่อไป

การศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดส่งออกสำคัญของไทย โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกน้ำผลไม้แปรรูปของไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นในประเทศนำเข้าสำคัญ 5 ประเทศ ประกอบด้วย เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สเปน ญี่ปุ่น อิตาลี โดยในแต่ละประเทศนำเข้าสำคัญทำการวิเคราะห์ประเทศคู่แข่งชั้นที่มีมูลค่าการส่งออกไปในประเทศนำเข้าสำคัญสูงสุด 10 อันดับ พบว่า บราซิล อาร์เจนตินา และออสเตรเลีย เป็นประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย โดยประเทศบราซิลมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยในตลาดเนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าไทยในตลาดสเปน ประเทศอาร์เจนตินามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าไทยในตลาดเนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยในตลาดญี่ปุ่น และอิตาลี

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต โดยผลการวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศในการผลิตน้ำผลไม้ของไทย โดยใช้ข้อมูลของบริษัท บ้านมะม่วง 109 จำกัด ในปี พ.ศ. 2543-2547 พบว่า ค่า DRC ratio มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าการผลิตน้ำผลไม้ที่มีโครงสร้างต้นทุนการผลิตตามตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต และค่า DRC ratio มีแนวโน้มลดลง แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการผลิตน้ำผลไม้สูงขึ้น หรือมีความคุ้มค่าในการนำทรัพยากรในประเทศมาใช้ในการผลิตน้ำผลไม้สูงขึ้น

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทย สำหรับปัจจัยที่มีข้อมูลเพียงพอที่สามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยแบบหลายตัวแปร โดยผลการวิเคราะห์ได้สมการถดถอยที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) คือ อัตราความคุ้มครอง (NPC) และอัตราค่าจ้างที่แท้จริง (Real Wage) โดยอัตราความคุ้มครอง (NPC) เป็นลบหรือมีผลในทางตรงข้ามกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) กล่าวคือ การคุ้มครองอุตสาหกรรมของภาครัฐมีผลทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำผลไม้ลดลง ในส่วนของอัตราค่าจ้างที่แท้จริง (Real Wage) เป็นบวก หรือมีผลในทางเดียวกันกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) สามารถอธิบายได้ว่า ค่าจ้างที่แท้จริงแสดงถึงอำนาจซื้อของแรงงาน

เมื่อค่าจ้างที่แท้จริงเพิ่มขึ้นทำให้แรงงานมีเงินค่าจ้างที่ได้รับจริงในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ซึ่งตรงตามแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ที่ระบุว่า แท้ที่จริงแล้วเป้าหมายของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คือ การยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชน

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทย ที่ไม่ได้นำเข้าสมการถดถอย ได้แก่ ปัจจัยการผลิตน้ำผลไม้แปรรูป ทั้งวัตถุดิบหลักภายในประเทศที่ใช้ในการผลิตคือผลไม้ โดยเมื่อนำไปเมื่อนำไปแปรรูปทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ DRC ratio ที่อธิบายได้ว่า อุตสาหกรรมดังกล่าวมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต และในปัจจุบันผู้ผลิตเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทำให้สามารถทำการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้ผลิตสามารถเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงานให้อยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหลักซึ่งสามารถรักษาความสดของผลไม้ได้ดี และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความรู้ เทคโนโลยี และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ มากขึ้นด้วย

อีกทั้งอุปสงค์ในต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากน้ำผลไม้ได้รับความนิยมมากในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีสถานะทางเศรษฐกิจดี ประชากรมีการศึกษาที่ดี มีภาวะทางโภชนาการที่ดี ทำให้ประชาชนในประเทศเหล่านั้นคำนึงถึงสุขภาพที่ดีเป็นสำคัญ จึงส่งผลให้อุปสงค์ความต้องการบริโภคน้ำผลไม้เพิ่มสูงขึ้น

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมน้ำผลไม้มีการแข่งขันกันมาก โดยนอกจากจะเป็นการแข่งขันกันเองของผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำผลไม้แล้ว ยังต้องทำการแข่งขันกับเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งแสดงว่าอุตสาหกรรมดังกล่าวมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งจะช่วยให้ทั้งอุตสาหกรรมมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

