

บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะแสดงถึงผลการศึกษา 4 ส่วน ได้แก่ โดยส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย และประเทศคู่แข่ง ส่วนที่สอง เป็นการพิจารณาถึงผลการวิเคราะห์ทางด้านต่างๆ ที่มีต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย และประเทศคู่แข่ง โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ส่วนที่สามเป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย และส่วนที่สี่ เป็นการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทยและค้นคว้าจากเอกสารข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติม

5.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

ในการศึกษาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องในงานศึกษาวิจัยนี้ จะใช้ข้อมูลการส่งออกสับประรดกระป๋อง (HS200820) ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 โดยจะทำการศึกษาค่า RCA ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศจีน และประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ประเทศไทย

ผลจากการคำนวณค่า RCA ของประเทศไทย พบว่าค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง นอกจากนี้ ค่า RCA โดยรวมในปี พ.ศ. 2543 – 2552 ของประเทศไทยยังเป็นค่าที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ

เมื่อพิจารณาในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2546 ค่า RCA มีค่าลดลงและเพิ่มขึ้นเป็น 38.87, 37.46, 37.93 และ 42.03 ตามลำดับ ในขณะที่ใน พ.ศ. 2546 – 2548 ค่า RCA มีแนวโน้มลดลงเป็น 42.03, 40.45 และ 38.45 ตามลำดับ และใน พ.ศ. 2548 – 2550 ค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง เป็น 38.45, 40.35 และ 41.39 ตามลำดับ หลังจากนั้นในปี 2550 – 2552 ค่า RCA ก็มีแนวโน้ม

ลดลงอีกครั้งหนึ่ง เป็น 41.39, 41.27 และ 36.95 ตามลำดับ จากสภาพการณ์ดังกล่าวสืบเนื่องจากการลดส่วนการส่งออกสับประครกระป๋องของไทยต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย เปรียบเทียบกับการส่งออกสับประครกระป๋องของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก ถ้ามีค่าเพิ่มขึ้นก็จะส่งผลให้ค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และถ้ามีค่าลดลง ก็จะส่งผลให้ค่า RCA มีแนวโน้มลดลง

2. ประเทศฟิลิปปินส์

จากตารางที่ 5.1 ค่า RCA ของประเทศฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศฟิลิปปินส์อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประครกระป๋อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 29.79, 33.27, 27.10, 25.98, 29.14, 34.38, 31.58, 36.21, 35.30 และ 45.94 ตามลำดับ

3. ประเทศอินโดนีเซีย

จากตารางที่ 5.1 ค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประครกระป๋อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 12.14, 13.12, 16.10, 13.44, 13.98, 15.69, 13.89, 7.59, 16.00 และ 12.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.1 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมสับประครกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2543 – 2552

ปี	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	จีน	มาเลเซีย
2543	38.87	29.79	12.14	0.50	1.10
2544	37.46	33.27	13.12	0.49	1.00
2545	37.93	27.10	16.10	0.66	1.16
2546	42.03	25.98	13.44	0.71	1.90
2547	40.45	29.14	13.98	0.80	1.30
2548	38.45	34.38	15.69	0.63	1.00
2549	40.35	31.58	13.89	0.49	0.91
2550	41.39	36.21	7.59	0.57	1.16
2551	41.27	35.30	16.00	0.56	0.63
2552	36.95	45.94	12.62	0.45	0.70

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 5.2 มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลก ปี พ.ศ. 2543 - 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		อินโดนีเซีย		จีน		มาเลเซีย		อื่นๆ		โลก
	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	มูลค่า	ร้อยละ อัตราการ ขยายตัว	
2543	212,952,629		90,702,330		60,283,751		9,942,517		8,601,209		88,406,861		470,889,297
2544	206,494,988	-0.03	90,843,122	0.00	62,741,712	0.04	11,096,666	0.12	7,468,221	-0.13	102,532,946	0.16	481,177,655
2545	224,321,607	0.09	81,979,455	-0.10	79,352,348	0.26	18,588,659	0.68	9,371,380	0.25	101,929,743	-0.01	515,543,192
2546	281,118,962	0.25	78,086,384	-0.05	68,362,780	-0.14	25,898,473	0.39	15,863,904	0.69	111,076,524	0.09	580,407,027
2547	302,106,102	0.07	88,730,389	0.14	77,004,908	0.13	36,682,201	0.42	12,615,549	-0.20	132,116,860	0.19	649,256,009
เฉลี่ย 2543-2547	245,398,858	-0.19	86,068,336	-0.03	69,549,100	-0.10	20,441,703	-0.44	10,784,053	-0.15	107,212,587	-0.19	539,454,636
2548	328,096,690	0.34	109,525,087	0.27	104,421,729	0.50	37,037,481	0.81	10,988,903	0.02	145,176,623	0.35	735,246,513
2549	378,631,059	0.15	107,547,439	-0.02	100,553,972	-0.04	34,252,080	-0.08	10,470,698	-0.05	149,234,474	0.03	780,689,722
2550	452,256,205	0.19	122,422,736	0.14	57,989,207	-0.42	46,865,735	0.37	13,688,847	0.31	149,245,160	0.00	842,467,890
2551	570,891,600	0.26	134,746,919	0.10	170,496,076	1.94	62,605,581	0.34	9,734,094	-0.29	160,953,126	0.08	1,109,427,396
2552	437,576,991	-0.23	137,393,292	0.02	114,686,418	-0.33	42,298,960	-0.32	8,580,494	-0.12	131,831,574	-0.18	872,367,729
เฉลี่ย 2548-2552	433,490,509		122,327,095		109,629,480		44,611,967		10,692,607		147,288,191		868,039,850

ที่มา : World Trade Atlas

ตารางที่ 5.3 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2543 - 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	จีน	มาเลเซีย	อื่นๆ	โลก
2543	68,527,586,568	38,078,249,794	62,124,016,182	249,239,664,195	98,157,673,609	5,373,788,401,532	5,889,915,591,880
2544	64,908,669,878	32,150,505,909	56,320,904,904	266,403,102,578	88,201,682,234	5,158,089,252,876	5,666,074,118,379
2545	68,593,501,318	35,085,297,567	57,158,771,616	325,642,067,334	93,370,380,710	5,400,330,046,233	5,980,180,064,778
2546	80,252,559,804	36,060,515,012	61,058,246,995	438,472,556,679	100,112,676,508	6,248,880,042,437	6,964,836,597,435
2547	97,098,100,474	39,587,585,717	71,584,608,736	593,647,174,142	126,645,522,044	7,511,731,831,776	8,440,294,822,889
เฉลี่ย 2543-2547	75,876,083,608	36,192,430,800	61,649,309,687	374,680,912,986	101,297,587,021	5,938,563,914,971	6,588,260,239,072
2548	109,848,385,850	41,007,485,059	85,659,952,615	762,326,759,874	141,626,380,075	8,324,971,345,327	9,465,440,308,800
2549	130,621,054,480	47,410,117,340	100,798,624,280	969,323,615,439	160,835,341,506	9,459,012,818,455	10,868,001,571,500
2550	163,118,859,248	50,465,723,919	114,100,890,751	1,218,155,477,350	176,064,789,633	10,853,409,714,599	12,575,315,455,500
2551	177,846,084,868	49,077,540,509	137,020,424,402	1,428,869,189,120	199,655,910,472	12,269,555,844,329	14,262,024,993,700
2552	151,793,259,854	38,334,655,531	116,510,026,081	1,202,047,365,320	157,527,152,118	9,516,191,433,096	11,182,403,892,000
เฉลี่ย 2548-2552	146,645,528,860	45,259,104,472	110,817,983,626	1,116,144,481,421	167,141,914,761	10,084,628,231,161	11,670,637,244,300

ที่มา : World Trade Atlas

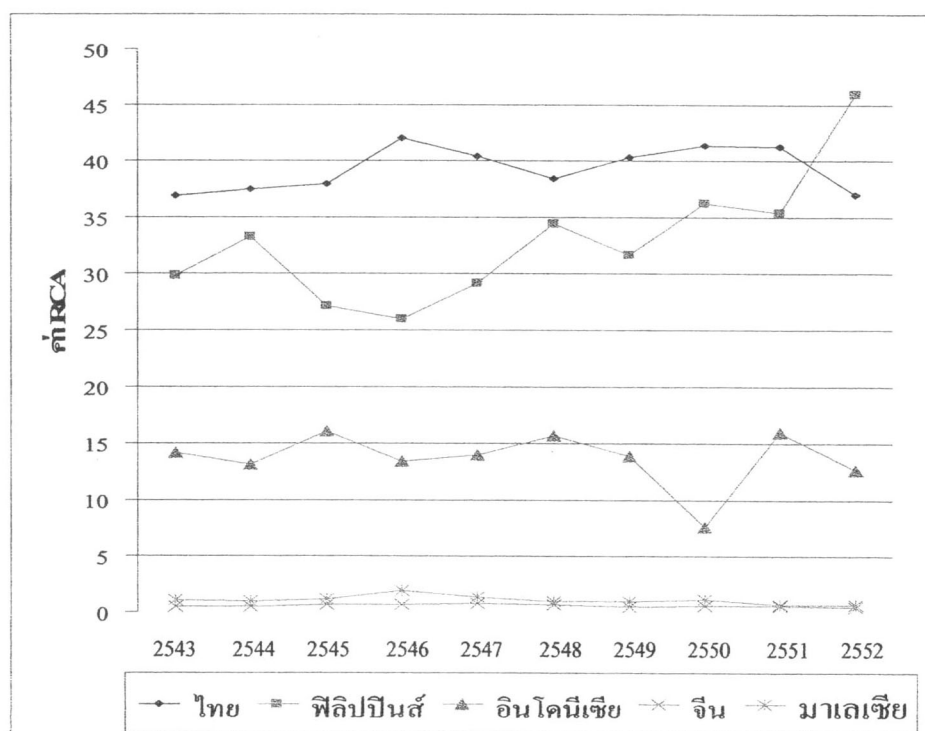
4. ประเทศจีน

จากตารางที่ 5.1 ค่า RCA ของประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศจีนอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประคระป่อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 0.50, 0.49, 0.66, 0.71, 0.80, 0.63, 0.49, 0.57, 0.56 และ 0.45 ตามลำดับ

