

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป

ในส่วนของการวิเคราะห์สภาพทั่วไปนี้จะแบ่งออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆคือ การแปรรูป และการส่งออกซึ่งจะอธิบายขั้นตอนการแปรรูปตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบหลัก การคัดวัตถุดิบ วิธีการแปรรูป การบรรจุหีบห่อที่อยู่ในการแปรรูป จนถึงการส่งออก เป็นลำดับ

ขบวนการแปรรูป

การผลิตอาหารเพื่อการส่งออกนั้นนับได้ว่ามีความจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของตลาดอยู่เรื่อยๆ ดังนั้นการแปรรูปสินค้าอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทยก็เช่นกัน ถือได้ว่าการแปรรูปนั้นเป็นส่วนที่สำคัญและมีรายละเอียดต่างๆมากมาย ตั้งแต่การเลือกแหล่งวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาทั้งด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ราคาของผลิตภัณฑ์ และที่สำคัญที่สุดคือ ต้นทุนการผลิตที่เป็นตัวบ่งบอกถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ผลผลิตกุ้งที่นำมาใช้ในขบวนการแปรรูปนั้นได้มาจาก 2 แหล่งผลิต คือ กุ้งที่ได้จากการทำประมงในแหล่งน้ำธรรมชาติ และจากการเพาะเลี้ยง ซึ่งผลผลิตกุ้งส่วนใหญ่ที่นำมาแปรรูปนั้นจะมาจาก การเพาะเลี้ยง ต่างจากในอดีตที่การแปรรูปนั้นส่วนใหญ่จะใช้กุ้งที่ได้จากการทำประมงในแหล่งน้ำธรรมชาติ เนื่องจากการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศไทยได้รับความนิยมและมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการเลี้ยงจนมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากกว่าคู่แข่ง อีกทั้งยังมีสภาพอากาศและพื้นที่ชายฝั่งที่ยาวเหมาะแก่การเพาะเลี้ยงกุ้งเพื่อการแปรรูปและส่งออก

ในปัจจุบันผลผลิตกุ้งนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่นำมาบริโภคภายในประเทศ ประมาณร้อยละ 5 และส่วนที่เหลือ ประมาณร้อยละ 95 นั้นจะใช้ในการแปรรูปเพื่อการส่งออก สำหรับกุ้งที่ใช้ในการแปรรูปเพื่อการส่งออกนั้นไม่พอต่อความต้องการของตลาด

ต่างประเทศ หรือกุ้งที่ผลิตนั้นมีลักษณะ คุณภาพไม่ตรงต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศก็ จำเป็นที่จะต้องนำเข้าจากต่างประเทศบ้างแต่ก็เป็นมูลค่าไม่มากนัก

2. การแปรรูป

การแปรรูป หมายถึง การแปรสภาพเปลี่ยนจากลักษณะเดิมไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติหรือการกระทำของคนใดคนหนึ่ง(อมร ภูมิรัตน์ 2524 :75)หน้า167 ธุรกิจเกษตร หรือหมายถึง การเปลี่ยนสภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบให้ต่างออกไปจากเดิมโดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศหรือเพื่อการส่งออก(ทองโรจน์ อ่อนจันทร์) จึงสรุปได้ว่าการแปรรูปคือการเปลี่ยนแปลงสภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ โดยกุ้งแปรรูปในประเทศไทยนั้นมีการแปรรูปที่นิยมใช้นั้นมีอยู่ 2 วิธี คือ

2.1 การแปรรูปขั้นต้น เป็นการแปรรูปที่ไม่ใช้ส่วนผสมอื่นเป็นส่วนประกอบในการแปรรูป นั่นคือการนำกุ้งที่ได้มาผ่านกระบวนการแช่เย็นและแช่แข็งภายหลังบรรจุหีบห่อเพื่อการจำหน่าย โดยไม่ผ่านกระบวนการใดๆ

2.2 การแปรรูปขั้นสูง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 แช่เย็นและแช่แข็งภายหลังบรรจุหีบห่อ เป็นการแปรรูปโดยผ่านขบวนการต่างๆ ก่อนที่จะนำไปแช่เย็นและแช่แข็งภายหลังบรรจุหีบห่อ ได้แก่ กุ้งชุบแป้งหรือเกล็ดขนมปังในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กุ้งยัดไส้หาง ผ่ากลางไว้หาง กุ้งเทพปุระ ปอเปียะกุ้ง เกี้ยวกุ้ง ขนมหีบกุ้ง

2.2.2 ไม่ผ่านขบวนการแช่เย็นและแช่แข็งภายหลังบรรจุหีบห่อ เป็นการแปรรูปโดยไม่ผ่านขบวนการแช่เย็นและแช่แข็งภายหลังบรรจุหีบห่อ โดยมีลักษณะเป็นการปรุงอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค ได้แก่ เครื่องแกง เครื่องเทศ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวานกุ้ง

3. ขั้นตอนการแปรรูป

การแปรรูปกุ้งนั้นวัตถุดิบจะถูกส่งมาจากบ่อเลี้ยงกุ้ง โดยตัวแทนหรือผู้รวบรวม ตลาดกลาง หรือสะพานปลา เพื่อป้อนวัตถุดิบเข้าโรงงานแปรรูปตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ขั้นเตรียมการ เป็นการนำเอากุ้งที่ได้มาทำการคัดขนาด และแบ่งเกรด เนื่องจากกุ้งที่จะนำไปใช้ในการแปรรูปลักษณะต่างๆ ใช้กุ้งที่มีขนาดและ เกรดต่างกัน เช่น กุ้งแปรรูปประเภท คัมซำ ลูกชิ้นกุ้ง ทอดมันกุ้ง จะใช้กุ้งขนาดเล็กเพราะไม่มีเค้าโครงของตัวกุ้งแล้ว กุ้งแปรรูปบางประเภท ต้องใช้กุ้งที่มีขนาดที่เท่ากัน เช่น กุ้งชุบแป้งทอด กุ้งชุบขนมปังทอด ซึ่งขนาดและเกรดของกุ้งจะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า แล้วจึงนำไปทำให้เยือกแข็งโดยเร็วที่สุด โดยวิธีการและระยะเวลาจะต้องเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3.2 ขั้นแช่แข็ง หลังจากผ่านขั้นเตรียมการแล้วผลิตภัณฑ์จะถูกนำไปเข้าห้องแช่แข็ง ที่มีอุณหภูมิที่ -41 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 8 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดย

3.2.1 ระบบในการแช่เยือกแข็ง

1) ระบบ Air Blast Freezer เป็นการใช้ไอเย็นที่อุณหภูมิประมาณ -40 องศาเซลเซียสพ่นเพื่อทำให้อาหารแข็งตัว เป็นเวลา 7-10 ชั่วโมง และเป็นวิธีที่แพงที่สุดแต่ให้รสชาติดีที่สุด

2) ระบบ Contact Plate Freezer เป็นการแช่แข็งผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปขึ้นต้นเท่านั้นเนื่องจากลักษณะการแช่แข็งแบบนี้ต้องอัดสินค้าเป็นกล่องและใช้ความเย็นที่อุณหภูมิประมาณ -40 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 2 ชั่วโมง ซึ่งใช้เวลาน้อยกว่าระบบ Air Blast Freezer

3) ระบบ Individual Quick Freezer (IQF) เป็นการแช่แข็งโดนผ่านสายพานลำเลียง ใช้ความเย็นที่อุณหภูมิประมาณ -40 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 15-30 นาที ซึ่งเป็นวิธีที่ใช้เวลาน้อยที่สุด แต่ให้รสชาติได้ไม่ดีเท่า Air Blast Freezer

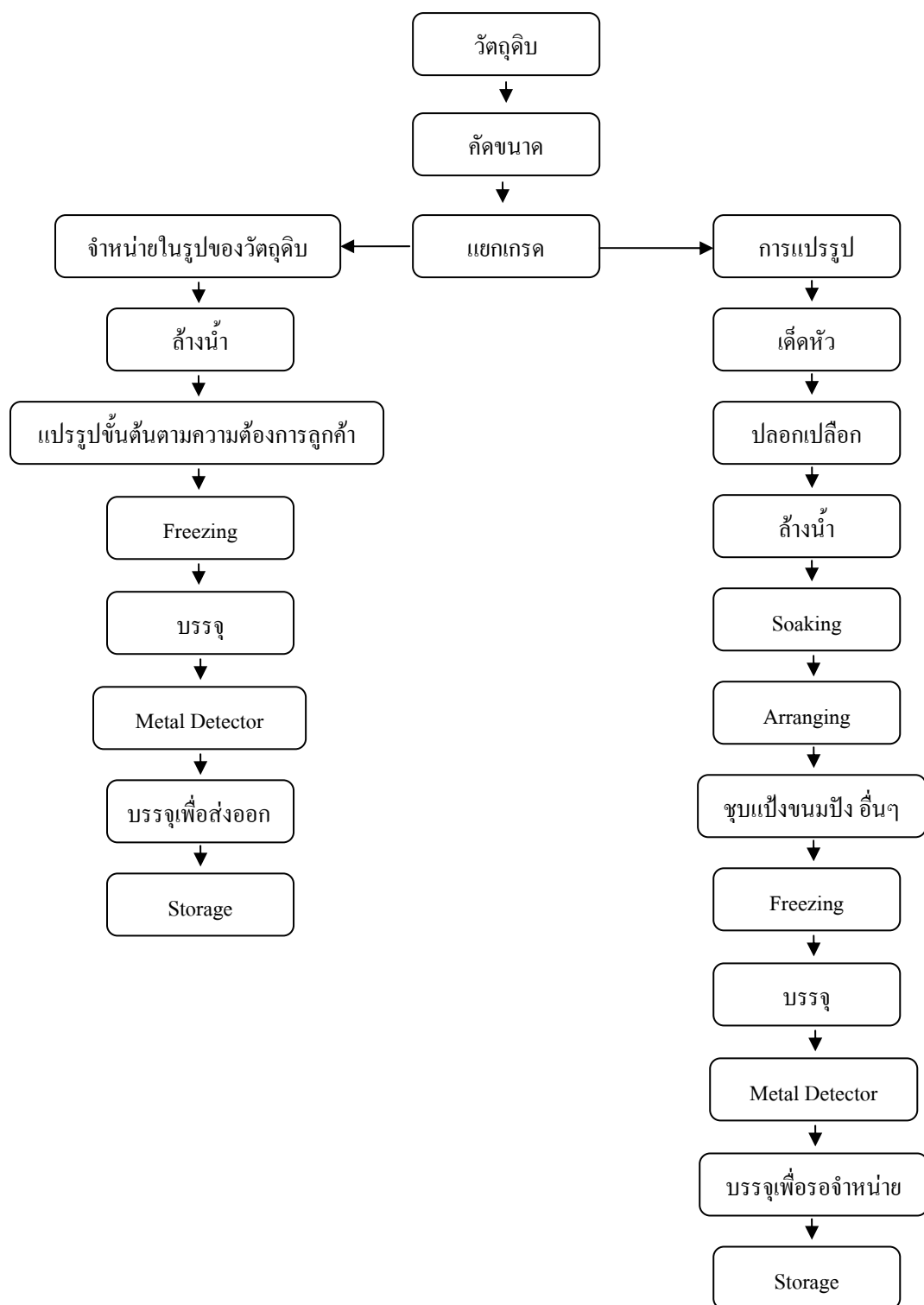
3.2.2 คุณสมบัติของภาชนะที่ใช้บรรจุ

- 1) ความทนทานต่ออุณหภูมิต่ำ อาหารแช่แข็งต้องอยู่ในสภาพอุณหภูมิต่ำมาก คือ ประมาณ -18 องศาเซลเซียส จึงต้องใช้ภาชนะที่ทนความเย็นได้
- 2) ความทนทานต่อความร้อนสูง อาหารแช่แข็งบางชนิดผู้บริโภคสามารถอุ่นหรืออบด้วยความร้อน แล้วรับประทานในภาชนะบรรจุได้ในกรณีเช่นนี้ ภาชนะบรรจุได้ในกรณีเช่นนี้ ภาชนะบรรจุจะต้องทนต่อความร้อนสูงได้ด้วย
- 3) การป้องกันการสูญเสียความชื้น ระหว่างเก็บรักษา ในตู้แช่แข็ง น้ำแข็งอาจระเหิดกลายเป็นไอน้ำ ซึ่งทำให้อาหารแช่แข็ง มีผิวน้ำแข็ง และลักษณะเนื้อสัมผัสเสียไป (Freezer Burn)
- 4) ความสามารถกันน้ำได้
- 5) ความแข็งแรง มีความแข็งแรงพอสมควร อาหารส่วนแหลมคมของผลิตภัณฑ์น้ำแข็งอาจแทงภาชนะบรรจุแตกได้
- 6) การป้องกันแสง ภาชนะควรทึบแสงทั้งหมดหรือบางส่วนเพราะแสงจะเร่งการเปลี่ยนสีและปฏิกิริยาเคมีในเนื้ออาหารได้

