

การตลาด

ก. ตลาดภายในประเทศ

ตลาดของส้มประดกระป๋องในประเทศยังจำกัดมากเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ไม่นิยมบริโภคผลไม้กระป๋อง เพราะมีความเคยชินกับการบริโภคผลไม้สดนานาชนิดที่ทยอยออกสู่ตลาดสลับเปลี่ยนกันไปตามฤดูกาลและหาซื้อได้ง่ายราคาก็ต่ำกว่าผลไม้กระป๋องด้วย ลูกคาของส้มประดกระป๋องในประเทศได้แก่ ภัตตาคาร ซื้อมส้มประดกระป๋องไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเนื่องจากส้มประดกระป๋องใช้ได้สะดวกกว่าและเก็บไว้ได้นานโดยไม่เสีย ส่วนคนไทยโดยทั่วไปจะบริโภคส้มประดกระป๋องเฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น งานเทศกาลหรืองานมงคลต่าง ๆ เป็นต้น ราคาขายส่งส้มประดกระป๋องขนาดบรรจุ ๒๐ ออนซ์ ชนิดบรรจุหีบละ ๒๔ กระป๋อง ราคาประมาณ ๑๕๐ - ๑๕๐ บาทต่อหีบ ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาขายในตลาดต่างประเทศประมาณร้อยละ ๑๐ - ๒๐ ส่วนราคาขายปลีกของส้มประดกระป๋องในประเทศประมาณกระป๋องละ ๗.๐๐ - ๘.๐๐ บาท จากสถิติการผลิตและการส่งออกส้มประดกระป๋องชี้ให้เห็นว่า ตั้งแต่ปี ๒๕๑๑ - ๒๕๒๐ ปริมาณการบริโภคส้มประดกระป๋องในประเทศเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๑๔.๒๕ ของผลผลิตส้มประดกระป๋องของประเทศเท่านั้น (ดูตารางที่ ๓๕)

ข. ตลาดต่างประเทศ

ปริมาณและมูลค่าการส่งออก การเริ่มให้การส่งเสริมกิจการอุตสาหกรรมผลิตส้มประดกระป๋องในประเทศเมื่อปี ๒๕๐๕ นั้น รัฐมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้เป็นกิจการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ (Export Oriented) ซึ่งผลการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้ปรากฏว่า สามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้เป็นอย่างดี

ในปัจจุบันประเทศไทยส่งสับปรดกระป๋องออกจำหน่ายต่างประเทศได้มากเป็นอันดับที่สองของโลก รองจากประเทศฟิลิปปินส์ จากสถิติการส่งออกสับปรดกระป๋องของกรมศุลกากร ตั้งแต่ปี ๒๕๑๑ - ๒๕๒๐ ปริมาณสับปรดกระป๋องที่ส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๓๓ ต่อปี และมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๕๗ ต่อปี กล่าวคือ ในปี ๒๕๑๑ ประเทศไทยส่งสับปรดกระป๋องออกจำหน่ายต่างประเทศได้ทั้งสิ้น ๓๓๖,๗๕๖ หนีบ มีมูลค่าประมาณ ๒๘ ล้านบาท ในปี ๒๕๑๕ ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น ๕๕๔,๐๐๑ หนีบ มูลค่าประมาณ ๕๒ ล้านบาท และในปี ๒๕๑๙ ปริมาณการส่งออกสูงถึง ๒,๖๗๑,๑๓๐ หนีบ มีมูลค่าประมาณ ๖๐๕ ล้านบาท ส่วนในปี ๒๕๒๐ คาดว่าจะสามารถส่งออกได้ไม่ต่ำกว่า ๓,๑๓๐,๔๓๕ หนีบ ซึ่งมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๗๕๐ ล้านบาท (ดูตารางที่ ๓๖)

การส่งสับปรดกระป๋องออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ของผู้ผลิตในประเทศไทยนั้น โรงงานได้ผลิตสับปรดกระป๋องโดยใช้เครื่องหมายการค้า (Brand Name) ทั้งของโรงงานเอง และของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ การผลิตในระยะต้น ๆ ผู้ผลิตมักใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เพราะเครื่องหมายการค้าเหล่านี้เป็นที่รู้จักและเชื่อถือของตลาดอยู่แล้ว จึงง่ายแก่การจำหน่าย แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตสามารถใช้เครื่องหมายการค้าของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้เพราะมาตรฐานสากลของสับปรดกระป๋องได้กำหนดให้ผู้ผลิตต้องระบุชื่อโรงงานและประเทศผู้ผลิตไว้ที่ฉลากของสับปรดกระป๋องด้วยการกำหนดเช่นนี้เป็นประโยชน์ต่อการค้าสับปรดกระป๋องของไทยเป็นอย่างยิ่ง เพราะช่วยให้ผู้บริโภคในต่างประเทศทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย เมื่อได้ทดลองบริโภคแล้วเห็นว่ามีคุณภาพดี ย่อมจะช่วยสร้างความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์สับปรดกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น และคาดว่าในอนาคตการผลิตสับปรดกระป๋องเพื่อส่งออกจะไม่ต้องพึ่งเครื่องหมายการค้าของต่างประเทศอีกต่อไป เครื่องหมายการค้าที่โรงงานผลิตสับปรดกระป๋องใช้อยู่ในปัจจุบันมี ดังนี้