5. ประเทศมาเลเซีย

จากตารางที่ 5.1 ค่า RCA ของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าในปี 2543 ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประคระป่อง โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.10 หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2548 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA เท่ากับ 1 นั่นคือ ในปีดังกล่าว ประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการส่งออกสับประคระป่อง สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2547 และในปี พ.ศ. 2550 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 แสดงให้เห็นถึงในช่วงปีดังกล่าว ขณะนั้น ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประคระป่อง โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.16, 1.90, 1.30 และ 1.16 ตามลำดับ และสำหรับปี พ.ศ. 2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2551 – 2552 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ที่น้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าในช่วงนี้ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประคระป่อง

ภาพที่ 5.1 ค่า RCA ของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และมาเลเซีย ปี 2543 – 2552



5.2 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS)

ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) ของสับปะรดกระป๋อง โดยจะทำการวิเคราะห์ในตลาดประเทศคู่ค้า คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศสเปน ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเยอรมัน และประเทศแคนาดา ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับช่วงเวลาปี พ.ศ. 2548 – 2552

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) จะเป็นการวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออก สับปะรดกระป๋องของไทย โดยพิจารณาปัจจัยแยกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ผลการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ มีผลวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548 -2552

จากตารางที่ 5.4 พบว่า มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเฉลี่ยได้เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 245,398,858 ดอลลาร์ เป็นมูลค่า 433,490,509 ดอลลาร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 โดยตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษ ซึ่งประเทศไทยสามารถส่งออกได้สูงสุด 3 อันดับแรกในช่วงปี 2543 -2547 คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน และประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย ได้ร้อยละ 24.37 ร้อยละ 9.84 และร้อยละ 8.4 ตามลำดับ ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 พบว่าตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศไทยสามารถส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน และประเทศเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศไทยได้ร้อยละ 26.65 ร้อยละ 7.34 และร้อยละ 5.83 ตามลำดับ

สำหรับผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 คิดเป็นมูลค่าได้เท่ากับ 188,091,651.40 ดอลลาร์ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสืบเนื่องจากผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 149,472,444.16 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market effect) มีมูลค่าเท่ากับ -3,077,303.42 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่า มูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 3,077,303.42 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องประมาณร้อยละ 40 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งกลุ่มประเทศเหล่านี้

มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้าสับประคระป่องน้อยกว่าประเทศสเปน โดยที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประคระป่องของโลกเท่ากับ 0.5942, 0.2941, 0.0325 และ 0.4094 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประคระป่องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศไทยมีการส่งออก ไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบการส่งออกสับประคระป่องทั้งหมดของประเทศไทยเพียงร้อยละ 2.48 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และร้อยละ 3.19 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 เท่านั้น

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับประคระป่องของ ไทยลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ 41,696,510.65 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประคระป่อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับประคระป่องของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากปัจจัยอื่นๆ มีเพียงผลจากการกระจายตัวของตลาดที่มีค่าเป็นลบ แต่ก็ยังมีค่าน้อยกว่าผลทั้งสองที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้มูลค่าการส่งออกสับประคระป่องเพิ่มขึ้น

2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับประคระป่องของประเทศฟิลิปปินส์ ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548 – 2552

จากตารางที่ 5.5 พบว่ามูลค่าการส่งออกสับประคระป่องเฉลี่ยได้เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 86,068,336 ดอลลาร์ เป็นมูลค่า 122,327,095 ดอลลาร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 โดยตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศฟิลิปปินส์สามารถส่งออกได้สูงสุด 3 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสเปน คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสับประคระป่องทั้งหมดของประเทศฟิลิปปินส์ ได้ร้อยละ 65.51 ร้อยละ 5.16 และร้อยละ 3.05 ตามลำดับ ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 พบว่าตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศฟิลิปปินส์ สามารถส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และประเทศแคนาดา คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสับประคระป่องของประเทศฟิลิปปินส์ได้ร้อยละ 61.73 ร้อยละ 3.27 และร้อยละ 3.14 ตามลำดับ

สำหรับผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 คิดเป็นมูลค่าได้เท่ากับ 36,258,758.60 ดอลลาร์ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สืบเนื่องจากผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 52,424,223.46 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -404,071.94 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่า มูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 404,071.94 ดอลลาร์ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศฟิลิปปินส์ส่งออกสับปะรดกระป๋อง ประมาณเกือบร้อยละ 70 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดของโลก เท่ากับ 0.5942 ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลก เท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศฟิลิปปินส์มีการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนที่มี สัดส่วนของการส่งออกสับปะรดกระป๋อง เมื่อเทียบกับการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของ ฟิลิปปินส์ โดยในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และปี พ.ศ. 2548 – 2552 คิดเป็นร้อยละ 3.05 และร้อยละ 2.21 เท่านั้น

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของประเทศฟิลิปปินส์ลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่น หรือผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ -15,761,392.91 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศฟิลิปปินส์สูญเสียความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการ ขยายตัวของตลาดโลก ในขณะที่ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นลบ แต่เมื่อนำผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ มารวมกันแล้ว พบว่า มีค่าน้อยกว่า ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก นั่นคือ มีเพียงผลจากการขยายตัวของตลาดโลกเท่านั้นที่ส่งผลให้ มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้น

3. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศ อินโดนีเซีย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548 – 2552

จากตารางที่ 5.6 พบว่ามูลค่าการส่งออกสับประคระป๋องเฉลี่ยได้เพิ่มขึ้น จากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 69,549,100 ดอลลาร์ เป็นมูลค่า 109,629,480 ดอลลาร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 โดยตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษานี้ ซึ่งประเทศอินโดนีเซียสามารถส่งออกได้สูงสุด 3 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน และประเทศ เนเธอร์แลนด์ คิดเป็นสัดส่วนเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสับประคระป๋องทั้งหมดของประเทศ อินโดนีเซีย คิดได้ร้อยละ 33.04 ร้อยละ 14.85 และร้อยละ 9.28 ตามลำดับ ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 พบว่าตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษานี้ ซึ่งประเทศอินโดนีเซียสามารถส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสเปน และประเทศเยอรมัน คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการ ส่งออกสับประคระป๋องของประเทศอินโดนีเซียได้ร้อยละ 27.25 ร้อยละ 14.63 และร้อยละ 10.72 ตามลำดับ

สำหรับผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 คิดเป็นมูลค่าได้เท่ากับ 40,080,380.60 ดอลลาร์ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สืบเนื่องจากผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 42,362,356.69 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับประค ระป๋องของประเทศอินโดนีเซียขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -1,478,503.32 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่า มูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 1,478,503.32 ดอลลาร์ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียส่งออกสับประคระป๋องประมาณร้อยละ 50 ไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศเยอรมัน โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัว ของการส่งออกสับประคระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 ประเทศเนเธอร์แลนด์มีอัตราการขยายตัว ของการส่งออกสับประคระป๋องของโลกเท่ากับ 0.4094 และประเทศเยอรมันมีอัตราการขยายตัว การส่งออกสับประคระป๋องของโลก 0.2941 ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของการ ส่งออกสับประคระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศอินโดนีเซีย มีการส่งออกสับประค ระป๋องไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบกับการส่งออกสับประคระป๋องทั้งหมดของประเทศ อินโดนีเซียเท่ากับร้อยละ 5.35 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และร้อยละ 14.63 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 และเมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสับประคระป๋องของประเทศ อินโดนีเซียไปยังประเทศแคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศ สเปน พบว่า สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสับประคระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยัง ประเทศแคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศสเปน ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2547 คิดเป็นร้อยละ 0.64 ร้อยละ 14.85 ร้อยละ 7.22 ร้อยละ 9.28 ร้อยละ 2.25 และ

ร้อยละ 5.35 ตามลำดับ ในขณะที่เมื่อทำการพิจารณาในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 พบว่า ลดลงจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศแคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศสเปน คิดเป็นร้อยละ 0.16 ร้อยละ 10.72 ร้อยละ 4.89 ร้อยละ 7.25 ร้อยละ 1.90 และร้อยละ 14.63 ตามลำดับ

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลจากการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ -803,472.76 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียสูญเสียความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ในขณะที่ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นลบ แต่เมื่อนำผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มารวมกันแล้วพบว่า มีค่าน้อยกว่าผลจากการขยายตัวของโลก นั่นคือ มีเพียงผลจากการขยายตัวของตลาดโลกเท่านั้นที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้น

4. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศจีน ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552

จากตารางที่ 5.7 พบว่ามูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเฉลี่ยได้เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 20,441,703 ดอลลาร์ เป็นมูลค่า 44,611,967 ดอลลาร์ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 โดยตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศจีนสามารถส่งออกได้สูงสุด 3 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศเยอรมัน คิดเป็นสัดส่วนเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 37.03 ร้อยละ 15.33 และร้อยละ 2.97 ตามลำดับ ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 พบว่า ตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศจีนสามารถส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศเยอรมัน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ร้อยละ 9.69 และร้อยละ 2.22 ตามลำดับ

สำหรับผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548 -2552 คิดเป็นมูลค่าได้เท่ากับ 24,198,422.01 ดอลลาร์ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสืบเนื่องจากผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 12,451,041.42 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 747,085.99 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่ามูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 747,085.99 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศจีนส่งออกสับปะรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 55 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 สหราชอาณาจักรมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.2957 ในขณะที่ประเทศสเปนมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศจีนมีสัดส่วนการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบกับการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศจีนเท่ากับร้อยละ 0.16 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และร้อยละ 0.38 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552

สรุป ผลของการกระจายตัวของตลาด มีผลทำให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 11,000,294.61 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการขยายตัวของโลก ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นบวก นั่นคือ ปัจจัยทุกประเภทย่อมมีผลต่อการทำให้มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

5. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศมาเลเซีย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552

จากตารางที่ 5.8 พบว่ามูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเฉลี่ยได้ลดลงจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 10,784,053 ดอลลาร์ เป็นมูลค่า 10,692,607 ดอลลาร์ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 โดยตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศมาเลเซียสามารถส่งออกได้สูงสุด 3 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และ สหราชอาณาจักร คิดเป็นสัดส่วนเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 26.33 ร้อยละ 22.49 และร้อยละ 8.29 ตามลำดับ ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2548

– 2552 พบว่า ตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ซึ่งประเทศมาเลเซียสามารถส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 36.65 ร้อยละ 20.98 และร้อยละ 2.89 ตามลำดับ

สำหรับผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548 -2552 คิดเป็นมูลค่าได้เท่ากับ -37,810.97 ดอลลาร์ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สืบเนื่องจากผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 6,568,566.44 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศมาเลเซียขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -729,243.15 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ประเทศมาเลเซียส่งออกสับปะรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 50 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น และในช่วงปี พ.ศ. 2548 -2552 ประเทศมาเลเซียส่งออกสับปะรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 60 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 และประเทศญี่ปุ่น มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.0325 ในขณะที่ประเทศสเปนมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศมาเลเซียมีสัดส่วนการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดของประเทศมาเลเซียเท่ากับร้อยละ 0.85 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และร้อยละ 1.24 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552

สรุป ผลของการกระจายตัวของตลาด มีผลทำให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศมาเลเซียลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -5,877,134.26 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศไม่สามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศมาเลเซียสูญเสียความสามารถในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าลดลง เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการกระจายตัวของตลาด ผลจากปัจจัยอื่นๆ ที่มีค่าติดลบ ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วมีมากกว่าผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งมีค่าเป็นบวก



ตารางที่ 5.4 มูลค่าการส่งออกกับประเทศไทยไปยังตลาดนำเข้าที่ทำการศีกษา ปี พ.ศ. 2543 – 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	แคนาดา		เยอรมัน		ญี่ปุ่น		เนเธอร์แลนด์		สเปน		สหราชอาณาจักร		สหรัฐอเมริกา		อื่นๆ		รวม
2543	8,825,103	(4.14)	24,800,866	(11.65)	20,954,245	(9.84)	18,172,969	(8.53)	6,115,466	(2.87)	11,082,776	(5.20)	47,118,132	(22.13)	75,883,072	(35.63)	212,952,629
2544	9,915,685	(4.80)	23,113,439	(11.19)	20,928,842	(10.14)	13,449,068	(6.51)	4,806,785	(2.33)	9,391,378	(4.55)	46,072,834	(22.31)	78,816,957	(38.17)	206,494,988
2545	12,162,131	(5.42)	22,640,881	(10.09)	20,538,532	(9.16)	11,443,773	(5.10)	5,296,079	(2.36)	9,931,936	(4.43)	54,532,949	(24.31)	87,775,326	(39.13)	224,321,607
2546	11,949,435	(4.25)	26,178,468	(9.31)	18,914,538	(6.73)	16,782,207	(5.97)	7,223,145	(2.57)	10,330,761	(3.67)	69,463,716	(24.71)	120,276,692	(42.78)	281,118,962
2547	12,642,966	(4.18)	24,002,859	(7.95)	21,741,094	(7.20)	23,993,572	(7.94)	7,018,984	(2.32)	12,264,983	(4.06)	81,799,487	(27.08)	118,642,157	(39.27)	302,106,102
เฉลี่ย																	
2543-2547	11,099,064	(4.52)	24,147,303	(9.84)	20,615,450	(8.40)	16,768,318	(6.83)	6,092,092	(2.48)	10,600,367	(4.32)	59,797,424	(24.37)	96,278,841	(39.23)	245,398,858
2548	13,001,232	(3.96)	17,769,812	(5.42)	24,255,223	(7.39)	23,866,237	(7.27)	5,892,422	(1.80)	11,975,194	(3.65)	95,075,709	(28.98)	136,260,861	(41.53)	328,096,690
2549	10,198,780	(2.69)	30,307,617	(8.00)	20,902,505	(5.52)	21,460,425	(5.67)	9,150,802	(2.42)	16,652,454	(4.40)	98,408,979	(25.99)	171,549,497	(45.31)	378,631,059
2550	10,996,200	(2.43)	38,222,849	(8.45)	22,084,174	(4.88)	24,535,841	(5.43)	15,518,080	(3.43)	15,275,102	(3.38)	114,973,743	(25.42)	210,650,216	(46.58)	452,256,205
2551	12,540,055	(2.20)	45,156,223	(7.91)	23,549,155	(4.12)	29,289,908	(5.13)	25,261,647	(4.42)	18,236,720	(3.19)	132,233,821	(23.16)	284,624,071	(49.86)	570,891,600
2552	15,469,716	(3.54)	27,690,822	(6.33)	20,022,488	(4.58)	27,271,202	(6.23)	13,338,219	(3.05)	17,034,504	(3.89)	137,032,833	(31.32)	179,717,207	(41.07)	437,576,991
เฉลี่ย																	
2548-2552	12,441,197	(2.87)	31,829,465	(7.34)	22,162,709	(5.11)	25,284,723	(5.83)	13,832,234	(3.19)	15,834,795	(3.65)	115,545,017	(26.65)	196,560,370	(45.34)	433,490,509

ที่มา : World Trade Atlas

หมายเหตุ : ตัวเลขวงเล็บ หมายถึง ร้อยละของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดที่ทำการศีกษา

ตารางที่ 5.5 มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2543 - 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	แคนาดา	เยอรมัน	ญี่ปุ่น	เนเธอร์แลนด์	สเปน	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา		อื่นๆ	รวม
2543	3,371,383 (3.72)	2,076,717 (2.29)	5,707,295 (6.29)	2,248,953 (2.48)	2,348,024 (2.59)	1,386,390 (1.53)	59,546,953 (65.65)		14,016,615 (15.45)	90,702,330
2544	3,370,912 (3.71)	2,330,020 (2.56)	5,029,573 (5.54)	1,876,502 (2.07)	2,138,536 (2.35)	994,431 (1.09)	58,425,849 (64.32)		16,677,299 (18.36)	90,843,122
2545	2,378,839 (2.90)	1,955,602 (2.39)	3,942,645 (4.81)	1,119,465 (1.37)	2,721,352 (3.32)	1,358,557 (1.66)	54,343,888 (66.29)		14,159,107 (17.27)	81,979,455
2546	1,180,476 (1.51)	2,624,997 (3.36)	3,464,952 (4.44)	913,644 (1.17)	2,412,235 (3.09)	1,352,335 (1.73)	52,913,261 (67.76)		13,224,484 (16.94)	78,086,384
2547	1,702,124 (1.92)	2,117,007 (2.39)	4,064,978 (4.58)	1,495,469 (1.69)	3,497,469 (3.94)	1,516,464 (1.71)	56,668,158 (63.87)		17,668,720 (19.91)	88,730,389
เฉลี่ย 2543-2547	2,400,747 (2.79)	2,220,869 (2.58)	4,441,889 (5.16)	1,530,807 (1.78)	2,623,523 (3.05)	1,321,635 (1.54)	56,379,622 (65.51)		15,149,245 (17.60)	86,068,336
2548	2,077,358 (1.90)	2,729,051 (2.49)	3,885,676 (3.55)	2,151,341 (1.96)	5,945,398 (5.43)	3,133,764 (2.86)	67,039,854 (61.21)		22,562,645 (20.60)	109,525,087
2549	2,968,770 (2.76)	1,029,930 (0.96)	3,310,791 (3.08)	3,073,016 (2.86)	1,808,349 (1.68)	3,099,238 (2.88)	70,608,463 (65.65)		21,648,882 (20.13)	107,547,439
2550	5,264,688 (4.30)	1,105,433 (0.90)	4,065,439 (3.32)	4,842,249 (3.96)	1,749,346 (1.43)	2,061,581 (1.68)	76,501,879 (62.49)		26,832,121 (21.92)	122,422,736
2551	4,754,774 (3.53)	739,779 (0.55)	4,801,532 (3.56)	3,615,187 (2.68)	2,758,928 (2.05)	2,993,330 (2.22)	79,310,285 (58.86)		35,773,104 (26.55)	134,746,919
2552	4,167,399 (3.03)	1,492,019 (1.09)	3,962,630 (2.88)	3,672,825 (2.67)	1,236,280 (0.90)	3,854,505 (2.81)	84,091,635 (61.21)		34,915,999 (25.41)	137,393,292
เฉลี่ย 2548-2552	3,846,598 (3.14)	1,419,242 (1.16)	4,005,214 (3.27)	3,470,924 (2.84)	2,699,660 (2.21)	3,028,484 (2.48)	75,510,423 (61.73)		28,346,550 (23.17)	122,327,095

ที่มา : World Trade Atlas

หมายเหตุ : ตัวเลขวงเล็บ หมายถึง ร้อยละของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังตลาดที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 5.6 มูลค่าการส่งออกกลับประเทศกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปยังตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2543 – 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	แคนาดา	เยอรมัน	ญี่ปุ่น	เนเธอร์แลนด์	สเปน	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	รวม
2543	306,732 (0.510)	8,028,332 (13.32)	4,798,757 (7.96)	5,396,029 (8.95)	1,335,773 (2.22)	1,375,650 (2.28)	21,401,560 (35.50)	17,640,918 (29.26)	60,283,751
2544	679,513 (1.08)	9,629,837 (15.35)	4,765,520 (7.60)	4,853,633 (7.74)	1,559,018 (2.48)	1,560,880 (2.49)	19,760,409 (31.49)	19,932,902 (31.77)	62,741,712
2545	865,651 (1.09)	15,411,819 (19.42)	5,871,654 (7.40)	7,385,384 (9.31)	3,710,843 (4.68)	1,832,259 (2.31)	26,140,952 (32.94)	18,133,786 (22.85)	79,352,348
2546	285,885 (0.42)	8,506,342 (12.44)	5,197,300 (7.60)	6,825,038 (9.98)	4,121,298 (6.03)	1,732,058 (2.53)	24,579,749 (35.95)	17,115,110 (25.04)	68,362,780
2547	80,879 (0.11)	10,070,249 (13.08)	4,458,107 (5.79)	7,804,699 (10.14)	7,890,783 (10.25)	1,338,247 (1.74)	23,015,425 (29.89)	22,346,519 (29.02)	77,004,908
เฉลี่ย 2543-2547	443,732 (0.64)	10,329,316 (14.85)	5,018,268 (7.22)	6,452,957 (9.28)	3,723,543 (5.35)	1,567,819 (2.25)	22,979,619 (33.04)	19,033,847 (27.37)	69,549,100
2548	344,466 (0.33)	12,517,638 (11.99)	5,522,494 (5.29)	12,099,213 (11.59)	14,146,960 (13.55)	1,883,596 (1.80)	24,887,464 (23.83)	33,019,898 (31.62)	104,421,729
2549	73,952 (0.07)	11,094,429 (11.03)	4,786,930 (4.76)	8,978,639 (8.93)	13,022,845 (12.95)	1,851,388 (1.84)	25,372,108 (25.23)	35,373,681 (35.18)	100,553,972
2550	65,346 (0.11)	5,730,058 (9.88)	4,189,846 (7.23)	2,360,722 (4.07)	8,026,048 (13.84)	691,120 (1.19)	15,460,708 (26.66)	21,465,359 (37.02)	57,989,207
2551	110,250 (0.06)	17,365,298 (10.19)	6,814,295 (4.00)	9,635,556 (5.65)	29,372,754 (17.23)	3,455,805 (2.03)	45,098,192 (26.45)	58,643,926 (34.40)	170,496,076
2552	281,440 (0.25)	12,074,415 (10.53)	5,496,384 (4.79)	6,672,933 (5.82)	15,629,199 (13.63)	2,526,108 (2.20)	38,539,593 (33.60)	33,466,346 (29.18)	114,686,418
เฉลี่ย 2548-2552	175,091 (0.16)	11,756,368 (10.72)	5,361,990 (4.89)	7,949,413 (7.25)	16,039,561 (14.63)	2,081,603 (1.90)	29,871,613 (27.25)	36,393,842 (33.20)	109,629,480