ตารางที่ 3.1 ความแตกต่างของ อาหารแช่เย็นและแช่แข็ง

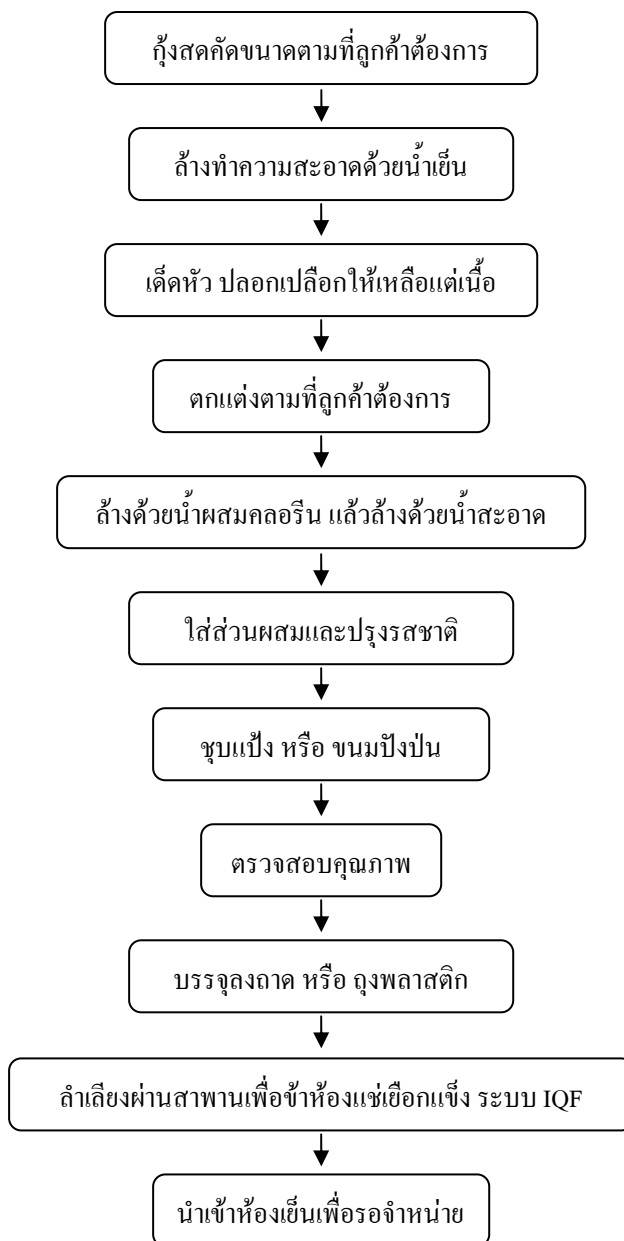
ข้อแตกต่าง	อาหารแช่เย็น	อาหารแช่แข็ง
ระดับอุณหภูมิที่ใช้ในการรักษาอาหาร (องศาเซลเซียส)	5 - 10	-18
อุณหภูมิของห้องเย็นในการเก็บรักษาอาหาร (องศาเซลเซียส)	ต่ำกว่า 10	ต่ำกว่า -20
ผลต่อจุลินทรีย์ที่ปนเปื้อนในอาหาร	ชะลอการเจริญเติบโต	หยุดยั้งการเจริญเติบโต
ระยะเวลาในการเก็บรักษาอาหาร	สั้น	ยาว

ที่มา : Exim News 8(2545: 4)



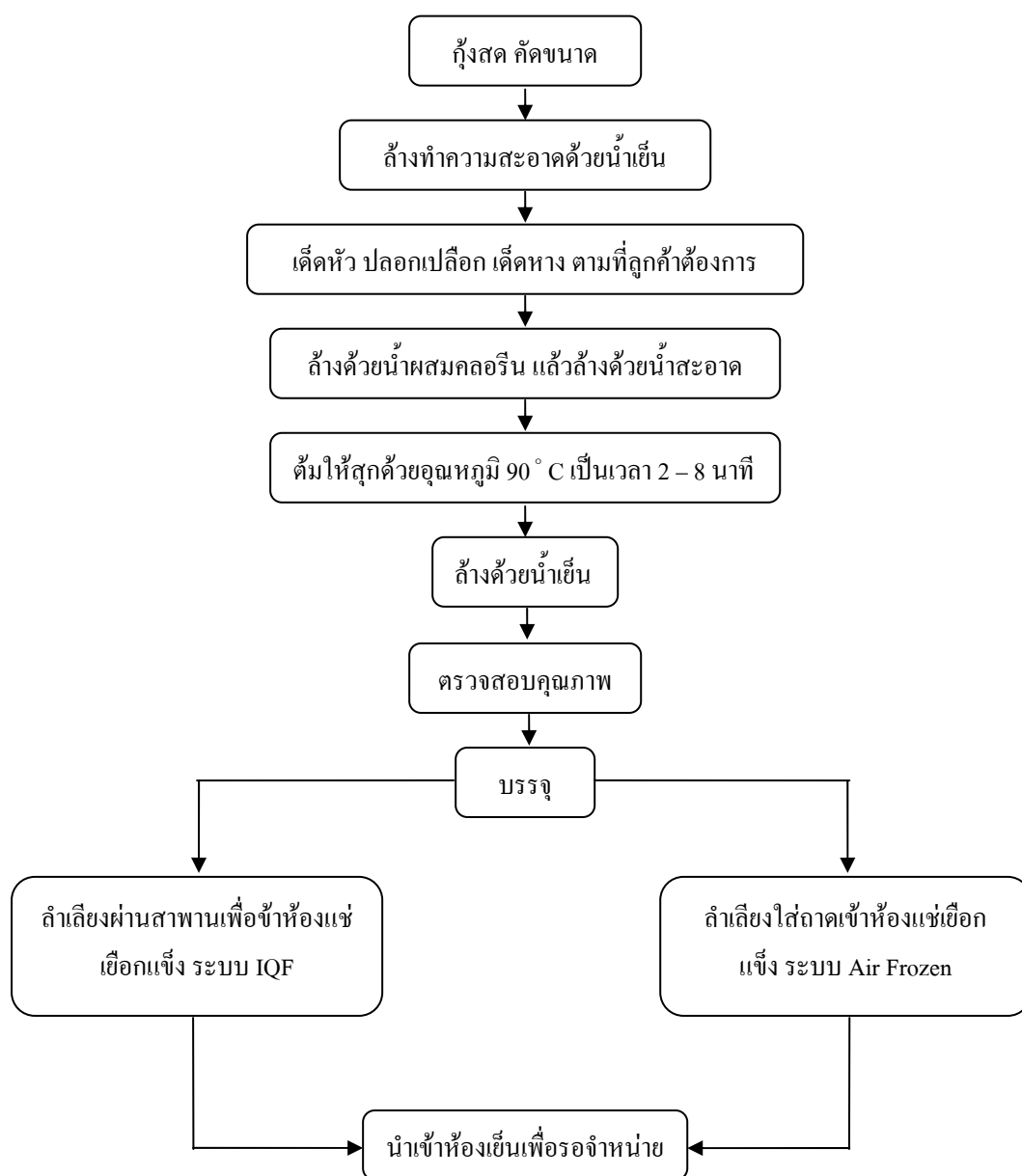
ภาพที่ 3.1 กระบวนการแปรรูปกุ้ง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์



ภาพที่ 3.2 กรรมวิธีการผลิตกุ้งชุบแป้งทอด

ที่มา: จากการสัมภาษณ์



ภาพที่ 3.3 กรรมวิธีการผลิตกุ้งต้ม

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูป

เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูปนั้นจะเน้นไปที่ความสะดวกและความสะอาดเป็นสำคัญ ดังนั้นทั้งเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้จึงจำเป็นที่จะต้องทำจากวัสดุที่ปลอดภัย เช่น โลหะที่ไม่ทำให้เกิดสนิม ทนทานต่อการกัดกร่อน และไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร ลักษณะของ ภาชนะที่ใช้ในการแปรรูปต้องไม่มีเหลี่ยมมุมที่จะทำให้ความสะอาดยากซึ่งจะทำให้เป็นที่สะสมเศษอาหารต่างๆตกค้างอยู่ และอุปกรณ์ต่างๆต้องเหมาะสมต่อการใช้งาน และไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนัก

1. เครื่องจักรและอุปกรณ์ในขั้นเตรียมการ

- 1.1 ห้องเย็นที่เก็บวัตถุดิบ
- 1.2 เครื่องกำเนิดไอน้ำ
- 1.3 เครื่องผลิตน้ำแข็งและห้องเย็นเก็บน้ำแข็ง
- 1.4 เครื่องล้างหรือแยกสิ่งสกปรก
- 1.5 เครื่องซักไส้กุ้ง
- 1.6 เครื่องนึ่งหรือต้ม
- 1.7 เครื่องคัดแยกเกรด
- 1.8 เครื่องชั่ง
- 1.9 เครื่องลอกเปลือก
- 1.10 เครื่องบด
- 1.11 เครื่องอัด
- 1.12 ชุดลำเลียงด้วยสายพาน หรือ ราน้ำ
- 1.13 ถังสลดน้ำ
- 1.14 ถังปั่น หรือเครื่องผสม
- 1.15 เครื่องทำน้ำเย็น
- 1.16 เครื่องเติมคลอรีนอัตโนมัติ

2. ขั้นตอนการผสมและบรรจุ

- 2.1 เครื่องตัดหั่นซอย
- 2.2 เครื่องม้วน
- 2.3 เครื่องชุบส่วยผสมต่างๆ
- 2.4 เครื่องกวนผสมอาหาร
- 2.5 เครื่องนึ่ง อบ ทอด ปิ้ง
- 2.6 เครื่องขึ้นรูป
- 2.7 เครื่องบรรจุ Vaccum Pack

3. ขั้นตอนการทำเยือกแข็ง เครื่องแช่แข็งแบบ IQF หรือเครื่องแช่แข็งแบบอื่นๆ

4. ขั้นตอนการเก็บรักษา

- 4.1 เครื่องทำความเย็น
- 4.2 เครื่องบรรจุหีบห่อ
- 4.3 ห้องแช่เย็นเก็บผลิตภัณฑ์
- 4.4 อุปกรณ์เคาะกล่อง
- 4.5 รถยกสำหรับเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ เข้า – ออก ห้องเย็น

5. ขั้นตอนการขนส่ง ตู้คอนเทนเนอร์ชนิดแช่เยือกแข็งที่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส

6. ขั้นตอนการควบคุมคุณภาพ

- 6.1 เทอร์โมมิเตอร์แบบปรอทที่มีความแม่นยำมีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ± 1 องศาเซลเซียส
- 6.2 เครื่องวัดปริมาณคลอรีนตกค้างในน้ำ
- 6.3 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น
- 6.4 ห้องปฏิบัติการและเครื่องมือวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางเคมีและจุลชีว

ต้นทุนในการผลิต

ต้นทุนการผลิตนั้นนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการแข่งขันแล้ว ยังเป็นส่วนที่มีความสำคัญในแง่ของปัจจัยต่างๆของต้นทุนการผลิตนั้นสามารถจัดการและควบคุมให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตได้ หมายถึงการควบคุมต้นทุนในการผลิตได้หรือการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าจะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันนั้นเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. วัตถุดิบหลัก

กุ้งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.52 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดในการแปรรูป แต่เนื่องจากขบวนการแปรรูปนั้นต้องผ่านขั้นตอนการเตรียมการคือการตัดแต่งกุ้งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกุ้งที่ใช้จะมีบางส่วนที่สูญเสียไปซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนด้วย

2. ค่าแรง

เนื่องจากการแปรรูปอาหารทะเลนั้นมีลักษณะเป็น Labor Intensive หรือการเน้นแรงงานเป็นหลัก ดังนั้นแรงงานถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทที่มองข้ามไปไม่ได้ โดยค่าแรงนั้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11.20 ของต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด ซึ่งสัดส่วนการใช้แรงงานในการแปรรูปขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำการแปรรูปว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้แรงงานในการแปรรูปมากน้อยเพียงใด เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภท ต้มยำ จะใช้แรงงานในการแปรรูปมากกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทลูกชิ้นกุ้ง และทอดมันกุ้ง

3. ส่วนประกอบสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปเพื่อการส่งออกนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีส่วนประกอบและบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพและความสะอาดก่อนที่สินค้าจะถึงมือผู้บริโภคคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.57 ของต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นนิยมใช้ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษและพลาสติกที่สะอาด และมีน้ำหนักเบา

4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ต้นทุนอื่นๆที่จำเป็น เช่น ค่าใช้จ่ายโรงงาน ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริการ ค่าขนส่ง และอื่นๆ

การตลาด

สำหรับการตลาดของอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปของประเทศไทยนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ตลาดภายในประเทศ และ ตลาดภายนอกประเทศ โดยการแปรรูปอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปของประเทศไทยนั้นจะบริโภคภายในประเทศเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เหลือจะเป็นการแปรรูปเพื่อการส่งออกมากกว่า

1. ตลาดภายในประเทศ

การบริโภคอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปของประเทศไทยนั้นยังอยู่ในสัดส่วนที่ไม่มากนักเนื่องจากผู้บริโภคภายในประเทศนิยมที่จะบริโภคกุ้งสดมากกว่าไม่นิยมบริโภคอาหารทะเลแปรรูปนักเนื่องจากกุ้งสดนั้นหาได้ทั่วไป ตามร้านอาหาร ภัตตาคารต่างๆ และตลาดสดเพื่อนำมาประกอบอาหารประเภทต่างๆ เองได้จึงทำให้ผู้บริโภคนิยมที่จะเลือกบริโภคกุ้งสดมากกว่ากุ้งแปรรูปในลักษณะต่างๆ ต่อมาในระยะหลังผู้บริโภคภายในประเทศให้ความนิยมกับอาหารทะเลแปรรูปมากขึ้นโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภท คิมซ่า เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปให้ความสนใจกับผู้บริโภคภายในประเทศและมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศซึ่งมีความสะดวกรวดเร็วสามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าเตาอบไมโครเวฟแล้วสามารถรับประทานได้ทันทีโดยมีช่องทางการตลาดหลัก คือ ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต

2. ตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถส่งออกขายต่างประเทศนั้นจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานของตลาดต่างประเทศด้วย ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวเป็นก็ไม่ได้ทำให้การแปรรูปอาหารทะเลเพื่อการส่งออกของประเทศไทยจะมีแนวโน้มที่จะลดปริมาณการส่งออกลง เนื่องจากตลาดต่างประเทศนั้น

มีขนาดใหญ่ประกอบกับตลาดภายในประเทศนั้นมีขนาดเล็ก และผลผลิตที่สามารถผลิตได้นั้นเกินความต้องการภายในประเทศ ดังนั้นวิธีการหาตลาดต่างประเทศเพื่อการส่งออกนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับผู้แปรรูปโดยมีหลากหลายวิธี ได้แก่

2.1 บริษัทผู้ผลิตมีหน่วยงาน หรือบริษัทในเครือ เพื่อทำหน้าที่การตลาดในต่างประเทศ แทนที่จะเป็นบริษัทผู้แปรรูปในประเทศไทยจะเป็นผู้รับผิดชอบเอง

2.2 มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างประเทศรวมอยู่ด้วย โดยบริษัทผู้แปรรูปในประเทศไทยจะต้องแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการที่บริษัทแม่ซึ่งตั้งอยู่ในต่างประเทศต้องการ

2.3 งานแสดงสินค้า ผู้แปรรูปในประเทศจะออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเพื่อหาลูกค้าเอง

2.4 การติดต่อผ่านตัวแทน ลูกค้าจะติดต่อผ่านตัวแทน หรือ บริษัทส่งออกต่างๆ จากนั้นบริษัทเหล่านี้จะติดต่อผู้แปรรูปภายในประเทศเพื่อส่งออกไปยังลูกค้า

2.5 คณะผู้แทนการค้า ผู้ผลิตภายในประเทศจะได้ลูกค้าจากการเข้าร่วมเป็นคณะผู้แทนการค้าในต่างประเทศที่หน่วยงานราชการเป็นผู้จัดขึ้น

2.6 ติดต่อโดยตรง ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับบริษัทผู้แปรรูป หรือ บริษัทผู้แปรรูปจะเข้ามาติดต่อกับลูกค้า โดยตรง

หลังจากที่ผู้แปรรูปและลูกค้าตกลงทำการซื้อขายกันได้แล้วก็จะทำการแปรรูปและทำการขนส่งไปยังมือลูกค้า โดยส่วนใหญ่จะทำการขนส่งทางเรือในท้องเย็น ระยะเวลาในการขนส่งจากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ประมาณ 2 เดือน จากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นประมาณ 2 สัปดาห์ หลังจากนั้นสินค้าจะถูกเก็บรักษาในคลังสินค้าในต่างประเทศอีกระยะหนึ่งเพื่อรอการจำหน่ายไปยังผู้บริโภค แม้ว่าระยะเวลาในการขนส่งจะใช้เวลา แต่ผู้บริโภคในต่างประเทศก็ยังได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพอยู่เพราะวิธีการผลิตกึ่งแปรรูปของประเทศไทยนั้นสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้นานกว่า 1 ปี ซึ่งลูกค้าโดยตรงที่กล่าวถึง ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรืออาจเป็นกลุ่มพ่อค้าขายส่ง โรงงานแปรรูปก็ได้

การส่งออก

สินค้าอาหารทะเลแปรรูปในตลาดโลกนั้นเดิมทีประเทศไทยเองมีมูลค่าการส่งออกอาหารแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปน้อยมากเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกรายอื่นๆ ซึ่งทำให้ประเทศไทยเองยังไม่มีบทบาทในการการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปมากนัก จนกระทั่งปี 2516 ประเทศไทยได้ทำการส่งออกกุ้งแปรรูปจนติดอันดับ 1 ใน 10 ผู้ส่งออกรายใหญ่และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปี 2534 ประเทศไทยได้เป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 ของโลกตั้งแต่นั้นมา

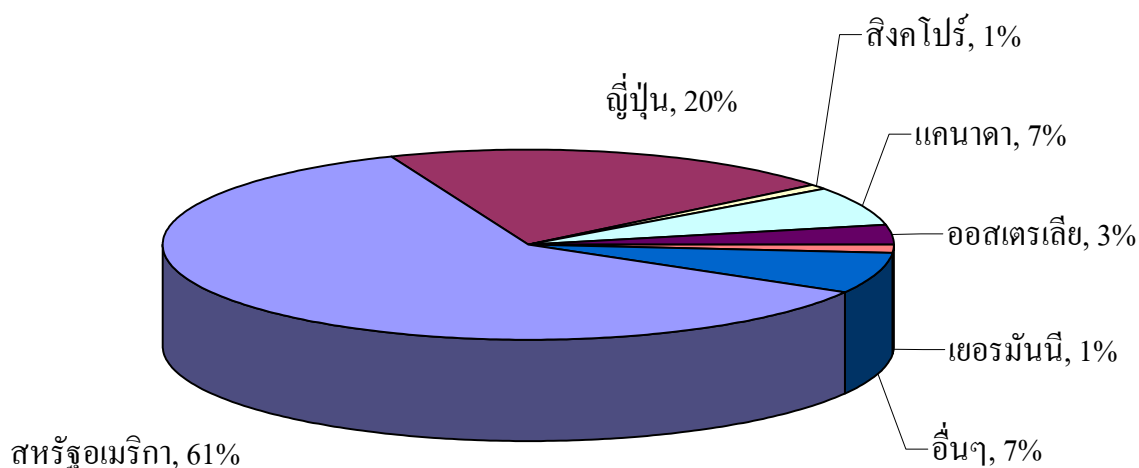
การส่งออกอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปของประเทศไทยนั้นมีคู่ค้าที่สำคัญ 2 ประเทศได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนั้นยังมีประเทศต่างๆ ที่เป็นประเทศผู้นำเข้ากุ้งแปรรูปที่สำคัญดัง ตาราง และภาพต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ปริมาณและสัดส่วนของตลาดประเทศผู้นำเข้ากุ้งแปรรูปจากประเทศไทย

(ปริมาณ: กิโลกรัม) (%: ร้อยละ)

ประเทศ	2542		2543		2544		2546	
	ปริมาณ	%	ปริมาณ	%	ปริมาณ	%	ปริมาณ	%
สหรัฐอเมริกา	53,510,746	53	52,759,027	51	56,620,847	51	69,370,000	60
ญี่ปุ่น	18,759,535	19	21,898,343	21	25,047,957	23	23,414,875	20
สิงคโปร์	6,922,824	7	8,855,230	8	7,234,039	7	1,043,250	1
แคนาดา	5,481,535	5	5,394,343	5	6,174,429	6	7,478,964	7
ออสเตรเลีย	4,238,523	4	3,177,750	3	3,531,187	3	3,815,875	3
เยอรมนี	2,450,687	2	2,342,937	2	2,310,125	2	1,622,937	1
อื่นๆ	10,024,492	10	9,950,075	10	9,161,256	8	7,969,163	7
รวม	101,388,342	100	104,377,705	100	110,079,840	100	114,715,064	100

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)



ภาพที่ 3.4 สัดส่วนตลาดประเทศผู้นำเข้ากุ้งแปรรูปจากประเทศไทยเฉลี่ยปี 2546

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

1. ตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกกุ้งที่สำคัญเป็นอันดับ 1 ของไทย ทั้งกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และกุ้งแปรรูป ทั้งนี้เป็นผลจากอาหารทะเลได้รับความนิยมในตลาดสหรัฐอเมริกามากขึ้น เนื่องจากชาวอเมริกันให้ความสนใจและระมัดระวังต่อการบริโภคอาหาร ในขณะที่อาหารทะเล โดยเฉพาะกุ้ง ให้คุณประโยชน์ทางโภชนาการที่เต็มไปด้วยแร่ธาตุ และวิตามิน ประกอบกับกุ้งมีสาร HDL (High Density Lipoprotein) ซึ่งเป็นคอเลสเตอรอลที่ดีต่อร่างกาย การบริโภคกุ้งจึงช่วยส่งเสริมสุขภาพ ช่วยในการไหลเวียนของโลหิตและลดการเป็นโรคหัวใจวาย (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2544)

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกกุ้งแช่เย็น/แช่แข็ง และกุ้งแปรรูปที่สำคัญอันดับ 1 ของประเทศไทย โดยในระหว่างปี 2543-2545 ส่งออกเฉลี่ยปีละประมาณ 116,000 ตัน มูลค่า 48,682 ล้านบาท ในปี 2543 ส่งออกปริมาณ 116,756 ตัน มูลค่า 56,216.95 ล้านบาท ในปี 2544 ส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 123,946 ตัน มูลค่า 50,548.36 ล้านบาท และในปี 2545 ส่งออก 107,600 ตัน มูลค่า 39,280.72 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าส่งออกลดลงร้อยละ 13.14 และ 22.29 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปี 2544 หรือคิดเป็นสัดส่วนปริมาณและมูลค่าส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ร้อยละ 50.02 และ 53.10 ของกุ้งส่งออกทั้งหมดของไทย สาเหตุที่ปริมาณและมูลค่าลดลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งในสหรัฐฯ 8 มลรัฐ รวมตัวกันจะฟ้องร้อง การทุ่มตลาดนำเข้ากุ้งจาก

16 ประเทศ รวมทั้งไทย แม้ว่าจะอยู่ในระหว่างการรวบรวมเงินทุนและข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง แต่ในขณะเดียวกันบางมลรัฐในสหรัฐอเมริกาก็ได้เพิ่มมาตรการเข้มงวดในการนำเข้ามากขึ้น

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมารูปแบบสินค้ากุ้งนำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกาได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือ หากแบ่งประเภทของกุ้งนำเข้าสหรัฐอเมริกา ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ กุ้งแช่เยือกแข็ง และกุ้งที่ผ่านกระบวนการเตรียมการแล้ว แม้ว่าการนำเข้ากุ้งแช่เยือกแข็งจะยังคงมีสัดส่วนสูงประมาณร้อยละ 80 ของการนำเข้ารวม แต่กุ้งที่มีการนำเข้าขายตัวอย่างรวดเร็วคือ กุ้งที่ผ่านกระบวนการเตรียมการแล้ว และมีแนวโน้มว่ากุ้งที่ผ่านกระบวนการเตรียมการแล้วจะมีสัดส่วนการนำเข้ามากที่สุด

สาเหตุที่การนำเข้ากุ้งที่ผ่านกระบวนการเตรียมการแล้วมีการเติบโตอย่างรวดเร็วสืบเนื่องมาจากเงื่อนไขที่สอดคล้องกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค นั่นคือ กุ้งในรูปของ Value added จะทำรายได้ให้แก่ผู้ผลิตมากกว่าการขายกุ้งสดหรือกุ้งแช่เยือกแข็ง ในขณะที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรุงแต่งอาหารทะเลด้วยตนเอง ดังนั้นกุ้งที่ผ่านกระบวนการเตรียมการแล้ว จึงให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคในด้านการเตรียมการ และทำให้การบริโภคกุ้งมีการเติบโตเพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการบริโภคกุ้งแปรรูปในตลาดสหรัฐอเมริกา คือสภาวะเศรษฐกิจ และช่วงฤดูกาลต่างๆ ฤดูที่มีการบริโภคกุ้งมาก คือ เทศกาลคริสต์มาส และปีใหม่ เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ แต่ความแตกต่างคือตลาดในสหรัฐอเมริกานั้นมีขนาดใหญ่นั่นเอง

1.1 แหล่งอุปทานอาหารทะเล กุ้งเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงในตลาดสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพราะผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการภายในประเทศ และมีต้นทุนในการผลิตในประเทศค่อนข้างสูง จากสาเหตุที่การผลิตกุ้งภายในประเทศของสหรัฐอเมริกามีปริมาณน้อย ส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งป้อนตลาดกุ้งสดเป็นสำคัญ แต่กุ้งที่ทำการผลิตภายในประเทศนั้นจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในตลาดการบริโภคภายในประเทศก็ต่อเมื่อเกิดภาวะขาดแคลนกุ้งนำเข้า หรือกุ้งนำเข้ามีราคาแพง อย่างไรก็ตามทั้งทางรัฐและเอกชนในประเทศนั้นเริ่มให้ความสนใจศึกษาความเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนพื้นที่ฟาร์มจากการผลิตพืชเกษตรที่ให้ผลกำไรน้อยกว่ามาเป็นการทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งมากขึ้น โดยกุ้งที่เลี้ยงในสหรัฐอเมริกาส่วนมากนั้นจะเป็นกุ้งขาว

ตลาดกุ้งในสหรัฐอเมริกาประมาณร้อยละ 60 เป็นกุ้งกุลาดำ (White Shrimp) ที่นำเข้าจากประเทศแถบเอเชีย อีกร้อยละ 30 นั้นจะเป็นกุ้งขาว (White Shrimp) สามารถผลิตได้ในประเทศและนำเข้าจากกลุ่มประเทศละตินอเมริกา และอ่าวเม็กซิโกที่เป็นแถบพื้นที่ที่มีภูมิประเทศและอากาศเอื้ออำนวยในการเลี้ยง ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 เป็นกุ้งสีน้ำตาลและสีชมพู (Brown & Pink Shrimp) โดยกุ้งสีน้ำตาลเป็นผลผลิตที่ผลิตได้ในประเทศและกุ้งสีชมพูนำเข้าจากจีน