ตารางที่ ๓๕

ปริมาณการบริโภคภายในประเทศและปริมาณการส่งออกสัมประจรรูป

(หน่วย : ไร่)

ปี	ผลผลิตทั้งประเทศ	บริโภคในประเทศ	อัตราส่วน	ส่งออก	อัตราส่วน
๒๕๑๑	๔๔๖, ๖๐๙	๑๐๙, ๘๒๓	๒๔.๕๙	๓๓๖, ๗๘๖	๗๕.๔๑
๒๕๑๒	๔๖๘, ๗๘๓	๕, ๘๕๘	๑.๔๐	๔๖๒, ๙๒๕	๙๘.๖๐
๒๕๑๓	๖๒๔, ๐๐๐	๓๐, ๙๕๕	๔.๙๖	๕๙๓, ๐๔๕	๙๕.๐๔
๒๕๑๔	๕๐๕, ๗๓๙	๕๐, ๔๓๓	๙.๙๗	๔๕๕, ๓๐๖	๙๐.๐๓
๒๕๑๕	๖๔๖, ๒๖๑	๙๒, ๒๖๐	๑๔.๒๘	๕๕๔, ๐๐๑	๘๕.๗๒
๒๕๑๖	๗๖๕, ๒๑๗	๑๕๖, ๑๒๘	๒๐.๔๐	๖๐๙, ๐๘๙	๗๙.๖๐
๒๕๑๗	๑, ๕๒๗, ๕๒๘	๒๔๔, ๐๔๘	๑๕.๙๘	๑, ๒๘๓, ๔๘๐	๘๔.๐๒
๒๕๑๘	๒, ๑๒๑, ๗๓๙	๕๑๕, ๖๐๓	๒๔.๓๐	๑, ๖๐๖, ๑๓๖	๗๕.๗๐
๒๕๑๙	๓, ๑๓๐, ๔๓๕	๔๕๙, ๓๐๕	๑๔.๖๗	๒, ๖๗๑, ๑๓๐	๘๕.๓๓
๒๕๒๐*	๓, ๔๗๘, ๒๖๑	๓๔๗, ๘๒๖	๑๐.๐๐	๓, ๑๓๐, ๔๓๕	๙๐.๐๐

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม ๒๕๑๑ - ๒๕๑๙ ของกรมศุลกากร

* ตัวเลขประมาณการ โดยสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป

ตารางที่ ๓๖

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย

(ปริมาณ : ตีบ, มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ปริมาณการส่งออก	อัตราเปลี่ยนแปลง	มูลค่าส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง
๒๕๑๑	๓๓๖,๙๘๖	-	๒๘.๘	-
๒๕๑๒	๔๑๒,๙๒๕	+ ๒๒.๖๑	๓๖.๕	+ ๒๖.๙๔
๒๕๑๓	๕๙๓,๐๔๕	+ ๔๓.๖๒	๕๕.๓	+ ๕๑.๕๑
๒๕๑๔	๔๕๕,๓๐๖	- ๒๓.๒๓	๔๕.๐	- ๒๐.๔๓
๒๕๑๕	๕๕๔,๐๐๑	+ ๒๑.๖๘	๕๑.๕	+ ๑๓.๐๕
๒๕๑๖	๖๐๙,๐๘๙	+ ๙.๙๔	๗๕.๑	+ ๔๕.๘๓
๒๕๑๗	๑,๒๘๓,๔๘๐	+๑๑๐.๗๒	๒๗๖.๕	+๒๖๘.๑๘
๒๕๑๘	๑,๖๐๖,๑๓๖	+ ๒๕.๑๔	๓๔๕.๘	+ ๒๕.๐๖
๒๕๑๙	๒,๖๗๑,๑๓๐	+ ๖๖.๓๑	๖๐๕.๖	+ ๗๕.๘๔
๒๕๒๐	๓,๑๓๐,๔๓๕	+ ๑๗.๒๐	๗๕๐.๐	+ ๒๔.๐๕