ที่มา : World Trade Atlas

หมายเหตุ : ตัวเลขวงเล็บ หมายถึง ร้อยละของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของประเทศอินโดนีเซียไปยังตลาดที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 5.7 มูลค่าการส่งออกกับประเทศกระป๋องของประเทศจีนไปยังตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2543 - 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	แคนาดา	เยอรมัน	ญี่ปุ่น	เม็กซิโก	สเปน	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา		รวม
							สหรัฐอเมริกากลาง	อื่นๆ	
2543	8,895	246,245	120,302	242,079	17,352	1,537,936	3,894,753	3,874,955	9,942,517
2544	17,413	240,835	85,786	140,421	34,000	2,209,433	3,946,202	4,422,576	11,096,666
2545	24,528	602,360	56,422	270,963	4,773	2,450,735	7,935,921	7,242,957	18,588,659
2546	25,552	717,381	35,520	265,567	na	3,767,200	11,400,218	9,687,035	25,898,473
2547	365,707	1,234,709	417,218	957,844	74,638	5,713,188	10,686,603	17,232,294	36,682,201
เฉลี่ย 2543-2547	88,419	608,306	143,050	375,375	32,691	3,135,698	7,572,739	8,491,963	20,441,703
2548	735,433	138,272	386,212	393,384	101,477	5,013,522	15,261,675	15,007,506	37,037,481
2549	484,598	65,738	190,801	183,996	70,660	5,199,467	15,206,200	12,850,620	34,252,080
2550	225,275	3,547,320	119,248	344,643	424,846	3,342,995	20,783,559	18,077,849	46,865,735
2551	462,025	729,984	77,306	777,813	232,581	5,394,522	27,934,064	26,997,286	62,605,581
2552	457,101	465,348	na	705,127	23,700	2,690,782	20,171,208	17,785,694	42,298,960
เฉลี่ย 2548-2552	472,886	989,332	193,392	480,993	170,653	4,328,258	19,871,341	18,143,791	44,611,967

ที่มา : World Trade Atlas

หมายเหตุ : ตัวเลขเฉลี่ย หมายถึง ร้อยละของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของประเทศจีนไปยังตลาดที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 5.8 มูลค่าการส่งออกกับประการป้องกันของประเทศไทยไปยังตลาดนำเข้าที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2543 - 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	แคนาดา		เยอรมัน		ญี่ปุ่น		เนเธอร์แลนด์		สเปน		สหราชอาณาจักร		สหรัฐอเมริกา		อื่นๆ		รวม
2543	na	na	133,357	(1.55)	1,981,974	(23.04)	297,128	(3.45)	44,877	(0.52)	1,360,932	(15.82)	1,881,747	(21.88)	2,901,194	(33.73)	8,601,209
2544	na	na	167,882	(2.25)	1,946,365	(26.06)	220,957	(2.96)	52,473	(0.70)	469,268	(6.28)	2,249,823	(30.13)	2,361,453	(31.62)	7,468,221
2545	na	na	180,854	(1.93)	1,981,808	(21.15)	201,195	(2.15)	84,877	(0.91)	599,700	(6.40)	2,327,821	(24.84)	3,995,125	(42.63)	9,371,380
2546	2534	(0.02)	361,560	(2.28)	3,654,918	(23.04)	356,143	(2.24)	185,729	(1.17)	1,380,432	(8.70)	4,482,404	(28.26)	5,440,184	(34.29)	15,863,904
2547	14972	(0.12)	135,445	(1.07)	2,568,232	(20.36)	246,124	(1.95)	91,678	(0.73)	660,852	(5.24)	3,208,767	(25.44)	5,689,479	(45.10)	12,615,549
เฉลี่ย 2543-2547	8,753	(0.08)	195,820	(1.81)	2,426,659	(22.49)	264,309	(2.45)	91,927	(0.85)	894,237	(8.29)	2,830,112	(26.23)	4,077,487	(37.79)	10,784,053
2548	29974	(0.27)	132,214	(1.20)	2,351,909	(21.40)	176,732	(1.61)	124,007	(1.13)	632,480	(5.76)	3,248,695	(29.56)	4,292,892	(39.07)	10,988,903
2549	31118	(0.30)	160,734	(1.54)	2,205,508	(21.06)	94,607	(0.90)	99,265	(0.95)	284,632	(2.72)	3,418,512	(32.65)	4,176,322	(39.89)	10,470,698
2550	34833	(0.25)	222,729	(1.63)	2,433,895	(17.78)	183,248	(1.34)	132,728	(0.97)	238,084	(1.74)	6,470,034	(47.27)	3,973,296	(29.03)	13,688,847
2551	29859	(0.31)	318,975	(3.28)	2,157,895	(22.17)	305,965	(3.14)	140,842	(1.45)	86,506	(0.89)	3,538,894	(36.36)	3,155,158	(32.41)	9,734,094
2552	42806	(0.50)	235,233	(2.74)	2,134,719	(24.88)	61,689	(0.72)	167,859	(1.96)	na	na	3,029,747	(35.31)	2,908,441	(33.90)	8,580,494
เฉลี่ย 2548-2552	33,718	(0.31)	213,977	(1.99)	2,256,785	(20.98)	164,448	(1.53)	132,940	(1.24)	310,426	(2.89)	3,941,176	(36.65)	3,701,222	(34.41)	10,692,607

ที่มา : World Trade Atlas

หมายเหตุ : ตัวเลขวงเล็บ หมายถึง ร้อยละของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 5.9 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องอันเนื่องมาจากผลกระทบด้านต่างๆ
คำนวณโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ของประเทศผู้ส่งออกที่
ทำการศึกษาในช่วงปีที่เปรียบเทียบ ระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2547 กับปี พ.ศ. 2548 –
2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐฯ

ประเทศ ผู้ส่งออก	การเปลี่ยนแปลง มูลค่าการส่งออก	ผลจากการขยาย ตัวของตลาดโลก	ผลจากการกระจาย ตัวของตลาด	ผลจาก ปัจจัยอื่นๆ
ไทย	188,091,651.40	149,472,444.16	-3,077,303.42	41,696,510.65
ฟิลิปปินส์	36,258,758.60	52,424,223.46	-404,071.94	-15,761,392.91
อินโดนีเซีย	40,080,380.60	42,362,356.69	-1,478,503.32	-803,472.76
จีน	24,198,422.01	12,451,041.42	747,085.99	11,000,294.61
มาเลเซีย	-37,810.97	6,568,566.44	-729,243.15	-5,877,134.26

5.3 การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของไทย

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง
ของไทย ปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาจะประกอบไปด้วย สภาพะปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor
Condition) สภาพะอุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง
ในประเทศ (Supporting and Related Industries) กลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันใน
ประเทศของธุรกิจ (firm Strategy Structure and Rivalry) เหตุสุควิสัย (Chance) และรัฐบาล
(Government) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพะปัจจัยการผลิตในประเทศ

การวิเคราะห์สภาพะปัจจัยการผลิตในประเทศจะทำการพิจารณาจากวัตถุดิบหลักๆ
ได้แก่ ปริมาณผลผลิตของสับปะรด พื้นที่เก็บเกี่ยวสับปะรด ผลผลิตต่อเฮกตาร์ ราคาสับปะรด
ปริมาณแรงงาน อัตราค่าจ้าง และระบบโครงสร้างพื้นฐาน

พื้นที่เก็บเกี่ยวสับปะรด ผลผลิตสับปะรด และผลผลิตต่อเฮกตาร์

จากตารางที่ 5.10 เมื่อทำการพิจารณาเนื้อที่เก็บเกี่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2552
พบว่า ประเทศไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับปะรดมากที่สุด แสดงว่าในด้านของเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับปะรด
นั้น ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศฟิลิปปินส์

ในด้านของผลผลิตพบว่า ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2550 รองลงมาประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน และประเทศมาเลเซีย ต่อมาในปี พ.ศ. 2551 – 2552 กลับพบว่า ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตที่มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีปริมาณผลผลิตที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศฟิลิปปินส์มีผลผลิตสูงที่สุด นั่นคือในด้านผลผลิต ประเทศฟิลิปปินส์อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าประเทศจีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย

ในด้านของผลผลิตต่อเฮกตาร์ พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีผลผลิตต่อเฮกตาร์สูงที่สุด นั่นคือ ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบมากกว่าประเทศจีน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และประเทศไทย

ราคาสับปะรด

จากตารางที่ 5.11 เมื่อทำการพิจารณาราคาสับปะรดสด ในปี พ.ศ. 2552 พบว่า ประเทศฟิลิปปินส์มีราคาสับปะรดที่ถูกที่สุด แสดงว่า ในด้านของราคาสับปะรดสด ประเทศฟิลิปปินส์อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด สำหรับประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมาคือ ประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ปริมาณแรงงาน

แรงงานที่ใช้ในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือก็สามารถที่จะทำการผลิตได้ ทั้งนี้ เนื่องจากแรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถที่จะเรียนรู้และเข้ารับการฝึกอบรมก็สามารถที่จะทำได้ ทั้งนี้ เนื่องจากแรงงานจะเข้าไปในขบวนการผลิตในขั้นตอนของการคัดแยกคุณภาพของสับปะรดมากที่สุด นั่นคือ ขอเพียงแค่ให้แรงงานมีความรู้ในการคัดแยกสับปะรดก็สามารถทำงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้ ดังนั้น การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันจึงทำการวิเคราะห์จากปริมาณแรงงานทั้งหมด ซึ่งจากตารางที่ 5.12 พบว่าประเทศจีนอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของปริมาณแรงงานมากที่สุด โดยที่ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมาตามลำดับ

อัตราค่าจ้างแรงงาน

จากตารางที่ 5.13 แสดงถึง อัตราค่าจ้างของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2550-2551 ซึ่งเมื่อพิจารณาจะพบว่า ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีอัตราค่าจ้างที่ต่ำที่สุด ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์และมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมาตามลำดับ นั่นคืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยค่อนข้างที่จะต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตในส่วน of ต้นทุนค่าแรงงานพอสมควร

ระบบโครงสร้างพื้นฐาน

ในการศึกษาระบบโครงสร้างพื้นฐาน จะทำการศึกษาจากการจัดอันดับของความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ดังแสดงในตารางที่ 5.14 พบว่าประเทศมาเลเซียได้รับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานสูงที่สุดสำหรับประเทศที่ได้รับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันที่สูงรองลงมาคือ ประเทศจีน และประเทศไทย ตามลำดับ

ตารางที่ 5.10 พื้นที่เก็บเกี่ยวสับปะรด ผลผลิตสับปะรดสด และผลผลิตต่อเฮกตาร์ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษ ปี พ.ศ. 2550 - 2552

ประเทศ	พ.ศ. 2550			พ.ศ. 2551			พ.ศ. 2552		
	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์
จีน	66,372	1,381,901	208,205	70,613	1,402,060	198,555	72,613	1,452,060	199,972
อินโดนีเซีย	18,957	2,237,858	1,180,491	20,802	1,272,761	611,845	21,000	1,558,048	741,928
มาเลเซีย	11,780	316,210	268,429	11,530	384,673	333,627	11,530	400,070	346,981
ฟิลิปปินส์	53,978	2,016,462	373,571	58,251	2,209,336	379,278	58,800	2,198,497	373,894
ไทย	94,449	2,815,275	298,073	93,116	2,278,566	244,701	90,656	1,894,892	209,016

ที่มา : องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

หมายเหตุ : พื้นที่เก็บเกี่ยว (หน่วย : เฮกตาร์).

ผลผลิต (หน่วย : ตัน)

ผลผลิตต่อหน่วย (หน่วย : เฮกโตกรัม / เฮกตาร์)

ตารางที่ 5.11 ราคาสับปะรดสดของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2547 – 2551

(หน่วย : US \$ / ตัน)

ประเทศ	2547	2548	2549	2550	2551
จีน	248.9	289.3	386.3	447.7	550.8
อินโดนีเซีย	155.9	151.7	185.5	208.9	221.7
มาเลเซีย	232.4	253.5	241.3	276.4	284.2
ฟิลิปปินส์	84.6	96.9	92.1	110.1	117.4
ไทย	113.9	91.8	64.7	120	125.2

ที่มา : องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

ตารางที่ 5.12 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และทั้งหมดของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2552

(หน่วย : ล้านคน)

ประเทศ	อุตสาหกรรม	เกษตร	บริการ	ทั้งหมด
จีน	221.05 (27.2% - 2009 est)	321.02 (39.5% - 2009 est)	269.82 (33.2% - 2006est)	812.7 (2009 est)
อินโดนีเซีย	21.07 (18.6% - 2009 est)	47.70 (42.1% - 2009 est)	44.53 (39.3% - 2006 est)	113.3 (2009 est)
มาเลเซีย	4.064 (36% - 2009 est)	1.468 (13% - 2009 est)	5.758 (51% - 2005 est)	11.29 (2009 est)
ฟิลิปปินส์	5.660 (15% - 2009 est)	13.21 (35% - 2009 est)	18.87 (50% -2008 est)	37.73 (2009 est)
ไทย	7.69 (20.2% - 2009 est)	16.21 (42.6% - 2009 est)	14.12 (37.1% - 2005 est)	38.06 (2009 est)

ที่มา : The World Factbook 2010

ตารางที่ 5.13 อัตราค่าจ้างของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2550-2551

(หน่วย : US \$ / เดือน)

ประเทศ	2550	2551
จีน	273.02	351.05
อินโดนีเซีย	100.36	100.73
มาเลเซีย ¹	208.09	216.22
ฟิลิปปินส์ ²	138.65	150.62
ไทย	213.13	267.09

ที่มา : องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

<http://protectthaicitizen.blogspot.com/2010/10/4.html>

The World Factbook 2008 -2009

หมายเหตุ : ¹ หมายถึง ผลการคำนวณมาจากอัตราค่าจ้างรายวันของแรงงานทั่วไป ในอัตรา 30 รึงกิต ต่อวัน คูณด้วย 24 (คิดวันทำงาน 1 เดือน เท่ากับ 24 วัน)

² หมายถึง ผลการคำนวณมาจากอัตราค่าจ้างรายวัน คูณด้วย 24 (คิดวันทำงาน 1 เดือน เท่ากับ 24 วัน)

ตารางที่ 5.14 อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปี พ.ศ. 2549 – 2553

ประเทศ	อันดับ				
	2549	2550	2551	2552	2553
จีน	33	28	31	32	31
อินโดนีเซีย	53	54	53	55	55
มาเลเซีย	27	26	25	26	25
ฟิลิปปินส์	49	51	48	56	56
ไทย	42	48	39	42	46

ที่มา : IMD World Competitiveness Yearbook 2010

2. สถานะอุปสงค์ในประเทศ

เมื่อพิจารณาผลผลิตสับปะรดของไทย พบว่า ผลผลิตสับปะรดสดทั้งหมดนั้น ร้อยละ 80 ถูกนำเข้าสู่โรงงานแปรรูปเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นสับปะรดกระป๋อง และ นำสับปะรดเพื่อการส่งออก ส่วนอีกร้อยละ 20 จะบริโภคสดภายในประเทศและแปรรูปในลักษณะอื่นๆ เช่น สับปะรดอบแห้ง แยมสับปะรด สับปะรดกวน ฯลฯ (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรกรรมการค้าภายใน ธันวาคม 2553)

จากสถานะข้างต้น จะเห็นได้ว่า อุปสงค์ภายในประเทศหรือความต้องการสับปะรดกระป๋องภายในประเทศมีค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ถ้าหากตลาดภายในประเทศมีความต้องการมากๆ ก็จะทำให้เกิดการประหยัคจากการผลิตมากขึ้น และยังลดความเสี่ยงจากตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ผลจากการที่มีตลาดสับปะรดกระป๋องภายในประเทศค่อนข้างน้อยมาก ยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาสินค้าสับปะรดกระป๋องไปไม่ได้มากเท่าที่ควร

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย พบว่า อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยธุรกิจต่างๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด พ่อค้าคนกลาง โรงงานแปรรูป ผู้ประกอบการธุรกิจในการส่งออก และการนำเข้า ตลอดจนสถาบันการศึกษา และสมาคมทางด้านอาหารต่างๆ

นอกจากอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จำนวนท่าเรือและจำนวนเรือขนส่งสินค้า ยังเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในด้านของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องได้ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการ

รองรับอุตสาหกรรมสับประคกระป๋องที่ส่งไปยังต่างประเทศได้ โดยสามารถนำมาใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษาคิดดังนี้

จำนวนท่าเรือ

ประเทศไทย มีจำนวนท่าเรือทั้งหมด จำนวน 4 แห่ง คือ ท่าเรือกรุงเทพ แหลมฉบัง ประจวบ และศรีราชา

ประเทศอินโดนีเซีย มีจำนวนท่าเรือทั้งหมด จำนวน 10 แห่ง คือ Banjarmasin, Belawan, Ciwandan, Kotabaru, Krueg Geukueh, Palembang, Panjang, Sungai Pakning, Tanjung Perak และ Tanjung Priok

ประเทศฟิลิปปินส์ มีจำนวนท่าเรือทั้งหมด จำนวน 6 แห่ง คือ Cagayan de Oro, Cebu, Davao, Liman, Manila และ Nasipit Harbor

ประเทศจีน มีจำนวนท่าเรือทั้งหมด จำนวน 8 แห่ง คือ Dalian, Guangzhou, Ningbo, Qingdao, Qinhuangdao, Shanghai, Shenzhen และ Tianjin

ประเทศมาเลเซีย มีจำนวนท่าเรือทั้งหมด จำนวน 7 แห่ง คือ Bintulu, Johor Bahru, Kuantan, Labuan, George Town (Penang), Port Kelang และ Tanjung Pelepas

จากข้อมูลถ้าหากทำการพิจารณาจำนวนท่าเรือในปี พ.ศ. 2552 จะพบว่า ประเทศอินโดนีเซีย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนท่าเรือมากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความคล่องตัวมากที่สุดในการขนส่งสินค้า สำหรับประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมาได้แก่ ประเทศจีน และ ประเทศมาเลเซีย ตามลำดับ

จำนวนเรือขนส่งสินค้า

สำหรับจำนวนเรือขนส่งสินค้าสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลข้างล่างนี้

ตารางที่ 5.15 จำนวนเรือขนส่งสินค้า ของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และ ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

ประเทศ	จำนวนเรือขนส่งสินค้า (ลำ)
จีน	1,826
อินโดนีเซีย	971
มาเลเซีย	306
ฟิลิปปินส์	391
ไทย	398

ที่มา : The World Factbook 2009

จากตารางที่ 5.15 พบว่า ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศจีนอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนเรือขนส่งสินค้ามากที่สุด นั่นคือ มีจำนวนเรือขนส่งสินค้าถึง 1,826 ลำ สำหรับประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมา ซึ่งมีจำนวนเรือขนส่งสินค้าเท่ากับ 971 และ 398 ลำ ตามลำดับ

4. กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต

สภาพการแข่งขันในประเทศถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ นั่นคือ ถ้าประเทศใดมีการแข่งขันกันมากก็จะส่งผลให้เกิดการพัฒนา อาทิ การพัฒนาในด้านคุณภาพ เทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนการผลิตในปริมาณมากๆ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

สำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน สามารถที่จะใช้จำนวนผู้ประกอบการมาทำการวิเคราะห์ นั่นคือ เมื่อทำการวิเคราะห์จำนวนผู้ประกอบการสับประรดกระป๋องของประเทศต่างๆ สามารถพิจารณาได้จากข้อมูลข้างล่างนี้