ในส่วนของการนำเข้ากุ้งแปรรูป ปริมาณการนำเข้ากุ้งแปรรูปของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ จาก 10,291 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3,465,051 บาท ในปี 2533 แล้วเพิ่มขึ้นเป็น 22,837 ตัน คิดเป็นมูลค่า 11,017,144 บาท ในปี 2537 ต่อเนื่องเป็น 40,471 ตัน คิดเป็นมูลค่า 11,656,035 บาท ในปี 2541 และเพิ่มขึ้นเป็น 69,370 ตัน คิดเป็นมูลค่า 12,746,966 บาท ในปี 2546 ทั้งปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อัตราการขยายตัวลดลงเนื่องจากขนาดของตลาดสหรัฐนั้นมีความอิ่มตัวนั่นเอง

1.2 การจัดจำหน่าย อาหารทะเลในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีช่องทางหลักอยู่ 2 ทาง ได้แก่

1.2.1 Food Service เป็นลักษณะของร้านอาหาร หรือภัตตาคารทั่วไป ภายในประเทศ

1.2.2 ร้านค้าปลีก เป็นลักษณะของร้านค้ารายย่อยที่ขายสินค้าตาม ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายอาหารทะเล

1.3 การแข่งขัน ประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม แคนาดา และจีน แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้ส่งออกกุ้งแปรรูปไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 1 แต่ส่วนแบ่งการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีมูลค่า 10,805,160 11,290,173 และ 11,091,562 บาท ก็มีสัดส่วนที่ลดลงจากร้อยละ 72 61 และ 58 จากปี 2544 ถึง ปี 2546 ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอื่นๆ มีมูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม มีมูลค่า 1,962,581 2,910,797 และ 3,207,205 บาท ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 16 และ 17 และจีน มีมูลค่า 314,841 2,148,450 และ 2,909,470 บาท มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 2 12 และ 15 ซึ่งจากข้อมูลจะเห็นว่าคู่แข่งมีความสามารถส่งออกได้มากขึ้นทำให้ประเทศไทยเองมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 3.3 มูลค่าและปริมาณกึ่งแปรรูปที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย

(มูลค่า: บาท) (ปริมาณ: กิโลกรัม)

ปี	มูลค่า	อัตราการ ขยายตัว	ปริมาณ	อัตราการ ขยายตัว
2534	937,957,356		14,222,500	
2536	3,113,683,227	2.32	19,008,359	0.34
2538	5,045,455,418	0.62	24,616,640	0.30
2540	7,579,583,952	0.50	32,455,625	0.32
2542	14,887,339,783	0.96	53,510,746	0.65
2544	21,812,153,925	0.47	56,620,847	0.06
2546	23,257,948,678	0.07	69,370,000	0.23

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

ตารางที่ 3.4 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากึ่งแปรรูปของสหรัฐอเมริกาแยกตามประเทศ

(มูลค่า: บาท) (ปริมาณ: กิโลกรัม)

ประเทศ	2544		2545		2546	
	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ
ไทย	21,334,043,324	51,503,464	20,745,646,398	56,883,902	19,014,570,015	58,293,613
เวียดนาม	3,874,980,715	7,208,617	5,348,576,719	11,664,925	5,498,199,238	12,102,437
จีน	621,632,304	2,025,000	3,947,768,609	12,755,292	4,987,785,359	20,705,882
แคนาดา	1,351,584,537	4,886,031	1,505,695,094	5,856,121	1,158,570,802	4,279,882
อินโดนีเซีย	521,614,086	1,207,625	680,546,370	1,732,250	468,178,909	1,635,812
อินเดีย	677,415,597	3,805,250	561,080,052	3,170,625	851,293,309	4,014,625
อื่นๆ	1,370,647,456	4,562,585	1,283,438,284	5,070,114	1,040,983,769	4,238,356
รวม	29,751,918,018	75,198,572	34,072,751,527	97,133,229	33,019,581,401	105,270,607

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

ตารางที่ 3.5 ส่วนแบ่งการค้าถั่วแปรรูปในสหรัฐอเมริกาแยกตามประเทศ

(สัดส่วน: ร้อยละ)

ประเทศ	2541	2542	2543	2544	2545	2546
	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน
ไทย	74	78	73	68	59	55
เวียดนาม	6	4	5	10	12	11
จีน	1	1	1	3	13	20
แคนาดา	9	7	10	6	6	4
อินโดนีเซีย	3	2	2	2	2	2
อินเดีย	6	4	4	5	3	4
อื่นๆ	1	4	5	6	5	4
รวม	100	100	100	100	100	100

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

1.4 กฎระเบียบการนำเข้าและมาตรการภาษีศุลกากร ปัจจุบันประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญในเรื่องความเป็นอยู่ และ สุขอนามัยในด้านต่างๆ เช่น โดยเฉพาะอาหารไม่ว่าจะเป็น พืชหรือสัตว์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองสุขภาพผู้บริโภคให้ปลอดภัยจากสารพิษ หรือสารตกค้างที่เป็นอันตรายต่อชีวิตมนุษย์โดยการกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าที่ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตาม ซึ่งความเข้มงวดจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ เช่น ในเรื่องสารเจือปนอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดเกณฑ์ให้มีสารเจือปนในอาหารทะเลเข้มงวดน้อยกว่าสหภาพยุโรป ส่วนมาตรการการนำเข้าในเรื่องอื่น ๆ เช่น เรื่องสุขอนามัย การปิดฉลากอาหาร ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไปยังสหรัฐอเมริกาจะต้องผ่านการควบคุมคุณภาพระบบ HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ก่อนจึงจะสามารถส่งออกไปจำหน่ายได้ เป็นต้น

ในช่วงปี 2544 - 2545 สหภาพยุโรปมีการตรวจสอบสารเคมีตกค้างในกุ้งจากประเทศผู้ส่งออกในแถบเอเชียอย่างเข้มงวดมาก ประเทศผู้ส่งออกจึงหาทางออกโดยการหลีกเลี่ยงการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปและหันมาส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาแทน ผลที่ตามมาคืออุปทานกุ้งจำนวนมากที่เดิมที่ส่งออกไปขายยัง ตลาดสหภาพยุโรปได้พากันส่งสินค้าไปยังยังตลาดสหรัฐอเมริกาแทน ปริมาณกุ้งที่ล้นตลาดมีผลกระทบต่อราคากุ้งในตลาดสหรัฐอเมริกาคงต่ำลงจน

ผู้ผลิตกุ้งในสหรัฐอเมริกาได้รับความเดือดร้อน โดยเฉพาะรัฐหลุยเซียน่าซึ่งเป็นแหล่งที่จับกุ้งที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา ได้มีการออกระเบียบให้เจ้าหน้าที่รัฐทำการตรวจหาสารตกค้าง Chloramphenicol จากเดิมที่กำหนดให้มีสารตกค้างได้ในระดับ 5 ppb เปลี่ยนเป็นถ้ามีสารตกค้างเกิน 1 ppb ก็จะไม่อนุญาตให้จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา และให้ขยายการตรวจสอบให้ครอบคลุมถึงสารตกค้างอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ยังได้เสนอร่างกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าอาหาร (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส) ดังนี้

1.4.1 ร่างกฎหมาย “Seafood Safety and Mercury Screening Act of 2002” นำเสนอเดือนมีนาคม 2545 เน้นการควบคุมระดับสารตกค้างในอาหารทะเล โดยให้มีการลดระดับสารตกค้างอันตรายให้ต่ำลงจากระดับ 1ppb ที่องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (USFDA) ใช้อยู่ในปัจจุบันไปจนจุดที่เห็นว่าปลอดภัยซึ่งคาดว่าจะต้องต่ำลงไปจากระดับปัจจุบันถึง 5 เท่าตัว

1.4.2 ร่างกฎหมาย “Seafood Safety Enforcement Act” นำเสนอเมื่อเดือนกรกฎาคม 2545 เน้นการควบคุมสิ่งสกปรกเจือปนที่มาจากสารตกค้างต่าง ๆ ในอาหารทะเลนำเข้าจากประเทศต่าง ๆ

1.4.3 ร่างกฎหมาย “Shrimp Importation Financing Fairness Act” นำเสนอเมื่อเดือนตุลาคม 2545 เน้นการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกุ้งในสหรัฐอเมริกา โดยการเสนอให้ USFDA ยกเลิกกฎระเบียบบางประการที่บังคับใช้กับผู้ผลิตกุ้งในสหรัฐอเมริกา ที่ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับกุ้งนำเข้า

1.5 แนวทางการขยายตลาดสินค้าอาหารในสหรัฐอเมริกา จากการบริโภคอาหารทะเลของสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดการบริโภคอาหารทะเลที่ผ่านกระบวนการผลิตสำเร็จรูปพร้อมรับประทานหรือกึ่งสำเร็จรูปพร้อมที่จะนำไปประกอบอาหารได้อย่างรวดเร็ว ทั้งที่เป็นการให้บริการในร้านอาหารและที่เป็นการบริโภคในครัวเรือน

ผู้บริโภคชาวอเมริกันในปัจจุบันหันมานิยมอาหารสำเร็จรูปแบบแช่แข็งและแบบกระป๋องมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้อาหารทะเลแปรรูปได้รับความนิยมมาจากการหลีกเลี่ยงที่จะบริโภคอาหารประเภทสัตว์ปีกที่มีการ

รสชาติของโรลใช้วัตถุดิบ ดังนั้นอาหารแปรรูปแช่แข็งซึ่งจุดเด่นและเป็นที่ยอมรับ คือ ให้ความรวดเร็วสะดวกสบาย รสชาติของอาหารยังคงเดิม และไม่เสียคุณค่าทางโภชนาการที่เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคนิค และ วิธีการผลิตที่ดีขึ้นทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ประกอบกับผู้บริโภคสามารถซื้อหาได้ทั่วไปตามซูเปอร์มาร์เก็ตในสหรัฐอเมริกา ดังนั้นผู้ส่งออกจึงควรพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพถูกต้องตามกฎระเบียบของสหรัฐอเมริกา รวมทั้งการพัฒนาความหลากหลายของเมนูอาหารเพื่อขยายตลาดเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดีตลาดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานหรือกึ่งสำเร็จรูปพร้อมจะนำไปปรุงแต่ง มีการแข่งขันสูงมาก จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเงื่อนไขที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในตลาดสหรัฐอเมริกา สำหรับสินค้าประเภทนี้ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย ได้แก่ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับรสนิยมของตลาดเป้าหมาย ตลอดจนการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และสามารถนำไปบริโภคหรือประกอบอาหารได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกที่ต้องการขยายตลาดสินค้าประเภทอาหารเข้าสู่ซูเปอร์มาร์เก็ตในสหรัฐอเมริกาจำเป็นต้องคำนึงถึงการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมมาใช้ อาทิ

1.5.1 ฉลากและบรรจุภัณฑ์ จำเป็นที่จะต้องสวยงาม ดึงดูดผู้ซื้อ ใช้งานง่าย มีรูปทรงที่โดดเด่นสร้างความแตกต่างของสินค้าให้ชัดเจน

1.5.2 เตรียมพร้อมในด้านการสนับสนุนการส่งเสริมการขาย โดยเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหารภัตตาคาร โดยให้ส่วนลด การจัดทำคู่มือ และการส่งเสริมการขายต่างๆ การให้ข้อมูลการบริโภคแก่ผู้บริโภคก็เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง

1.5.3 การจัดทำรหัส Bar Code สินค้าให้ตรงตามระเบียบฐานข้อมูลสินค้าเพื่อความสะดวกแก่การซื้อและตรวจสอบสินค้าของซูเปอร์มาร์เก็ต

1.5.4 เพิ่มความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์เป็นการเปิดตลาด รวมทั้งการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาในสัญญาเพื่อสร้างเครดิตให้กับตนเอง

1.5.5 ธรรมเนียมของตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรกำหนดกลยุทธ์และมาตรการส่งเสริมในแต่ละตลาดให้มีความเหมาะสมตามพฤติกรรมของตลาดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3.6 สินค้ากุ้งที่ส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี 2546

สินค้าที่ส่งออกไปปัจจุบัน	สินค้าที่มีศักยภาพในอนาคต
1. กุ้งเด็ดหัวมีเปลือก (Headless Shell – On)	1. กุ้งชุบแป้ง (Breaded)
2. กุ้งเด็ดหัวมีเปลือก ผ่าหลัง (Headless Easy Peeled)	2. Portion - Controlled
3. กุ้งปอกเปลือก ผ่าหลัง มีหาง (Peeled & Deveined Tail – On)	
4. กุ้งปอกเปลือก ผ่าผีเสื้อ มีหาง (Peeled & Deveined Tail Butterfly)	
5. กุ้งปอกเปลือก ไม่ผ่าหลัง (Peeled Undeined)	
6. กุ้งต้ม มีหาง (Cooked Tail – On)	
7. กุ้งต้ม ไม่มีหาง (Cooked Tail – Off)	
8. กุ้งต้ม เรียงในถาดวงแหวน (Cooked Ring)	
9. กุ้งต้ม ซูชิ (Sushi Ebi)	
10. กุ้งชุบแป้ง (Breaded)	