นอกจากนั้น บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมดังกล่าว นอกจากการคุ้มครองอุตสาหกรรมแล้ว ภาครัฐก็ยังมีนโยบายในการเจรจาเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ การกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตน้ำผลไม้เป็นอุตสาหกรรมที่ให้การสนับสนุนเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ภาครัฐยังเอื้ออำนวยให้ภาคเอกชนซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตน้ำผลไม้ของไทย ไปเปิดตลาดใหม่ในประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อเสนอแนะที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. จากผลการศึกษาที่ระบุว่า ปริมาณการผลิตน้ำผลไม้มีความไม่แน่นอนในแต่ละปีขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตของผลไม้ที่ออกสู่ตลาดนั้น ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนและเกษตรกรในการปลูกผลไม้ ทั้งการพัฒนาพันธุ์ผลไม้ การวางแผนการปลูกผลไม้เพื่อให้มีผลผลิตที่เพียงพอหรือไม่เกินความต้องการของตลาด สามารถประมาณการผลผลิตที่แน่นอนได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในการผลิตผลไม้แปรรูปได้โดยไม่ต้องเผชิญกับภาวะผลผลิตขาดตลาดหรือล้นตลาดซึ่งมีผลต่อต้นทุนการผลิตและราคาของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูป

2. กรณีการควบคุมคุณภาพการผลิตของโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กให้ได้มาตรฐานยังมีปัญหา รัฐบาลจึงควรให้การสนับสนุนและเื้ออำนวยการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการออกมาตรฐานการผลิตที่ดี (GMP) กับผู้ประกอบการ พร้อมทั้งการแนะนำความรู้ทางด้านมาตรฐานโรงงานและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อาทิ ISO 9002, ISO 18000 และ HACCP ทั้งในด้านเทคโนโลยีการผลิต ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติและการสนับสนุนทางการเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยที่มีปัญหาและยังขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

3. สำหรับการตลาดภายในประเทศมีปัญหาเกี่ยวกับความนิยม และความต้องการบริโภคน้ำผลไม้ยังมีน้อยเนื่องจากราคาราคาจำหน่ายที่สูงนั้น เป็นผลมาจากนโยบายการคุ้มครองผู้ผลิตส่งผลให้ราคาราคาจำหน่ายในประเทศอยู่ในระดับสูง จากผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าถ้าภาครัฐให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมดังกล่าวมากขึ้นจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง ดังนั้น ภาครัฐจึงไม่ควรมีนโยบายในการให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมดังกล่าว เพื่อให้ระดับราคาจำหน่ายในประเทศลดลง ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคมากขึ้น

4. กรณีตลาดต่างประเทศ ที่ผู้ส่งออกยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ รวมทั้งรสนิยมของผู้บริโภคที่ถูกต้อง ภาครัฐควรเป็นแกนหลักในการสนับสนุนให้มีการสำรวจ ศึกษาวิจัยตลาดในต่างประเทศ ทั้งในประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภค รสนิยมและค่านิยมในการบริโภค ทั้งในประเทศที่เป็นประเทศนำเข้าสำคัญและประเทศอื่นๆ ด้วย เพื่อให้เกิดการขยายตลาดส่งออกให้กว้างขึ้น ป้องกันการถูกกีดกันทางการค้าจากประเทศต่างๆ ทั้งแบบภาษีและไม่ใช่อาชี และควรมีการให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้ประกอบการในเรื่องของกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศที่เป็นตลาดที่สำคัญในสินค้าน้ำผลไม้ของประเทศไทย

5. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ควรพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันของทั้งอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย ทั้งในด้านของศักยภาพในการผลิตในแต่ละขนาดของอุตสาหกรรม การตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยศึกษาอย่างละเอียดในรายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากน้ำผลไม้แต่ละประเภทมีต้นทุนในการผลิต ราคาจำหน่าย รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทยต่อไป

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์อัตราการคุ้มครอง เป็นข้อมูลราคาน้ำผลไม้เฉลี่ยรวมทุกประเภท ซึ่งโดยปกติแล้วราคาน้ำผลไม้แต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกันตามวัตถุดิบที่นำแปรรูป ทำให้การวิเคราะห์ในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์อัตราการคุ้มครองในภาพรวมเท่านั้น

2. ในปัจจุบันอุตสาหกรรมน้ำผลไม้อยู่ในสภาพที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง นอกจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ด้วยกันเองแล้ว ยังมีการแข่งขันจากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ด้วย ทำให้ไม่มีบริษัทใดยอมเปิดเผยข้อมูลต้นทุนการผลิตโดยละเอียด การศึกษาในครั้งนี้จึงใช้ข้อมูลจากรายงานโครงการการลงทุนแปรรูปน้ำผลไม้ โดยบริษัท บ้านมะม่วง 109 จำกัด ซึ่งเป็นแบบอย่างการลงทุนในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นข้อมูลทางด้านโครงสร้างต้นทุนการผลิตน้ำผลไม้แปรรูปมาเป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ ซึ่งอาจเกิดความคลาดเคลื่อนจากต้นทุนการผลิตที่แท้จริงของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมดังกล่าว