ตารางที่ 5.16 จำนวนผู้ประกอบการสับประรดกระป๋อง จำแนกตามกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ปี

พ.ศ. 2554

ประเทศ	จำนวนผู้ประกอบการ
จีน	124 ¹
อินโดนีเซีย	18 ²
มาเลเซีย	42 ³
ฟิลิปปินส์	32 ⁴
ไทย	213 ⁵

ที่มา : ¹ [http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+ pineapple&country=CN&Cat Id=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y](http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=CN&CatId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y)

² [http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+ pineapple&country=ID&Cat Id=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y](http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=ID&CatId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y)

³ [http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+ pineapple&country=MY&Cat Id=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y](http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=MY&CatId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y)

⁴ [http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+ pineapple&country=PH&Cat Id=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y](http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=PH&CatId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y)

⁵ http://www.alibaba.com/corporations/conned_pineapple/TH_2

จากตารางที่ 5.16 เมื่อทำการพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการสับปะรดกระป๋อง จำแนกตามกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ณ กุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2554 พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุด ส่วนประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมาได้แก่ ประเทศจีน และประเทศมาเลเซีย รองลงมา ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้างต้น แม้ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนผู้ประกอบการมาก ส่งผลให้เกิดสภาพการแข่งขันภายในประเทศค่อนข้างมาก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยที่เพิ่มขึ้นก็ตาม ปัญหาในด้านการผลิต และด้านการค้าของไทยก็ยังคงมีอยู่ โดยในด้านการผลิตพบว่า ต้นทุนการผลิตที่สูง ผลผลิตต่อไร่ต่ำ พันธุ์ที่ใช้ปลูกยังมีการพัฒนาน้อยมาก มีการเสื่อมคุณภาพลักษณะอันเนื่องมาจากการกลายพันธุ์ หรือการเสื่อมถอยทางพันธุกรรม ต้นทุนของกระป๋อง ราคาปุ๋ย มีราคาแพง เนื่องมาจากน้ำมันมีราคาที่สูงขึ้น ในด้านของการค้า พบว่าการขายสินค้ายังมีลักษณะการขายสินค้าในลักษณะขายฝาก เนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก่อให้เกิดปัญหาด้านการชำระเงิน ผู้ขายอาจได้รับเงินไม่ครบถ้วน หรือไม่ได้รับชำระเงิน เนื่องจากผู้ซื้ออ้างว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ขาดระบบการระบายผลผลิต ตลอดจนมีปัญหาอุปสรรคการส่งออก (สำนักบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กลุ่มสินค้าเกษตร ตุลาคม 2551 สถิติ ม.ค. - ส.ค. 2551) ฉะนั้น ปัจจัยทางด้านการลงทุนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ

สำหรับแนวทางยุทธศาสตร์และมาตรการที่จะนำมาใช้ในการดำเนินการเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำมีดังนี้ (ยุทธศาสตร์สับปะรด ปี 2553 – 2557)

ยุทธศาสตร์ด้านการผลิต

1) ส่งเสริมการปลูกสับปะรดในพื้นที่ที่เหมาะสม

- กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับปลูกสับปะรด
- จัดทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด
- ตรวจสอบวิเคราะห์ดินและน้ำในพื้นที่ปลูกสับปะรด

2) พัฒนาความรู้ความสามารถเรื่องสับปะรดแก่เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด

- ฝึกอบรมเกษตรกรหลักสูตรการปลูกสับปะรดตามระบบ GAP
- จัดทำแปลงสาธิตการปลูกสับปะรดตามระบบ GAP
- จัดทัศนศึกษาดูผลงาน การผลิต การแปรรูป และการตลาดสับปะรด
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องสับปะรด

3) ป้องกันการแพร่กระจายของโรคและแมลงเกี่ยวกับสับปะรด

- รณรงค์ให้ความรู้เรื่องโรคและแมลงเกี่ยวกับสับปะรดแก่เกษตรกรผ่าน

สื่อต่างๆ



- ระดับอำเภอ (ปีละ 6 ครั้ง)
- ระดับจังหวัด (ปีละ 6 ครั้ง)
- ระดับประเทศ (ปีละ 6 ครั้ง)

- ทัศนศึกษาดูงาน การผลิต การแปรรูป การตลาดของคณะกรรมการกลุ่ม หรือสถาบันเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดระดับจังหวัด
- ประชุมสัมมนาแสดงผลงาน และวางแผนดำเนินงาน ของคณะกรรมการกลุ่ม หรือสถาบันเกษตรกร ผู้ปลูกสับปะรดระดับจังหวัดและระดับประเทศ

7) วิจัยและพัฒนาการผลิตสับปะรด

- วิจัยและพัฒนาพันธุ์สับปะรดปลอดโรค และให้ผลผลิตสูง รวมทั้งแจกจ่ายแก่เกษตรกรอย่างทั่วถึง
- การเขตกรรมการจัดการดินตามค่าวิเคราะห์สำหรับสับปะรด
- การป้องกันโรคเหี่ยวสับปะรด
- การปรับปรุงคุณภาพสับปะรดโรงงานและสับปะรดบริโภคสดส่งออก

ยุทธศาสตร์ด้านการแปรรูป

1) พัฒนาโรงงานแปรรูปสับปะรดให้เข้มแข็ง

- เพิ่มศักยภาพการผลิตของโรงงานแปรรูปสับปะรดไทยทุกโรงสู่หลักการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการผลิต
- ปรับปรุงระบบการผลิตและระบบประกันคุณภาพเพื่อสนับสนุนการจัดการ เครือข่ายโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมสับปะรดไทย
- ยกระดับความปลอดภัยในการผลิตสับปะรดกระป๋อง
- พัฒนาศักยภาพห้องปฏิบัติการทดสอบสับปะรดและผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก

2) วิจัยและพัฒนาการแปรรูปสับปะรด

- ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากสับปะรด
- การบรรจุภัณฑ์
- การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์ด้านตลาด

1) เพิ่มปริมาณและมูลค่าการบริโภคสับปะรดสดในประเทศ

- เร่งรัดการตรวจรับรองไร่สับปะรดให้ได้มาตรฐานตามระบบ GAP

- จัดตั้งศูนย์รวบรวมและคัดแยกสับปะรดบริโภคสดของชุมชน
- จัดทำข้อตกลงร่วมในการจำหน่ายสับปะรดระหว่าง Modern Trade กับ ศูนย์รวบรวมและคัดแยกสับปะรดชุมชน

- จัดงานรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคสับปะรดสด
- ทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนบริโภคสับปะรดสด

2) เพิ่มปริมาณและมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดในประเทศ

- ทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนบริโภคสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด
- เผยแพร่ความรู้ ประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการของสับปะรดให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

- จัดงานรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคน้ำสับปะรด

3) เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดสดและผลิตภัณฑ์

- จัดทำสื่อภาษาต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนบริโภคสับปะรดไทย ภายใต้เครื่องหมายการค้าไทย
- จัดทำ Road Show ในต่างประเทศเพื่อขยายตลาดสับปะรดทั้งสดและผลิตภัณฑ์
- ประชุมสัมมนาวิชาการสับปะรดแห่งชาติ
- ประชุมสัมมนาทางวิชาการกลุ่มประเทศผู้ผลิตสับปะรดโลก (World Pineapple Forum)

4) วิจัยตลาดสับปะรดสดและผลิตภัณฑ์

- วิจัยตลาดสับปะรดสดในประเทศและต่างประเทศ
- วิจัยตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดในประเทศและต่างประเทศ
- วิจัยพัฒนาระบบ Logistic ที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ

1) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเรื่องสับปะรดทั้งระบบ

- กำหนดรอบเวลาการทำงานของคณะกรรมการนโยบายและพัฒนา สับปะรดแห่งชาติที่ชัดเจน
- สนับสนุนในศูนย์วิจัยพืชสวนเพชรบุรีเป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยและพัฒนาสับปะรด
- สนับสนุนการจัดตั้งสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการนโยบายและพัฒนาสับปะรดแห่งชาติ

- สนับสนุนให้สถาบันการศึกษาเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนทางด้าน สับปะรดทั้งระยะสั้น ระยะยาว เพื่อสร้างบุคลากรในด้านการผลิตสับปะรด

- จัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศเรื่องสับปะรด
- จัดทำระบบการติดตามและประเมินผล
- ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งกองทุนพัฒนาสับปะรด และบริษัท

กลาง

2) พัฒนาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

- ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หลักสูตร “วิทยากรสับปะรด”
- ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หลักสูตร “กระบวนการทำงานกลุ่ม”
- ทักษะศึกษาดูงานการผลิต การแปรรูป การตลาดสับปะรดของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- ประชุมสัมมนาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนางานส่งเสริมการผลิตสับปะรด

3) เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสถาบันเกษตรกรกับโรงงานแปรรูปสับปะรด

5. รัฐบาล

รัฐบาลจัดเป็นปัจจัยที่มีบทบาทในการกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ทั้งนี้ เนื่องจากมาตรการต่างๆ สามารถส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันได้ สำหรับประเทศไทยมีนโยบาย และมาตรการที่สำคัญๆ ดังนี้

1) มีการจัดทำเอกสารเกษตรคดีที่เหมาะสมสำหรับสับปะรด กรมวิชาการเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาล ซึ่งมีหน้าที่โดยตรง ที่ทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อการผลิตพืชที่มีคุณภาพ ไม่มีปัญหาด้านสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ ซึ่งกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนจะต้องมีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแต่ละพื้นที่ และเกษตรกรจะต้องนำไปปฏิบัติได้

2) มาตรการการส่งออกและนำเข้าสับปะรดกระป๋อง

2.1 มาตรการทางการค้า ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการส่งออกสับปะรดกระป๋องออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2550 ได้กำหนดเกณฑ์การส่งออกสับปะรดกระป๋องดังนี้ (สำนักบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กลุ่มสินค้าเกษตร ตุลาคม 2551 (สถิติ ม.ค. – ส.ค. 2551)

ส่งออกโดยผู้ผลิต

จะต้องเป็นผู้ผลิตที่ได้รับใบอนุญาตให้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสับประรด กระป๋องตามมาตรฐานบังคับ มอก. จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และมีชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ผลิตที่ สมอ. แจ้งไว้กับกรมศุลกากร