ที่มา : ผู้เลี้ยง ผู้ผลิต และผู้ส่งออกกุ้งกุลาดำ, สมาคม “มิติใหม่อุตสาหกรรมกุ้งไทย”
กรุงเทพมหานคร ม.ป.ป. (อึดสำเนา)

2. ตลาดญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศเป็นมูลค่ากว่า 3.2 ล้านล้านเยน และมีแนวโน้มการนำเข้ามากยิ่งขึ้นในอนาคต เนื่องจากภาคเกษตรและประมงภายในประเทศไม่สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอกับความต้องการบริโภค และต้นทุนการผลิตภายในประเทศที่สูงเนื่องจากสภาพภูมิประเทศของประเทศญี่ปุ่นเองอีกทั้งประชากรจำนวนมากในประเทศอีกด้วย

ตลาดกลุ่มเป้าหมายสำหรับสินค้าอาหารเป็นคนทุกรุ่นทุวัย ไม่ว่าจะเป็น เด็กจนถึง คนชรา โดยเฉพาะผู้หญิงทำงานซึ่งเป็นกลุ่มที่ซื้ออาหารประเภทนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ตลาดอาหาร Ready to Eat เจริญเติบโตอย่างมาก เนื่องจากประโยชน์ใช้สอยของเตาอบไมโครเวฟที่ทันสมัยและสะดวกสบาย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย จึงทำให้อาหารประเภท Ready to Eat ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

รสนิยมในการบริโภคอาหารของชาวญี่ปุ่นในปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมในการบริโภคของชาวญี่ปุ่นซึ่งนิยมของสวยงาม สด ใหม่ สะอาด และปลอดภัย ในการทำการค้ากับประเทศญี่ปุ่นจะพบว่าคนญี่ปุ่นมักจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระยะยาว และเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทที่เคยติดต่อกันมานาน นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับกฎระเบียบการนำเข้าที่ถูกต้อง ดังนั้น ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมสินค้าที่พร้อมจะบริโภคได้ทันที เช่น กุ้งชุบแป้ง กุ้งเทมปุระ คิมฉ่า

ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่เข้มงวดเรื่องคุณภาพ และหน่วยงานของรัฐก็มีมาตรการตรวจสอบสินค้าอาหารที่รัดกุม ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งในอดีตอาหารที่นำเข้าไปวางจำหน่ายมักส่งออกจากโรงงานของบริษัทญี่ปุ่นที่ย้ายฐานการผลิตออกไปตั้งโรงงานในประเทศที่มีวัตถุดิบและค่าจ้าง แรงงานถูกกว่าหรือเป็นการเข้าไปร่วมลงทุนกับผู้ผลิตในต่างประเทศ ประเทศไทยก็เป็นแหล่งผลิตหนึ่งที่ญี่ปุ่นนิยมเข้ามาลงทุน ความร่วมมือระหว่างผู้นำเข้าญี่ปุ่น กับความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการไทยที่จะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้า ทำให้ปัจจุบันสินค้าอาหารจากประเทศไทยได้รับความไว้วางใจสูงจากผู้บริโภคและมีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ความสดใหม่และสุขอนามัย ผู้นำเข้าญี่ปุ่นจึงมีแนวโน้มที่จะสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานที่ผลิตและพัฒนาโดยคนไทยมากขึ้น เป็นการกระตุ้นให้มีการพัฒนาสินค้าอาหารแปรรูปชนิดใหม่ ๆ เพื่อส่งออกไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอาหารแปรรูปแช่แข็ง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการบริโภคกุ้งของประเทศญี่ปุ่น คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกุ้งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาสูง นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับเทศกาลต่าง ๆ ที่ประชาชนนิยมบริโภคกุ้งเป็นพิเศษ ได้แก่ เทศกาลคริสต์มาส ปีใหม่ และช่วงสัปดาห์ทองระหว่าง 29 เมษายน – 5 พฤษภาคม ของทุกปี ส่วนในฤดูหนาว (มกราคม – มีนาคม) มีการบริโภคน้อย

ตลาดอาหารในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่ใหญ่และสำคัญสำหรับประเทศไทย มีกลไกทางการตลาดที่ซับซ้อนผ่านคนกลางหลายขั้นตอน เป็นผลทำให้ราคาอาหารเมื่อไปถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้ายมีมูลค่าสูง ตลาดอาหารในญี่ปุ่นมีแนวโน้มว่าอาหารสดที่สามารถนำเข้าได้ง่ายจะมีสัดส่วน

การบริโภคลดลงเรื่อย ๆ เนื่องจากอาหารสดที่ต้องนำมาทำการปรุงอาหารและมีเศษอาหารเหลือทำให้สิ้นเปลืองและเสียเวลาในการปรุงจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ความนิยมในการบริโภคอาหารสดลดลง ส่วนอาหารที่ผ่านกรรมวิธีการผลิต และอาหารที่รับประทานนอกบ้านจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต (Life Style) ของชาวญี่ปุ่นที่เปลี่ยนไป ซึ่งจำเป็นต้องการประหยัดเวลาในการใช้เวลาปรุงอาหารให้น้อยลงในขณะที่ทำงานมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคในญี่ปุ่นมีแนวโน้มพึ่งพาการบริโภคอาหารสำเร็จรูปที่เป็นทางออกหนึ่งของคนญี่ปุ่น อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมกับชีวิตคนเมืองในประเทศ ซึ่งทำให้อาหารประเภท Ready to Eat, Ready to Cook ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาหารหลัก ๆ ที่ชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคกันเป็นประจำทุกครัวเรือนและกลายเป็นสินค้านำเข้าที่สำคัญคืออาหารประเภทกึ่งที่มีปริมาณนำเข้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ Deep fried shrimp และ Dim Sum (Takoyaki)

ทิศทางของอาหารประเภท Ready to Eat ในญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่ดี ด้วยเหตุผลต่อไปนี้

1. การลดจำนวนลงของสินค้าอาหารที่เป็นของสด คือ จากวัตถุดิบได้กลายมาเป็นสินค้าอาหารที่ถูกเตรียมเรียบร้อยแล้ว
2. ความยุ่งยากในการเตรียมอาหารได้ถูกลดทอนลง
3. ตลาดสินค้าอาหารที่ชาวญี่ปุ่นนิยมซื้อเพื่อนำไปปรุงรับประทานที่บ้าน คำนึงถึงกาประหยัดเวลาที่มีอยู่น้อย ความยุ่งยากในการปรุงอาหาร ความสกปรกที่จะเกิดขึ้นจากการปรุงอาหาร และขยะที่จะเกิดขึ้นจากการปรุงอาหาร
4. พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือ
 - 4.1 จำนวนผู้หญิงที่เข้าทำงานเต็มเวลามีมากขึ้น ไม่มีเวลาให้กับการทำอาหารและไม่อยากต้องเสียเวลาในการปรุงอาหาร

4.2 จำนวนสมาชิกต่อครัวเรือนลดลง ทำให้ต้องการอาหารที่มีปริมาณไม่มากสามารถบริโภคหมดในมือเดียวในแต่ละครั้งไม่เหลือทิ้งเศษอาหารซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองอีกทั้งเป็นการลดค่าใช้จ่ายและเพื่อความสะอาดลดภาระและขยะที่เกิดจากการปรุงอาหารเอง

4.3 สมาชิกในครอบครัวรับประทานอาหารในเวลาต่างกัน อาหารที่ใช้เวลาในการปรุงน้อยรวดเร็วจะได้รับความนิยมมากขึ้น

4.4 การเปลี่ยนสังคมไปสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) นั่นคือมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยผู้สูงอายุจะบริโภคในแต่ละมือเป็นปริมาณน้อย

5. ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อคุณภาพและรสชาติ รวมทั้งความหลากหลายของชนิดอาหารที่นิยมบริโภคในแต่ละฤดูกาล ธุรกิจขายปลีกอาหารจึงต่างแข่งขันกันเสนออาหารชนิดใหม่ ๆ เพื่อเรียกความสนใจของผู้ซื้อ ทำให้มีความจำเป็นและความต้องการนำเข้าอาหารแปรรูปชนิดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

2.1 แหล่งอุปทาน เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเองนั้นนิยมบริโภคอาหารทะเล ประเทศญี่ปุ่นสามารถที่จะผลิตอาหารทะเลเองได้ อีกทั้งยังมีภูมิประเทศเป็นเกาะจึงมีทรัพยากรทางทะเลเป็นจำนวนมากแต่ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนภายในประเทศได้ทั้งหมด เพราะกุ้งที่จับได้มีจำนวนลดลง และมีพื้นที่เลี้ยงกุ้งที่จำกัด จึงจำเป็นที่จะต้องนำเข้ากุ้งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

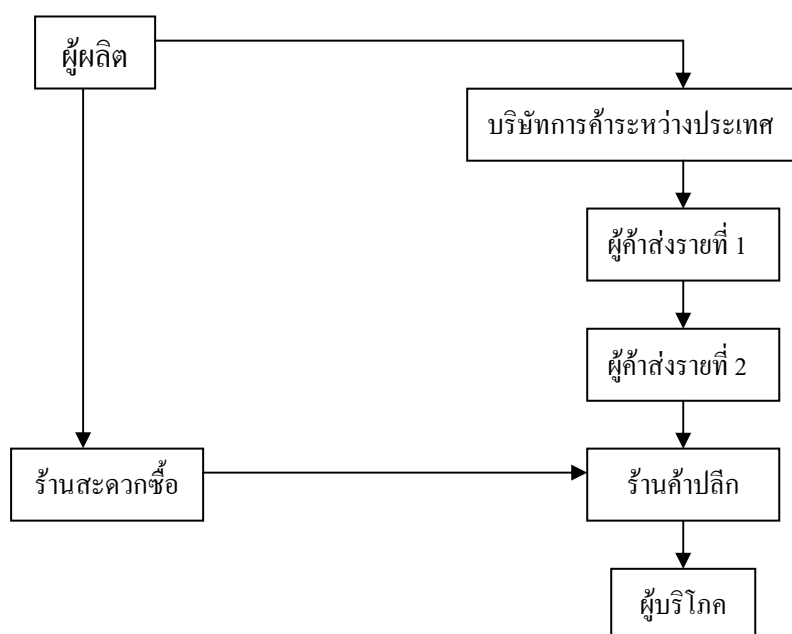
ตารางที่ 3.7 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากุ้งของญี่ปุ่น

(มูลค่า: บาท) (ปริมาณ: กิโลกรัม)				
ปี	มูลค่า	อัตราการขยายตัว	ปริมาณ	อัตราการขยายตัว
1991	1,728,806,765.38		6,424,597	
1993	3,089,074,177.22	0.79	10,135,234	0.58
1995	6,555,319,661.10	1.12	18,894,187	0.86
1997	8,947,623,286.82	0.36	22,962,121	0.22
1999	11,493,370,572.62	0.28	27,567,277	0.20
2001	16,877,070,962.01	0.47	38,700,167	0.40
2003	17,109,064,052.67	0.01	47,834,066	0.24

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

ในส่วนของกึ่งแปรรูป ปริมาณการนำเข้ากึ่งแปรรูปของญี่ปุ่นในแต่ละปีมีปริมาณเฉลี่ยปี 2534 – 2546 กว่า 24,645,378 บาท และการนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ จากปริมาณ 6,424,597 กิโลกรัม ในปี 2534 เพิ่มขึ้นเป็น 22,962,121 กิโลกรัมในปี 2540 และเพิ่มขึ้นเป็น 47,834,066 กิโลกรัม ในปี 2545 โดยในปี 2546 สำหรับอัตราการขยายตัวนั้นในปี 2538 ปริมาณการนำเข้ากึ่งของประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวถึง ร้อยละ 86 ส่วนมูลค่าการนำเข้ากึ่งในปีเดียวกันนั้นมีอัตราการขยายตัวถึง ร้อยละ 112

2.2 ช่องทางการจำหน่าย ระบบการกระจายสินค้าในญี่ปุ่นค่อนข้างซับซ้อน มีตัวกลางในขั้นตอนต่าง ๆ มากมาย



ภาพที่ 3.5 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าอาหารในญี่ปุ่น

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

บริษัท Trading Firms เป็นกลุ่มบริษัทที่มีบทบาทสำคัญในการกระจายสินค้าอาหารนำเข้า โดยบริษัทเหล่านี้จะมีบริษัทขายส่งอยู่ในเครือเดียวกัน เพื่อทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีกต่อไป บริษัท Trading Firms ที่สำคัญได้แก่ บริษัท Itochu Corp., บริษัท Mitsubishi Corp., บริษัท Mitsui Bussan, บริษัท Marubeni Corp., บริษัท Sumitomo Corp., บริษัท Tohoku, บริษัท Tomen Corp., บริษัท Nissho Iwai Corp. และ บริษัท Kanematsu Corp. (นพพร บุรุษการ, 5 มี.ค. 2545)