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและการส่งออกของประเทศไทยประจำเดือน ธันวาคม ๒๕๑๑ - ๒๕๒๐ ของกรมศุลกากร

ชื่อผู้ผลิต	เครื่องหมายการค้า ของตนเอง	เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ
๑. บริษัท อาหารสยาม จำกัด	Siam Food	Royalty, Thrifty Maid, Royal Choice, Nature's Farm, Southern Delight, Kon Tiki, Blue Mountain, Tesco, Goddess, Golden Gate, Beach Flower, Lorado, Santcap, Toshoku, Sticken Label, Tropicana, and Good Value.
๒. บริษัท อาหารสากล จำกัด	UFC	Nifda, Sexton, Dairy Queen, Pacific Isle, Thrifty Maid, Austracan, Southern Delight, Mondial, Summit, Standby, Blue Mountain, Palanda, Fan Brand, Nature's Farm.
๓. บริษัท ผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	TFCC.	Victory, Royalty, Goddess, Beach Flower, Ligo Island Gold, Botan, Geisha, Kon Tiki, Empress, Palanda, Riviera Empire.

ชื่อผู้ผลิต	เครื่องหมายการค้า ของตนเอง	เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ
๘. บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรด กระป๋องไทย จำกัด	TPC.	Five Circles Dunia, Pacific Beauty, Calirose, Spatola Deluxe, Island Beauty, Harvest of Eden, Island Sun, Blue Flag, Imperial, Cover Leaf, Old Time, Table Treat, Nature's Farm, 3 Diamond, Golden Pagoda, Geisha, Hilltop, Topsy, Island Sun, Pacific Isle, Summit, Hillgo, Typhone, Thrifty Maid, Three Castle, Lim Kee, Ace of Diamond.
๕. บริษัท ท.พ.ว. จำกัด	TFV.	Imperial, Palanda, Golden Gate, Orchids, Appetit.
๖. บริษัท โดลไทยแลนด์ จำกัด	Dole	-
๗. อ.ส.ร.	PFO.	Armour, Manna, Nature's Farm.

๒. ตลาดสับปะรคระป้องที่สำคัญของไทย

ก) สหรัฐอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดสับปะรคระป้องที่สำคัญที่สุดของไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ปริมาณสับปะรคระป้องที่ส่งออกของไทยมากกว่าร้อยละ ๕๐ ส่งไปขายในตลาดสหรัฐอเมริกา จากสถิติการส่งออกสับปะรคระป้องของกรมศุลกากรตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ ปรากฏว่า ในระหว่างปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๖ การส่งสับปะรคระป้องไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกาลดลงทั้งปริมาณและมูลค่า คือในปี ๒๕๑๓ ปริมาณส่งออก ๔๓๗,๓๔๑ ฝีบ มูลค่า ๔๐,๐๑๔,๒๐๗ บาท ลดลงเหลือ ๒๗๘,๖๓๑ ฝีบ มูลค่า ๓๔,๑๕๓,๖๘๗ บาท ในปี ๒๕๑๖ ทั้งนี้เพราะปริมาณการส่งออกของสับปะรคระป้องของไทยทั้งประเทศมีปริมาณลดลง แต่หลังจากปี ๒๕๑๖ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรคระป้องไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว คือเพิ่มเป็น ๘๘๔,๓๘๕ ฝีบ มูลค่า ๑๙๙,๙๖๗,๒๐๖ บาท ในปี ๒๕๑๘ และ ๑,๒๗๐,๑๔๔ ฝีบ มูลค่า ๒๙๕,๕๘๒,๙๖๖ บาท ในปี ๒๕๑๙ (ดูตารางที่ ๓๗)

✓ สับปะรคระป้องที่ส่งไปยังสหรัฐอเมริกานั้น ส่วนใหญ่เป็นสับปะรคระป้องชนิดคุณภาพดี ราคาค่อนข้างสูง และผลิตตามเครื่องหมายการค้าของผู้ซื้อในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะ บริษัท โคลไทยแลนด์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ชาวอเมริกันถือหุ้นใหญ่ผลิตสับปะรคระป้องภายใต้เครื่องหมายการค้า "โคล" ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม การส่งสับปะรคระป้องไปยังสหรัฐอเมริกาต้องแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศอื่น ๆ เช่น ไต้หวัน และฟิลิปปินส์ และผู้ผลิตในประเทศไทยเสียเปรียบค่านาคาขนส่งที่สูงกว่า เนื่องจากอยู่ไกลกว่า นอกจากนี้ บริษัทโคลจำกัดแห่งสหรัฐอเมริกาได้ไปร่วมทุนตั้งโรงงานผลิตสับปะรคระป้องในประเทศฟิลิปปินส์ด้วย โอกาสที่จะขยายตลาดสับปะรคระป้องในสหรัฐอเมริกาให้มากขึ้นนั้นยังไม่แจ่มใสนัก