กรณีผลิตแตกต่างไปจากมาตรฐานบังคับ มอก. ต้องมีใบรับแจ้งการทำ สับประรดกระป๋องเพื่อการส่งออกจาก สมอ. ไปแสดงต่อกรมศุลกากรในแต่ละครั้งที่มีการส่งออก

ส่งออกไทย ผู้ประกอบอื่น ซึ่งมีผู้ผลิตตามข้อ (1)

ต้องมีหนังสือรับรอง หรือหลักฐานอื่นใด ซึ่งระบุจำเป็นสินค้าที่ผลิตโดย ผู้ผลิต (1) แล้วแต่กรณี ไปแสดงต่อกรมศุลกากรในแต่ละครั้งที่ทำการส่งออก

2.2 มาตรการด้านภาษี อัตราอากรขาออกร้อยละ 0

2.3 การนำเข้า นำเข้าโดยเสรี

3) การส่งเสริมการเกษตรได้ร่วมกับ บริษัท สยามอุตสาหกรรม เกษตรอาหาร จำกัด (มหาชน) และกลุ่มเกษตรกรรวมผู้ปลูกสับประรด จังหวัดระยอง จัดทำโครงการรับซื้อสับประรดราคา เดี่ยวตลอดปี โดยเป็นโครงการนำร่องที่จังหวัดระยองในพื้นที่ 3,000 ไร่ จำนวน 250 ครอบครัว ที่เป็นสมาชิกส่งเสริมการทำไร่สับประรดของบริษัทในราคา 5.10 บาทต่อ กก. โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 – 31 ธันวาคม 2555 รวมระยะเวลา 2 ปี (ไทยโพสต์, วันจันทร์ที่ 27 ธันวาคม 2553)

6. เหตุสุดวิสัย

เหตุสุดวิสัย จะเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตใน อุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ โดยเหตุสุดวิสัยที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ ได้แก่ มาตรการทางด้านภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของประเทศคู่ค้าของประเทศไทย โดยพิจารณาแต่ละประเทศคู่ค้าดังนี้

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา มีมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งทางด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี ที่สำคัญ ดังนี้คือ

1.1 พันธกรณีภายหลังการเจรจาอบอุรุกวัย หรือการลดอัตราภาษีตามข้อตกลง ของแอดด์ ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาต้องลดภาษีศุลกากร ของสับประรดกระป๋องลงจาก 0.55 เซ็นต์ ต่อ กิโลกรัม เป็น 0.35 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม โดยใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 (อาร์, 2546) สำหรับในปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2554 ก็ยังคงเป็นอัตรา 0.35 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม (<http://hts.usitc.gov>)

1.2 มาตรการด้านสุขอนามัย สหรัฐอเมริกามีข้อปฏิบัติที่ประเทศผู้ส่งออก ซึ่งผลิต สับประรดกระป๋องต้องทำการปฏิบัติในเรื่อง HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ซึ่งเป็นระบบการจัดการเพื่อความปลอดภัยของอาหาร

1.3 การต่อต้านการทุ่มตลาด ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการใช้มาตรการการต่อต้านการทุ่มตลาดมาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2538 (อารี, 2546) แต่อย่างไรก็ดี ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประกาศยุติการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้าสับประดะกระป๋องของไทย โดยมีผลบังคับใช้ย้อนหลังตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2550 ซึ่งการยกเลิกดังกล่าวเป็นผลประโยชน์อย่างมากต่อโอกาสการแข่งขันสับประดะกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้ในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยสามารถส่งออกสับประดะกระป๋องไปสหรัฐอเมริกา ได้เป็นมูลค่าประมาณ 3,555 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งตลาดในอันดับ 1 กว่าร้อยละ 36 ของมูลค่าการนำเข้าสับประดะกระป๋องโดยรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา (Thai PR.net _ศุกร์ที่ 2 พฤษภาคม 2551)

2. ประเทศญี่ปุ่น มีมาตรการกีดกันทางการค้า ทั้งทางด้านภาษี และไม่ใช่อภาษี ที่สำคัญดังนี้ คือ

2.1 มาตรการที่ไม่ใช่ด้านภาษีของประเทศญี่ปุ่นในด้านของสับประดะกระป๋องที่ส่งไปประเทศญี่ปุ่นนั้นจะต้องเป็นสินค้าสับประดะกระป๋องที่มีลักษณะดังนี้ (สำนักงานบริหารการค้าสินค้าทั่วไปกลุ่มสินค้าเกษตร ตุลาคม 2551 สถิติ ม.ค. – ส.ค. 2551)

1) มีคุณภาพตาม Food Sanitation Law และ Product Liability Law และใช้ระบบ HACCP

2) ผลไม้ที่แช่ในน้ำตาล, sub-sulfuric acid, acetic acid และแอลกอฮอล์ ไม่จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบโรคพืช

3) ผู้นำเข้าผลไม้กระป๋องเป็นครั้งแรกต้องยื่นรายละเอียดของส่วนประกอบและขั้นตอนการผลิตต่อ MHLW ไม่เกิน 1.6 มิลลิเมตร หรือสินค้าอยู่ในถุงที่ทำด้วย Polythene

2.2 มาตรการทางภาษีของประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นได้เริ่มบังคับใช้ความตกลง JTEPA ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 โดยในปี พ.ศ. 2551 อัตราภาษีภายใต้ FTA ของสินค้าสับประดะพิกัด 200820 (สับประดะกระป๋อง) มีอัตราภาษีที่ 25.5 – 46.8% โดยในปี พ.ศ. 2556 จะมีการนำมาเจรจากันใหม่

3. ประเทศแคนาดา

สำหรับประเทศแคนาดา พบว่า ไม่เสียภาษีศุลกากรนำเข้า (MFN Tariff) แต่อย่างไร (http://www.cbsa-asfc.gc.ca) แต่ในด้านของมาตรการสุขอนามัยหลักๆ ก็มีการใช้ข้อปฏิบัติ HACCP เช่นเดียวกันกับทุกๆ ประเทศ

4. สหภาพยุโรป (สหราชอาณาจักร สเปน เยอรมัน เนเธอร์แลนด์) มีมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีและภาษีที่สำคัญดังนี้คือ

4.1 มาตรการสุขอนามัย พบว่า มีการใช้ข้อปฏิบัติ HACCP เช่นเดียวกับหลายๆ ประเทศที่จะต้องมีมาตรการดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของอาหาร

4.2 มาตรการทางด้านของภาษีในตลาดสหภาพยุโรป ได้มีการใช้ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปแบบใหม่ (Generalized System of Preferences : GSP)

ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) เป็นระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่ประเทศพัฒนาแล้วให้กับสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งอาจจะเป็นการลดหย่อนภาษีหรือยกเว้นภาษีนำเข้าให้กับสินค้าที่อยู่ในข่ายได้รับสิทธิ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการส่งออก สำหรับอัตราภาษีนำเข้าสับประรดกระป๋องในช่วงปี พ.ศ. 2552 และ พ.ศ. 2553 จะเป็นดังตารางที่ 5.17 นั่นคือ เมื่อทำการพิจารณาจากข้อมูลอัตราภาษี พบว่า การให้สิทธิทางภาษี (GSP) ของสหภาพยุโรปเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทย และประเทศผู้ส่งออกที่ได้รับสิทธิค่อนข้างมาก จากสภาพการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ประเทศไทยสามารถส่งออกสับประรดกระป๋องไปสหภาพยุโรปได้ค่อนข้างมาก

5.4 การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย และเอกสารทางวิชาการ

การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สำหรับการศึกษานี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องส่งออก 5 บริษัท คือ บริษัทอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย จำกัด บริษัท กุญบุรีผลไม้กระป๋อง จำกัด บริษัท ไวต้าฟู้ด แฟคทอรี (1989) จำกัด บริษัท ปราณบุรีสับประรดกระป๋อง จำกัด และบริษัท เถลิงอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง จำกัด ตลอดจนข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารต่างๆ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities and Threats) โดยการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายนอก คือ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น ต้องการสินค้าที่อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก
2. แรงงานมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องโดยรวมแล้วจะมีการวางแผนคุณภาพพนักงาน การอบรมพัฒนาคุณภาพแรงงานอย่างสม่ำเสมอ
3. มีการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต เช่น การปรับภาชนะบรรจุในรูปแบบของการบรรจุฟอยล์ และมีการฆ่าเชื้อโรคโดยเฉพาะ

4. มีการวางแผนด้านการผลิต และควบคุมวัตถุดิบให้ได้ผลผลิตตามเป้าหมายที่ต้องการ
5. มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยมีการพัฒนารูปแบบเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การบรรจุหีบห่อด้วยพลาสติกหลายๆ แบบ และมีการแปรรูปที่หลากหลาย เช่น อบแห้ง แช่แข็ง เป็นต้น
6. ต้นทุนการผลิตด้านค่าขนส่งจากโรงงานไปท่าเรือไม่แพงเท่าใดนัก เมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมด

ตารางที่ 5.17 อัตราภาษีนำเข้าสับประคระป่องในตลาดสหภาพยุโรป ปี พ.ศ. 2552 - 2553

รหัสสินค้า	พ.ศ. 2552		พ.ศ. 2553	
	อัตราภาษีนำเข้าปกติ (Third Country Duty)	GSP	อัตราภาษีนำเข้าปกติ (Third Country Duty)	GSP
20082011 ¹	25.6% + 2.5 EUR/100 kg	22.1% + 2.5 EUR/100 kg	25.6% + 2.5 EUR/100 kg	22.1% + 2.5 EUR/100 k
20082019 ²	25.6%	0%	25.6%	0%
20082031 ³	25.6% + 2.5 EUR/100 kg	22.1% + 2.5 EUR/100 kg	25.6% + 2.5 EUR/100 kg	22.1% + 2.5 EUR/100 k
20082039 ⁴	25.6%	0%	25.6%	0%
20082051 ⁵	19.2%	15.7%	19.2%	15.7%
20082059 ⁶	17.6%	14.1%	17.6%	14.1%
20082071 ⁷	20.8%	17.3%	20.8%	17.3%
20082079 ⁸	19.2%	15.7%	19.2%	15.7%