สำหรับผู้ผลิตเริ่มตระหนักที่จะทำให้ช่องทางการตลาดเองเพื่อกระจายสินค้าไม่ให้ สลับซับซ้อนมากนักเป็นการลดขั้นตอนการส่งต่อสินค้า เพื่อที่จะลดค่าใช้จ่ายต่างๆก่อนสินค้าจะถึง มือผู้บริโภคส่งผลให้ราคาสินค้าลดลง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความตื่นตัวด้านราคาของผู้บริโภค ใน ส่วนของผู้ค้าส่งก็จะมีบทบาทน้อยลงจากการที่ผู้ผลิตพยายามลดขั้นตอนการส่งต่อสินค้า สำหรับ ร้านค้าปลีกย่อยนั้นมีการแข่งขันสูงทำให้ผู้ค้าปลีกมีบทบาทมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ค้าปลีกรายใหญ่ที่มี ความสามารถในการแข่งขันมาก ผลักดันให้ผู้ค้าปลีกย่อยออกจากธุรกิจ ทำให้ร้านค้าปลีก รายเล็กมีจำนวนลดลงในขณะที่ร้านค้าปลีกรายใหญ่ที่อยู่ในลักษณะห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวนมากขึ้นและมีบทบาทมากขึ้นไปด้วย

2.3 การแข่งขัน ในตลาดญี่ปุ่น ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยในปี 2541 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ ร้อยละ 69 และลดลงเรื่อยๆเป็นร้อยละ 47 ในปี 2546 แต่ ยังคงเป็นอันดับที่ 1 ของผู้ส่งออกกุ้ง ไปยังประเทศญี่ปุ่น ที่น่าสังเกตคือในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาด ของประเทศไทยในญี่ปุ่นนั้นลดลงเรื่อยๆนั้น ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศ จีน และเวียดนามกลับ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยจีนมีส่วนแบ่งการตลาดในปี 2541 ร้อยละ 6 และเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 15 ในปี 2546 ส่วนประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 4 ในปี 2541 และในปี 2546 มีส่วนแบ่ง การตลาดถึง ร้อยละ 14 จากส่วนแบ่งการตลาดดังกล่าวแสดงให้เห็นสาเหตุที่ส่วนแบ่งการตลาดของ ไทยที่ลดลงนั้น ส่วนหนึ่งมาจากประเทศ จีน และเวียดนามสามารถส่งออกกุ้งไปยังประเทศญี่ปุ่นได้ มากขึ้นทำให้ทราบสถานการณ์การแข่งขันของตลาดกุ้งในประเทศญี่ปุ่นมีมากขึ้น

ตารางที่ 3.8 มูลค่าและปริมาณกุ้งแปรรูปที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากไทย

(มูลค่า: บาท) (ปริมาณ: กิโลกรัม)

ปี	มูลค่า	อัตราการขยายตัว	ปริมาณ	อัตราการขยายตัว
2532	303,715,612		1,288,812	
2534	852,804,161	1.81	3,686,250	1.86
2536	1,250,904,380	0.47	4,943,429	0.34
2538	3,787,878,196	2.03	12,602,816	1.55
2540	6,214,736,744	0.64	16,472,316	0.31
2542	7,798,515,851	0.25	18,759,535	0.14
2544	10,628,012,131	0.36	25,047,957	0.34
2546	8,154,810,782	-0.23	23,414,875	-0.07

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

ตารางที่ 3.9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากุ้งแปรรูปของญี่ปุ่นแยกตามประเทศ

(มูลค่า: บาท) (ปริมาณ: กิโลกรัม)

ประเทศ	2544		2545		2546	
	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ
ไทย	10,983,965,563	24,364,042	9,155,593,930	23,043,917	200,119,002	22,712,824
อินโดนีเซีย	2,961,294,823	6,580,468	2,782,514,950	7,357,039	80,876,473	9,303,578
เวียดนาม	1,030,034,481	2,380,375	1,879,906,423	4,730,265	62,755,033	6,923,996
จีน	1,146,861,275	3,517,375	1,549,894,550	5,318,203	54,549,560	7,219,253
อินเดีย	278,295,579	167,714	343,151,467	221,101	5,954,497	200,746
นอร์เวย์	103,037,503	411,437	76,233,577	338,875	3,189,922	533,250
อื่นๆ	373,581,737	1,278,756	337,075,594	1,267,053	5,773,628	940,419
รวม	16,877,070,962	38,700,167	16,124,370,491	42,276,453	413,218,115	47,834,066

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

ตารางที่ 3.10 ส่วนแบ่งการตลาดกึ่งแปรรูปในญี่ปุ่นแยกตามประเทศ

(สัดส่วน: ร้อยละ)

	2541	2542	2543	2544	2545	2546
ประเทศ	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน
ไทย	69	67	63	63	55	47
อินโดนีเซีย	18	19	17	17	17	19
เวียดนาม	4	3	5	6	11	14
จีน	6	7	10	9	13	15
อินเดีย	1	1	1	0	1	0
นอร์เวย์	0	1	1	1	1	1
อื่นๆ	3	3	3	3	3	2
รวม	100	100	100	100	100	100

ที่มา: United Nations Statistics Division (COMTRADE)

2.4 กฎระเบียบการนำเข้าและมาตรการภาษีศุลกากร ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่เข้มงวดในเรื่องคุณภาพของสินค้าอาหารเป็นอย่างมาก และหน่วยงานของรัฐก็มีมาตรการตรวจสอบสินค้าอาหารที่รัดกุม โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าดังต่อไปนี้

2.4.1 Food Sanitation Law เป็นกฎหมายที่ว่าด้วยการป้องกันผลเสียที่เกิดจากอาหารและการบรรจุหีบห่อ อยู่ในความดูแลของกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ กฎหมายนี้ห้ามการจำหน่ายอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่อาจจะเป็นพิษต่อร่างกาย มีการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสารอาหาร สินค้าอาหารที่ต้องการนำเข้าญี่ปุ่นจะต้องได้รับการสุ่มตรวจสอบส่วนผสมอาหารว่าเป็นไปตามกฎระเบียบของกฎหมายนี้หรือไม่

2.4.2 ข้อกำหนดเกี่ยวกับฉลากผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารที่นำเข้ามาในญี่ปุ่นจะมีรูปแบบการบรรจุหีบห่อที่แตกต่างกัน หากแต่ภายใต้ข้อกำหนดฉลากผลิตภัณฑ์จะต้องระบุรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ชื่อผลิตภัณฑ์
- 2) วันที่ผลิต
- 3) ชื่อ และที่อยู่ของผู้ผลิต
- 4) ส่วนผสม
- 5) กรรมวิธีการเก็บรักษา
- 6) น้ำหนัก

ตัวอย่าง

Designation of Product : Breaded Shrimp

Ingredients : Shrimp, Bread, Salt

Net weight : 80 grams

Gross weight : 100 grams

Shelf life : “Best before date” inscribed on bag top

Stronge method : Keep frozen

Country of origin : Thailand

Imported by : XX Food Co., Ltd. Chiyoda – ku, Tokyo.

2.4.3 Pre – certification System เป็นการรับรองคุณภาพจากประเทศผู้ผลิต ซึ่งได้ผ่านการยอมรับจากประเทศญี่ปุ่นแล้ว

2.4.4 อัตราภาษีนำเข้า ปูปรุงแต่งในตลาดญี่ปุ่น โดยทั่วไปอัตราภาษีเท่ากับร้อยละ 4.8 และสำหรับประเทศที่เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก อัตราภาษีนำเข้าเท่ากับร้อยละ 3.2

ตารางที่ 3.11 อัตราภาษีนำเข้าอาหารแปรรูปประเภทต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น

H.S. No.	รายการ	อัตราภาษี (%)	
		ทั่วไป	WTO
1605.10	Crab	6.5	5.0
1605.20	Crustaceans molluscs and other aquatic	4.8	3.2
1605.40	Crustaceans other than shrimp prawns Lobsters and ebi	9.6	7.2
1605.90	Cuttlefish and squid with rice	15.0	9.0

ที่มา: กระทรวงเกษตรญี่ปุ่น (2548)

2.5 แนวทางการขยายตลาดสินค้าอาหารในญี่ปุ่น

2.5.1 ญี่ปุ่นเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญต่อการปรุงแต่งและรับประทานอาหาร เป็นอย่างมากจะเห็นได้จากการปรุงแต่งอาหารของชาวญี่ปุ่นจะมีการตกแต่งประคิประคอยสวยงาม และคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ดังนั้นอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นจึงควรมีลักษณะที่ดูดีน่ารับประทาน คุณค่าโภชนาการสูง และมีปริมาณที่เหมาะสมสามารถรับประทานได้หมดในมื้อเดียว

2.5.2 เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญต่อการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม และลดต้นทุนในการกำจัดขยะ และของเสีย เช่น เศษอาหาร ดังนั้นสินค้าอาหารที่ส่งเข้ามาจำหน่ายในญี่ปุ่นควรบรรจุในภาชนะที่สามารถทำลายได้ง่าย หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้

2.5.3 สิ่งที่ควรคำนึงสำหรับผู้ผลิต / ผู้ส่งออกไทย ในการผลิตสินค้าอาหารมาจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น คือ อาหารต้องมีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นธรรมชาติ สะดวกในการปรุงปลดกัย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีลักษณะของตัวเอง สวยงามน่ารับประทาน และเป็นของแท้

ตารางที่ 3.12 สิ้นค้ากุ้งที่ส่งออกไปตลาดญี่ปุ่น ปี 2546

สิ้นค้าที่ส่งออกในปัจจุบัน	สิ้นค้าที่มีศักยภาพในอนาคต
1. กุ้งสดทั้งตัว (Head- On Shell-On)	1. กุ้งต้ม (Sushi Ebi)
2. กุ้งเด็ดหัว มีเปลือก (Headless Shell-On)	2. กุ้งชุบแป้ง (Ebi Fry)
3. กุ้งยัด (Nobashi)	3. ดิมซำ (Dim Sum)
4. กุ้งปอกเปลือก ผ่าหลัง ไม่มีหาง (Peeled & Deveined Tail-On)	
5. กุ้งปอกเปลือก ผ่าหลัง ไม่มีหาง (Peeled & Deveined Tail-Off)	
6. กุ้งต้มซูชิ (Sushi Ebi)	
7. กุ้งชุบแป้ง (Ebi Fry)	
8. กุ้งต้ม (Cooked Head-On)	

ที่มา: ผู้เลี้ยง ผู้ผลิต และผู้ส่งออกกุ้งกุลาดำ, สมาคม “มิติใหม่อุตสาหกรรมกุ้งไทย”
กรุงเทพมหานคร ม.ป.ป. (อค์สำเนา)

ความสามารถและความพร้อมด้านการผลิตกุ้งแปรรูปของประเทศไทย

ในส่วนของความสามารถและความพร้อมด้านการผลิตกุ้งแปรรูปของประเทศไทยนั้น สามารถดูได้จากสถานการณ์การผลิตในประเทศโดยในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต

ในการผลิตอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปนั้นประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ มากมาย ในการศึกษานี้จะแยกปัจจัยต่างๆ ออกเป็นประเภทดังนี้

1.1 เงินทุน ในปัจจุบันถึงแม้ว่าธนาคารพาณิชย์ของไทยจะยังคงมีความสามารถที่จะปล่อยกู้ให้กับผู้ที่ประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปได้ก็ตาม แต่หน่วยธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำนวนไม่น้อยก็ยังให้ความสนใจกับการร่วมทุนกันระหว่างประเทศอีกในหนึ่ง คือการเปิดโรงงานผลิตสินค้าอาหารแปรรูปโดยเป็นการร่วมทุนระหว่างคนไทยเองกับคนต่างชาติ เนื่องจากต่างชาติที่เข้า

มาร่วมทุนกับคนไทยนั้นส่วนมากจะเป็นหน่วยธุรกิจต่างๆของประเทศผู้นำเข้าอาหารทะเลแปรรูป เพื่อเป็นการหาสินค้าไปขายเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศที่มีอยู่มากกว่าความสามารถในการผลิตของประเทศนั้น หรือเป็นการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีปัจจัยการผลิตราคาถูกไม่ว่าจะเป็นปัจจัยหลัก หรือ แรงงานเพื่อต้นทุนที่ต่ำและสร้างความมั่นใจว่าจะมีสินค้าขายตลอดทั้งปี ในส่วนของผู้ร่วมทุนที่เป็นคนไทยก็สามารถแน่ใจได้ว่าจะมีความต้องการสินค้าที่ทำการผลิต และไม่ต้องเปิดตลาดเพื่อหาลูกค้าเอง

1.2 โรงงานแปรรูป โรงงานที่ทำการผลิตกุ้งแปรรูปในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบ เนื่องจากมีจำนวนโรงงานที่มาก สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของตลาด ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และตั้งอยู่ในแหล่งของวัตถุดิบ

1.3 โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ระบบคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร ไฟฟ้า และประปา อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานสูงพอสมควร

1.4 แรงงาน อุตสาหกรรมผลิตกุ้งแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานในการผลิตเป็นหลัก (Labor Intensive Industry) โดยต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือและความชำนาญในการตกแต่งกุ้งให้เกิดความสวยงามและมีขนาด / น้ำหนักที่เป็นมาตรฐานใกล้เคียงกัน ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งในด้านของแรงงานที่มีทักษะ แต่ทางด้านอัตราค่าจ้างแรงงานประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ เนื่องจากค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่า

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป คือ ฝีมือแรงงานที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตจะต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือเพื่อให้มีสิ่งสูญเสียน้อยที่สุด ซึ่งไม่อาจใช้เครื่องจักรแทนได้ รวมทั้งจะต้องทำให้เร็วที่สุดเพื่อให้มีสภาพสดที่สุดด้วย

1.5 วัตถุดิบ คือ กุ้ง การเพาะเลี้ยงกุ้งของไทยได้มีการพัฒนาจากการเลี้ยงแบบธรรมชาติมาเป็นการเลี้ยงแบบกึ่งพัฒนาและระบบพัฒนามากขึ้น ซึ่งในช่วงปีการผลิตหนึ่ง ๆ สามารถผลิตกุ้งได้ถึง 2 รอบ และมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ ประกอบกับประเทศไทยมีลักษณะภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เหมาะสม ส่งผลให้ผลผลิตกุ้งที่ได้เพิ่มมากขึ้น ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของไทยสูงกว่าคู่แข่ง

การเพาะเลี้ยงกุ้งของประเทศไทยในรอบปีการผลิตหนึ่ง ๆ จะมีการเลี้ยงประมาณ 2 รุ่น โดยรุ่นแรกจะเริ่มปล่อยกุ้งช่วงปลายปี ประมาณเดือน ตุลาคม พฤศจิกายน และธันวาคม จะเริ่มจำหน่ายสู่ท้องตลาดเมื่อกุ้งอายุได้ 4 เดือน จากนั้นจะปล่อยลูกกุ้งอีกครั้งในช่วงกลางปี ประมาณ เดือน มิถุนายน และกรกฎาคม โดยมีการตากบ่อเลี้ยงกุ้งประมาณหนึ่งเดือนหลังจากจับขายในแต่ละรุ่น โดยมีรูปแบบการเลี้ยง 3 รูปแบบ (สถาบันบัณฑิตบริหารศนินทร์, 2542) คือ

1.5.1 การเลี้ยงแบบธรรมชาติ (Extensive System) เป็นวิธีเลี้ยงกุ้งแบบดั้งเดิมใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ โดยขุดเป็นร่องลึกเรียกว่า “วังกุ้ง” และดินที่ขุดได้นำมาทำเป็นคันบ่อ ส่วนลูกพันธุ์กุ้งจะปะปนมากับน้ำ แล้วจะกักไว้ในบ่อประมาณ 2-3 เดือน จึงถายนํ้าออก ผลผลิตที่ได้เฉลี่ยประมาณ 30 กิโลกรัมต่อไร่

1.5.2 การเลี้ยงแบบกึ่งพัฒนา (Semi-Intensive System) ซึ่งเป็นการพัฒนามาจากระบบธรรมชาติ ไปสู่การเลี้ยงในอัตราที่หนาแน่นขึ้น มีการควบคุมปัจจัยการผลิตบางส่วน เช่น การปล่อยพันธุ์กุ้ง และให้อาหารเสริม ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ เพิ่มขึ้นเป็น 100-300 กิโลกรัมต่อไร่

1.5.3 การเลี้ยงแบบพัฒนา (Intensive System) เป็นการเลี้ยงแบบใหม่ที่ควบคุมปัจจัยการผลิตทุกชนิด เช่น การปล่อยพันธุ์กุ้ง การให้อาหาร การให้ยารักษาโรค และการควบคุมคุณภาพของน้ำ การเลี้ยงแบบพัฒนาจะเป็นการเลี้ยงแบบหนาแน่นมาก ทำให้เกิดการสะสมของสารอินทรีย์บนพื้นบ่อสูง จำเป็นต้องมีการตากบ่อให้แห้งสนิทหลังการเลี้ยงแต่ละรุ่น หากแต่การเลี้ยงแบบพัฒนาให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูง

2. ความต้องการ

ความต้องการบริโภคกุ้งในประเทศไทยขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตในประเทศและราคาจำหน่าย กุ้ง โดยส่วนใหญ่การบริโภคกุ้งในประเทศจะเป็นในลักษณะของการบริโภคสด แต่อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการบริโภคกุ้งในประเทศมีเพียงร้อยละ 5-10 ของปริมาณการผลิต ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 90-95 เป็นวัตถุดิบส่งเข้าโรงงานเพื่อทำการแปรรูป

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 ในส่วนของวัตถุดิบ อุตสาหกรรมที่สนับสนุน ได้แก่ โรงงานน้ำแข็ง โรงงานผลิตอาหารกึ่ง และตลาดกลาง / ผู้ค้าส่ง

3.1.1 โรงงานน้ำแข็ง โรงงานน้ำแข็งที่จดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ ณ สิ้นปี 2543 มีจำนวน 578 โรงงาน กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยจังหวัดที่มีจำนวนโรงงานน้ำแข็งเกินกว่า 20 โรงงาน ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สงขลา นครศรีธรรมราช และระนอง โรงงานน้ำแข็งที่มีอยู่ดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการได้เพียงพอ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าคุณภาพของน้ำแข็งของไทยดีกว่าประเทศคู่แข่งค่อนข้างมาก การที่น้ำแข็งของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานทำให้ช่วยลดสิ่งปนเปื้อนที่จะติดมากับกุ้ง

3.1.2 โรงงานผลิตอาหารสัตว์ ที่จดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ ณ สิ้นปีมีจำนวน 283 โรงงาน ซึ่งบางโรงงานก็มีการผลิตอาหารสัตว์หลายชนิด และบางโรงงานอาหารสัตว์เพียงชนิดใดชนิดหนึ่ง ในส่วนของการผลิตอาหารกึ่ง จากการคาดการณ์ของผู้ผลิตอาหารสัตว์ประมาณว่าความต้องการอาหารกึ่งในแต่ละปีมีจำนวน 4-5 แสนตัน ซึ่งอาหารกึ่งสามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการได้เพียงพอ โรงงานผลิตอาหารสัตว์ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ รองลงมา ได้แก่ สมุทรสาคร สงขลา สมุทรปราการ ระนอง นครปฐม ปทุมธานี อย่างไรก็ตามก็ควิวัตถุดิบในการผลิตอาหารกึ่งซึ่งใช้ปลาป่นเป็นส่วนผสมที่สำคัญ ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

3.1.3 ตลาดกลาง / ผู้ค้าส่ง / ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ตลาดกลางซึ่งเป็นที่รวบรวมซื้อขายกุ้งของไทยมีอยู่ 2 แห่ง คือ ตลาดกลางกุ้งจังหวัดสมุทรสาคร และตลาดกลางกุ้งจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ยังมีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทำการซื้อขายกุ้งผ่านทางอินเทอร์เน็ต

3.2 ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป ประกอบด้วยห้องเย็น บรรจุกักเก็บ วัตถุดิบอื่น ๆ ที่ใช้เป็นส่วนประกอบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตและการขนส่ง

3.2.1 ห้องเย็น เป็นกิจการที่มีจุดประสงค์เพื่อเก็บรักษาอาหารสดชนิดต่าง ๆ ให้คงคุณภาพ หรือคุณค่าทางอาหารไว้เช่นเดิม หรือเพื่อให้มีการสูญเสียระหว่างการเก็บรักษาน้อยที่สุด

เพื่อประโยชน์ในการขนส่ง และเก็บไว้ใช้บริโภคในยามขาดแคลน รวมทั้งช่วยชะลอภาวะถดถอยของผลผลิต ในกรณีที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดเกินความต้องการบริโภคในขณะนั้น ห้องเย็นโดยทั่วไปจะมีการควบคุมอุณหภูมิให้ต่ำเหลือเพียง -5 องศาเซลเซียส ถึง -20 องศาเซลเซียส ทั้งนี้เพื่อหยุดการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรียต่าง ๆ ที่จะทำให้อาหารเน่าเสีย ผลิตภัณฑ์อาหารที่เก็บรักษาไว้ในห้องเย็นจะมีอายุการเก็บรักษานานประมาณ 6-12 เดือน กิจกรรมห้องเย็นสามารถแบ่งออกตามลักษณะการดำเนินธุรกิจได้ 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ห้องเย็นที่มีการผลิตหรือแปรรูปสินค้าต่าง ๆ เพื่อส่งออกหรือใช้บริโภคในประเทศ
- 2) ห้องเย็นที่ให้บริการรับฝากแช่จำนวนห้องเย็นในประเทศไทยในปี 2544 มีจำนวน 74 ห้องเย็น มีความจุประมาณ 171,226 ตัน โดยอยู่ในภาคกลาง 61 ห้องเย็น ภาคเหนือ 6 ห้องเย็น ภาคใต้ 4 ห้องเย็น ภาคตะวันออก 2 ห้องเย็น และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ห้องเย็น นับเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศที่มีจำนวนมากพอกับความต้องการ จึงเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมกึ่งแปรรูปให้เกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน

3.2.2 บรรจุภัณฑ์ อาจกล่าวได้ว่าอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างยิ่ง นับเป็นองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ ในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดที่จะมีผลต่อการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น ตลอดจนเป็นการป้องกัน ไม่เกิดความเสียหายในระหว่างการเคลื่อนย้ายขนส่งให้เกิดความปลอดภัย และความสะดวกในการใช้บรรจุภัณฑ์ในส่วนขออุตสาหกรรมกึ่งแปรรูป โดยส่วนใหญ่จะเป็นพลาสติก และกระดาษ ได้แก่ ถุงพลาสติก ซองพลาสติก ถาดพลาสติก กล่องพลาสติก ฯลฯ ในส่วนของกระดานนั้นส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่หีบห่ออยู่ด้านนอก

ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยมีอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ณ สิ้นปี 2543 มีผู้ผลิตที่จดทะเบียนการค้าเป็นจำนวนรวม 1,022 ราย ปรมาณร้อยละ 70 เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ใช้เงินลงทุนและจำนวนคนงานไม่มากนัก ในจำนวนผู้ผลิตทั้งหมดดังกล่าวกว่าร้อยละ 50 เป็นโรงงานผลิตถุงและซองพลาสติก

3.2.3 วัตถุดิบอื่นๆ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบ อาทิ แป้ง ขนมะปรางแปรงแผ่น เกี้ยว เครื่องปรุงรสต่าง ๆ ผู้ผลิตทุ้งแปรรูปส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศ โดยในปี 2543 มีผู้ผลิตแป้งจากธัญพืชจำนวน 44 โรงงาน และผู้ผลิตขนมปังจำนวน 139 โรงงาน

3.2.4 การขนส่ง การส่งออกสินค้าประเภทอาหารส่วนใหญ่จะใช้วิธีการขนส่งทางเรือ ซึ่งปกติธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางทะเล จะครอบคลุมถึงการดำเนินงานของกิจการสำคัญต่าง ๆ ดังนี้

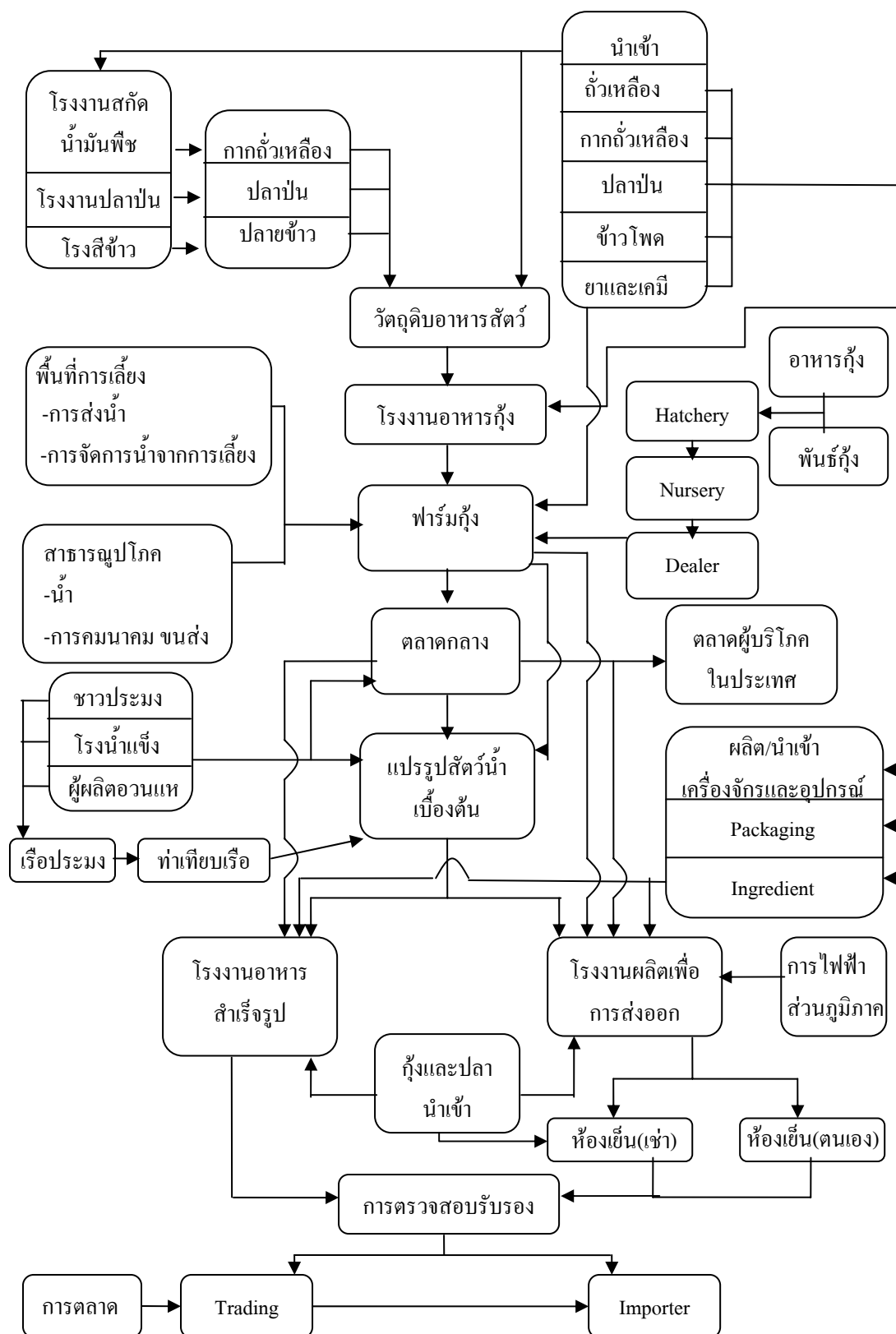
1) กิจการเดินเรือระหว่างประเทศ เป็นกิจการที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ในปี 2543 ประเทศไทยมีเรือที่จดทะเบียนสัญชาติไทยทั้งสิ้น 282 ลำ มีส่วนแบ่งในการขนส่งสินค้าทางทะเลเพียงประมาณร้อยละ 9-10 ของปริมาณสินค้าที่ขนส่งทางทะเลทั้งหมด ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียรายได้จากค่าระวางเรือให้กับกองเรือพาณิชย์ของต่างชาติเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