ที่มา : http://exporthelp_europa.eu

- หมายเหตุ :
- ¹ Containing add spirit In immediate packing of a net content exceeding 1 kg with sugar 17 % by weight
 - ² Containing add spirit In immediate packing of a net content exceeding 1 kg other
 - ³ Containing add spirit In immediate packing of a net content not exceeding 1 kg with a sugar content exceeding 19% by weight
 - ⁴ Containing add spirit In immediate packing of a net content not exceeding 1 kg other
 - ⁵ Not containing add spirit containing added sugar, in immediate packings of a net content exceeding 1 kg with a sugar content exceeding 17% by weight
 - ⁶ Not containing add spirit containing added sugar, in immediate packings of a net content exceeding 1 kg other
 - ⁷ Containing add sugar, in immediate packings of a net content not exceeding 1 kg with a sugar content exceeding 19% by weight
 - ⁸ Containing add sugar, in immediate packings of a net content not exceeding 1 kg other

จุดอ่อน (Weakness)

1. ผลผลิตมีไม่เพียงพอในบางฤดูกาล ทำให้มีการแย่งกันซื้อวัตถุดิบ ส่งผลให้ราคาสับปะรดสดมีราคาสูง ในบางครั้งผลผลิตก็ออกมามากในบางฤดูกาล ทั้งนี้เมื่อพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า การกระจายตัวของผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ทำให้ราคาผลผลิตไม่มีเสถียรภาพ โดยผลผลิตจะออกสู่ตลาดมากใน 2 ช่วงฤดู คือ ช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน และเดือนพฤศจิกายน – มกราคม (<http://it.doa.go.th/vichakan/news.php?newsid=39>) แรงงานมีสภาพขาดแคลน ทางบริษัทต้องเปิดรับแรงงานบ่อยๆ

2. บริษัทผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางอยู่มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมจะได้ว่า การขายสินค้ามีบางส่วนเป็นลักษณะขายฝาก เนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก่อให้เกิดปัญหาด้านการชำระเงิน ผู้ขายอาจได้รับเงินไม่ครบถ้วน หรือไม่ได้รับการชำระเลย เนื่องจากผู้ซื้ออ้างว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน (สำนักบริหารการนำเข้าส่งออกสินค้าทั่วไป กลุ่มวิเคราะห์สินค้า 2 พฤศจิกายน 2550)

3. บริษัทผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องบางราย ต้องแบกรับภาระทางการเงินอยู่พอสมควร เช่น ภาระค่าใช้จ่ายประจำวัน ภาระหนี้สินจากการกู้ยืมเงินมาลงทุนขยายกิจการ เป็นต้น

โอกาส (Opportunities)

1. มีการขยายไปยังตลาดใหม่ที่ค่อนข้างจะมีแนวโน้มการส่งออกได้ดี เช่น ทวีปอเมริกาเหนือ และตะวันออกกลาง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้ไปทำการสำรวจและดูงานศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ณ เมืองคูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) ได้ข้อมูลว่า เมืองคูไบมีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นทะเลทราย ภูมิอากาศมีลักษณะกึ่งเขตร้อนและแห้งแล้ง ขณะเดียวกันคูไบก็เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของตะวันออกกลาง จึงทำให้มีความต้องการอาหารมาก ต้องนำเข้าจากรัฐต่างๆ ใน UAE นำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอื่นๆ รวมถึงการกระจายสินค้าต่อไปยังรัฐต่างๆ ใน UAE และประเทศอื่นๆ ในตะวันออกกลาง เช่น อิหร่าน โอมาน ซูดาน มัลดีฟ และ อาฟริกา เป็นต้น โดยเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าผัก-ผลไม้สด 0% ยกเว้นจึง และมะพร้าว ภาษี 5% ส่วนสินค้าอาหารแปรรูปและสินค้าอุปโภคบริโภคภาษี 5% เท่านั้น และไม่คิดภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีการค้า สำหรับการนำเข้าสำหรับผู้ประกอบการ ทั้งนี้ให้ความสำคัญเรื่อง Food Safety ซึ่งจะต้องมี Certificate of Health และ Rule of Origin แต่ยังไม่เข้มงวดในเรื่องมาตรการสุขอนามัย นั่นคือ สามารถที่จะกล่าวได้ว่าตลาดดังกล่าวเป็นตลาดที่ค่อนข้างจะสดใส นอกจากนี้พบว่า ในปี พ.ศ. 2550 UAE มีการนำเข้าผลไม้กระป๋องและไม่บรรจุกระป๋องจากไทยคิดเป็นมูลค่า 282 ล้านบาท โดยเป็นการนำเข้าสับปะรดบรรจุและไม่บรรจุกระป๋อง ร้อยละ 89 นำเข้าในรูปแบบผลไม้ชนิดต่าง ๆ เช่น น้ำสับปะรด น้ำอุน น้ำแอปเปิ้ล และน้ำผลไม้ผสมคิดเป็นมูลค่า 66 ล้านบาท

(http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae_baer/ewt_news.php?nid=393&filename=index)

2. ประเทศผู้ส่งออกโดยรวมยังคงรักษาลูกค้าในกลุ่มของตลาดยุโรป และตลาดสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี

3. สหรัฐอเมริกายกเลิกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสับประรดกระป๋องของไทย ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้สามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้จาก สถิติการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งในปีดังกล่าว สหรัฐอเมริกาได้ประกาศยกเลิกการตอบโต้การทุ่มตลาด ส่งผลให้ไทยสามารถส่งออกไปในตลาดสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 สามารถส่งออกสับประรดกระป๋องได้เป็นมูลค่าถึง 114,973,743 ดอลลาร์ ในขณะที่ปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่าส่งออกเท่ากับ 98,408,979 ดอลลาร์ นั่นคือ คิดเป็นอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2550 ในตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งมีอัตราสูงถึง 16.83% (The World trade Atlas)

4. การเปิดเขตเสรีทางการค้า โดยการเจรจาความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับญี่ปุ่น (JTEPA) ส่งผลให้การขยายตลาดผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ และผลไม้แปรรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นมากขึ้น

(<http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=74306#ixzz19Z7epeqy>)

5. เมื่อพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารพบว่า ประเทศไทยยังมีศักยภาพในการส่งออกโดยเกษตรกรและโรงงานแปรรูปควรวางแผนการผลิตร่วมกัน และทำสัญญาซื้อขายแบบมีข้อตกลง (Contract Farming) โดยทางสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร จะเป็นผู้เร่งหามาตรการพัฒนาการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อผลักดันให้ไทยเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกสับประรดกระป๋องเพิ่มขึ้น รวมทั้งจะรณรงค์ สนับสนุนให้เกษตรกรทำการผลิตตามหลักเกษตรที่ดีที่เหมาะสม เพื่อให้ได้สับประรดที่มีคุณภาพ และป้อนโรงงานแปรรูปอย่างสม่ำเสมอ

(http://www.acfs.go.th/news_detail.php?ntype=09&id=4182)

อุปสรรค (Threats)

1. ราคาปัจจัยการผลิตมีราคาแพง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ทั้งนี้ เนื่องจากต้นทุนด้านกระป๋องมีราคาแพง สืบเนื่องมาจากแผ่นเหล็กมีราคาสูง ทั้งนี้ ต้นทุนค่ากระป๋องยังคิดเป็นสัดส่วน 40 – 60 % ของต้นทุนทั้งหมด นอกจากนี้ ต้นทุนน้ำตาลทรายขาว ยังมีราคาที่ค่อนข้างสูง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ประเทศไทยไม่มีอุตสาหกรรมเหล็กคั้นน้ำ ประกอบกับราคาเหล็กในตลาดโลกปรับขึ้นตันละ 160 ดอลลาร์ ส่งผลให้ผู้ผลิตเหล็กแผ่นเคลือบดีบุก และผู้ผลิตเหล็กแผ่นเคลือบโครเมียม (ทินเพลต) ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตกระป๋องเหล็กทินเพลต ได้แจ้งขอปรับราคาจำหน่ายมายังกรมการค้าภายในว่าจะขอปรับเพิ่มราคาอีกตันละ 5,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 แต่กรมฯ พิจารณาให้ปรับราคาจำหน่ายเหล็กแผ่นเคลือบดีบุกแต่ตันละ 4,270 บาท และเหล็กแผ่นเคลือบโครเมียมตันละ 3,670 บาท หลังสิ้นเดือนมกราคม (กรุงเทพฯธุรกิจ 3 กุมภาพันธ์ 2553) นอกจากนี้ในด้านของน้ำตาลทราย พบว่า นับตั้งแต่ช่วงต้นปี 2553 มีปัญหา

น้ำตาลทรายที่เกิดขึ้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวมีปัจจัยหลักมาจากราคาน้ำตาลทรายในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น จนอยู่ในระดับที่สูงกว่าราคาในประเทศ ส่งผลให้มีน้ำตาลทรายบางส่วนที่กำหนดให้ใช้ในประเทศถูกส่งออกไปต่างประเทศที่ได้ราคาสูงกว่า ประกอบกับ การที่ภาคอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าส่งออกบางส่วน ได้หันมาใช้น้ำตาลทรายในประเทศที่มีราคาต่ำแทนการใช้น้ำตาลทรายจากโควตาส่งออกที่มีราคาสูงกว่า ทำให้เกิดการแย่งกันใช้น้ำตาลทรายในประเทศกันอย่างกว้างขวาง (<http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=85628>)

2. ในด้านของรัฐบาล ระบบการเกษตรยังไม่ชัดเจนในเรื่องของการจดทะเบียน ทั้งนี้เมื่อมีปัญหา เกษตรต้องช่วยเหลือตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากสับปะรดปลูกได้ยาก และมีการลงทุนสูง

3. ได้รับผลกระทบจากมาตรการทางด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี อันได้แก่ มาตรการสุขอนามัยต่างๆ เช่น มาตรฐาน HACCP และมาตรฐาน GMP เป็นต้น

4. อัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่ามากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาต่อผู้ส่งออก ทั้งนี้สามารถพิจารณาจากข้อมูลเพิ่มเติมได้ว่า ถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนแข็งค่าขึ้นไปเรื่อย ๆ จะส่งผลกระทบต่อไปถึงผู้ส่งออก นั่นคือ ผู้ส่งออกอาจจะต้องปรับลดต้นทุน โดยอาจจะปรับลดราคารับซื้อสับปะรดสดจากเกษตรกร ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยจำเป็นต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะ อินโดนีเซีย และ ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าน้อยกว่าของไทย (สำนักข่าวไทย, 2553) (<http://news.impaqmsn.com/articles.aspx?id=368226&ch=ec1>)