2) กิจการทำเรือ ทำเรือเป็นจุดขนถ่ายสินค้า ซึ่งมีรายได้จากการให้บริการใช้ทำเรือ เช่น การให้บริการยกตู้สินค้าขึ้นหรือลงจากเรือ การรับฝากตู้สินค้า และการให้เช่าเครื่องมือทุ่นแรงในการเคลื่อนย้ายตู้สินค้า เป็นต้น ปัจจุบันประเทศไทยมีทำเรือที่เป็นของภาครัฐ เพื่อใช้ขนถ่ายสินค้าระหว่างประเทศจำนวน 5 ท่า ได้แก่ ท่าเรือกรุงเทพฯ (คลองเตย) ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือมาบตาพุด ท่าเรือสงขลา และท่าเรือภูเก็ต นอกนั้นเป็นทำเรือที่เป็นของเอกชนจำนวน 116 ท่า โดยแบ่งเป็นท่าเรือทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 58 ท่าเรือเฉพาะกิจ (เคมีภัณฑ์ และน้ำมัน) ร้อยละ 34 และท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ร้อยละ 8

3) กิจการอยู่เรือ เป็นกิจการที่ให้บริการต่อเรือและซ่อมบำรุงเรือ ตลอดจนบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิตวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในกิจการต่อเรือและซ่อมเรือประเทศไทยมีอยู่ต่อเรือจำนวน 224 อยู่ และอยู่ซ่อมเรือจำนวน 6 อยู่ อยู่เรือเกือบทั้งหมดเป็นอยู่เรือขนาดเล็ก ซึ่งสร้างหรือซ่อมเรือขนาดเล็กรวมถึงเรือประมงเป็นหลัก

ในส่วนของการขนส่งนั้นอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยยังไม่มีความพร้อมมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากท่าเลที่ตั้งของประเทศไทยไม่ได้อยู่ในเส้นทางเดินเรือสายหลัก และเรือขนส่งสินค้าขนาดใหญ่โดยเฉพาะเรือคอนเทนเนอร์ยังไม่เพียงพอ กิจการพาณิชย์นาวีเป็นกิจการที่ต้องใช้เงิน

ลงทุนสูงมาก มีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 6 ราย และการรวมกลุ่มเป็นชมรมเพื่อผูกขาดใน
เส้นทางการขนส่งหลัก ๆ



ภาพที่ 3.6 อุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม Available: http://www.diw.go.th/diw_web

4. กลยุทธ์ของธุรกิจโครงสร้างและคู่แข่ง

โครงสร้างของอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปของไทยมีทั้งโรงงานขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ประกอบการของไทยมีการปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร เพื่อเป็นการบรรเทาปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและควบคุมทางด้านคุณภาพ สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการมากมาย จึงทำให้เกิดการพัฒนา ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยเฉพาะความชำนาญด้านการแปรรูปและการรักษา โรงงานเกือบทั้งหมดได้มาตรฐานสากล เช่น GMP, HACCP, ISO รวมถึงความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายยังมีการปรับตัวจากผู้ผลิตและผู้ส่งออกโดยตรงมาเป็นผู้รับจ้างผลิต จากการที่ผู้ผลิตกุ้งแปรรูปในประเทศญี่ปุ่นได้เข้ามาว่าจ้างผู้ประกอบการในประเทศไทยให้ทำการแปรรูปเพื่อส่งออกไปยังญี่ปุ่นโดยตรง

นโยบายของรัฐบาล

ในระบบเศรษฐกิจเปิดที่มีการค้าระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก ระบบการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น สินค้ามีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ความต้องการผลิตภัณฑ์หลากหลายขึ้น จำนวนผู้ผลิตมีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรง ดังนั้นนโยบายของบริษัทเพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถที่จะแข่งขันกับ ผู้ผลิตอื่นๆ ในต่างประเทศได้ การเข้ามามีบทบาทของภาครัฐบาลในการสนับสนุนนโยบายทางการค้าของประเทศในแต่ละอุตสาหกรรมจึงมีอิทธิพลอย่างมาก ที่จะผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปมีดังนี้

1. นโยบายด้านการผลิต

เป็นนโยบายที่เน้นคุณภาพผลผลิตที่ได้ไม่ว่าจะเป็นการจดทะเบียนฟาร์มกุ้ง และส่งเสริมให้มีการเลี้ยงกุ้งโดยวิธีการจำแนกเขต (Zoning) โดยเฉพาะในพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่มีศักยภาพและมีความเหมาะสม ห้ามเพาะเลี้ยงกุ้งในพื้นที่น้ำจืด เผยแพร่วิธีการเลี้ยงกุ้งแบบชีวภาพ การรณรงค์

ไม่ให้มีการใช้ยาในการเลี้ยงกุ้ง เพื่อตัดวงจรตั้งแต่แรก สนับสนุนการวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารจากสินค้ากุ้ง และพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและระบบการจัดการก่อนเข้าสู่โรงงานแปรรูป

2. นโยบายด้านการตลาด

ในส่วนของนโยบายการตลาดนั้นรัฐจะเข้ามาช่วยเหลือด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งออก และพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อติดตามสถานการณ์ เช่น จัดหาอุปกรณ์ชุดตรวจสอบ “อีไลซา” สำหรับตรวจสอบครอแรม-ฟีนีคอลมาประจำไว้ที่ตลาดกลางกุ้งทั้ง 2 แห่ง คือที่ มหาชัย และปากพนัง การขายกุ้งกุลาดำและสัตว์น้ำอื่น ๆ ของเกษตรกร จะต้อง มีหนังสือเกี่ยวกับการจำหน่ายสัตว์น้ำ (Movement Document : MD) เพื่อเป็นข้อมูลสอบกลับว่าสินค้านั้นผลิตจากแหล่งใด การจัดงานแสดงสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ กฎระเบียบและมาตรการนำเข้าที่เกี่ยวข้องจากตลาดต่าง ๆ ทั่วโลก และพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารจากสินค้ากุ้ง

3. นโยบายด้านภาษี

เป็นการลดหย่อนหรือเปิดเสรีการนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ เช่น นโยบายนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์เสรี กำหนดให้มีการเก็บภาษีนำเข้ากุ้ง สำหรับการนำเข้ามาเป็นวัตถุดิบและจะได้รับคืนเมื่อส่งออก การจ่ายเงินชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร ซึ่งรวมถึงสินค้ากุ้งกุลาดำพิกัด 0306.13 และ 1605.20 ด้วย ทั้งนี้ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยจะต้องใช้กุ้งกุลาดำจากการเพาะเลี้ยงภายในประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 3.13 อัตราแลกเปลี่ยนการส่งออก

ประเภท	รายการ	อัตราเงินชดเชยร้อยละของราคาส่งออก
306.13	1. กุ้งกุลาดำคัดหัว	0.85
	2. กุ้งกุลาดำคัดหัว	1.03
	3. กุ้งกุลาดำคัดหัว ปอกเปลือก ໙໕หาง	1.04
	4. อื่น ๆ	0.2
1605.2	1. กุ้งกุลาดำต้ม ปอกเปลือก แช่แข็ง	1.1
	2. กุ้งกุลาดำชุบแป้งคลุกขนมปังแช่แข็ง	1.04
	3. กุ้งกุลาดำชุบแป้งแช่แข็ง	1.4
	4. กุ้งกุลาดำคัดหัว ปอกเปลือก ໙໕หาง ชุบเนย และเครื่องเทศ	1.18
	5. กุ้งกุลาดำกระป๋อง	0.87
	6. อื่น ๆ	0.2

ที่มา: กรมศุลกากร

4. นโยบายด้านคุณภาพ**4.1 ให้มีการตรวจสอบการใช้ในกุ้ง** อย่างเข้มงวดทั้งระดับฟาร์ม และผู้ส่งออก

4.2 การห้ามนำเข้ายา เกสซ์กันท์ ตามกลุ่มหรือชนิดที่กลุ่มสหภาพยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา ประกาศห้ามใช้ หากหน่วยงานใดมีความจำเป็นต้องนำเข้าต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์ก่อน โดยยา เกสซ์กันท์ 16 ชนิดที่ห้ามใช้ ได้แก่

- (1) อริสโตโลเชีย (Aristolochia)
- (2) คลอแรมฟินิคอล (Chloramphenicol)
- (3) คลอโรฟอร์ม (Chloroform)
- (4) คลอโปรมาซิน (Chlopromacin)
- (5) คลอซิซีน (Colchicin)

- (6) เดปโซน (Dapsone)
- (7) ไดมิไตริดาโซล (Dimetridazole)
- (8) เมโทรนิดาโซล (Metronidazole)
- (9) ไนโตรฟูแรน (Nitrofurans)
- (10) โรนิดาโซล (Ronidazole)
- (11) ไดเอทิลstilbestrol (Diethylstilbestrol)
- (12) อิมโพรนิดาโซล (Impronidazole)
- (13) ไนโตรอิมิดาโซล (Nitroimidazole)
- (14) ซัลโฟนามิค (Sulfonamides)
- (15) ฟลูโอโรควิโนโลน (Fluoroquinilones)
- (16) ไกลโคเปปไทด์ (Glycopeptides)

5. นโยบายด้านการวิจัยและพัฒนา

สืบเนื่องจากการตรวจพบยาปฏิชีวนะตกค้างในสินค้ากุ้ง ส่งออก ทำให้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมกันเร่งผลักดันมาตรการต่าง ๆ เพื่อณรงค์ให้เกษตรกรทราบถึงปัญหาดังกล่าว เพื่อจะได้ช่วยกันแก้ไขให้เป็นไปตามแนวทางเดียวกัน กรมประมงซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งอย่างถูกวิธีแก่เกษตรกร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดระบบการเลี้ยงกุ้งแบบ GAP และ CoC กล่าวคือ

5.1 GAP (Good Aquaculture Practice) เป็นมาตรฐานการเลี้ยงกุ้งแบบปลอดภัยปฏิชีวนะ โดยรับรองเฉพาะโรงเพาะฟักกับบ่อเลี้ยงกุ้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการระบบการเลี้ยงที่ดีสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ ในกรณีที่เกิดปัญหา มาตรฐาน GAP ประกาศใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2545 GAP เป็นระบบขั้นต้นที่เน้นการรับรองเรื่องสุขลักษณะฟาร์ม ที่ตั้งของห้องเก็บอาหาร ที่พักคนงานต้องถูกสุขลักษณะ และมีความสะอาด ผลผลิตที่ได้ต้องปราศจาก สารพิษและไม่ใช้ยาที่ห้ามใช้ ส่วนยาที่อนุญาตให้ใช้ได้จะต้องไม่ตกค้างในเนื้อกุ้ง หากการประเมินผลผ่านกรมประมงจะออกใบรับรองให้ โดยใบรับรองจะมีอายุ 1 ปี GAP ถือได้ว่าเป็นหลักเบื้องต้นในการที่จะสร้างความตื่นตัวและเตรียมความพร้อมให้แก่เกษตรกรในการพัฒนาฟาร์ม เพื่อเข้าสู่มาตรฐาน CoC ต่อไป

5.2 CoC (Code of Conduct) เป็นระบบการเลี้ยงดูแบบชีวภาพ ซึ่งเป็นระบบจัดการด้านการประมงที่กำหนดขึ้น โดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติตั้งแต่ปี 2541 การเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในด้านของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดพบว่าอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปของไทย มีความสามารถทางด้านการผลิตและการตลาดพอ ๆ กับประเทศคู่แข่ง ยกเว้นในส่วนของคุณภาพสินค้า รูปแบบสินค้า และการบรรจุหีบห่อที่ผู้ประกอบการเห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เห็นว่าข้อมูลด้านการตลาด การกำหนดราคา การบรรจุหีบห่อ การให้เครดิต และการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล มีความสำคัญมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา คือ การปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพสินค้า และการขนส่งสินค้า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณา และรูปแบบสินค้า

สำหรับแนวโน้มของการส่งออกกุ้งแปรรูปไปตลาดต่างประเทศ มีทั้งผู้ประกอบการที่เห็นว่าแนวโน้มจะดีขึ้น ขณะเดียวกันผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่าจะมีแนวโน้มที่เลวลง