ปัจจุบันสับปะรคระป้องไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ได้รับความนิยมพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP.) จากสหรัฐอเมริกา แต่เรียกเก็บอากรขาเข้าในอัตรา ๐.๗๕ เซนต์ต่อปอนด์ ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับอากรขาเข้าของประเทศนำเข้าอื่น ๆ

ตารางที่ ๓๗

ปริมาณสัมประการะปองที่ส่งไปตลาดสหรัฐอเมริกา ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙

(ปริมาณ : ทัม, มูลคา : บาท)

ปี	ปริมาณส่งออกตลาด สหรัฐอเมริกา	มูลคา	อัตราส่วนต่อจำนวนส่งออก ทั้งสิ้นของไทย
๒๕๑๓	๔๓๗, ๓๔๑	๔๐, ๐๑๔, ๒๐๗	๗๓.๗๔
๒๕๑๔	๓๐๙, ๘๔๗	๓๐, ๐๑๕, ๒๕๓	๖๘.๐๕
๒๕๑๕	๓๐๕, ๐๗๒	๕๑, ๔๕๙, ๖๑๔	๕๕.๐๗
๒๕๑๖	๒๗๘, ๖๓๑	๓๔, ๑๕๓, ๖๘๗	๔๕.๗๕
๒๕๑๗	๔๗๖, ๖๗๘	๙๙, ๓๙๙, ๔๖๐	๓๗.๑๔
๒๕๑๘	๘๘๔, ๓๙๕	๑๙๙, ๙๖๗, ๒๐๖	๕๕.๐๖
๒๕๑๙	๑, ๒๗๐, ๑๔๔	๒๙๕, ๕๘๒, ๙๖๖	๔๗.๕๕

ที่มา : วารสารการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทยประจำเดือน ธันวาคม ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙

ข) ญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสัมประการะปองที่สำคัญอีกประเทศหนึ่งของไทย จากสถิติการส่งออกสัมประการะปองของกรมศุลกากรตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ ปรากฏว่าปริมาณการส่งสัมประการะปองไปประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี และมีปริมาณสูงสุดในปี ๒๕๑๗ หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกเริ่มลดลง คือญี่ปุ่นซื้อสัมประการะปองจากไทย ๔๙,๕๒๕ ทัม มูลคา ๕,๘๕๑,๕๒๑ บาท ในปี ๒๕๑๓ เพิ่มขึ้นเป็น ๑๔๙,๐๓๕ ทัม มูลคา ๑๕,๔๙๕,๙๔๐ บาท ในปี ๒๕๑๕ และเพิ่มสูงสุดเป็น ๒๑๒,๖๑๗ ทัม มูลคา ๕๓,๘๐๙,๘๕๖ บาท ในปี ๒๕๑๗ และลดลงเหลือ ๑๔๕,๓๖๓ ทัม มูลคา ๔๐,๖๐๕,๙๘๒ บาท

ในปี ๒๕๑๙ (คูตารางที่ ๓๘) สาเหตุที่ปริมาณการส่งไปญี่ปุ่นมีจำนวนลดลง เพราะญี่ปุ่นลดจำนวนโควตานำเข้าเหลือเพียง ๒๓,๐๐๐ ตัน หรือ ๕๔๘,๘๓๗ ฝีบเท่านั้น ซึ่งทำให้ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศไต้หวันและฟิลิปปินส์มากขึ้น นอกจากนี้ญี่ปุ่นนิยมบริโภคสับปะรดสดและสับปะรดแช่แข็งจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการสับปะรดกระป๋องลดน้อยลง

สับปะรดกระป๋องที่ส่งไปขายในตลาดญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋องคุณภาพดี มีราคาสูง ได้แก่ สับปะรดกระป๋องชนิด Fancy Slice หรือ Choice Slice ปี ๒๕๒๐ ญี่ปุ่นสามารถผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อสนองความต้องการในประเทศได้ส่วนหนึ่ง เมื่อราคาของปัจจัยการผลิตทุกชนิดสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องในญี่ปุ่นสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตในประเทศอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง ญี่ปุ่นจึงจำเป็นต้องหามาตรการคุ้มครองอุตสาหกรรมผลิตสับปะรดกระป๋องในประเทศเพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยกำหนดโควตาการนำเข้าของสับปะรดกระป๋องจากต่างประเทศ และยังได้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าไว้ในอัตราร้อยละ ๕๕ ของมูลค่านำเข้าหรือประมาณ ๔.๘๐ บาทต่อสับปะรดกระป๋อง ๑ กก. อีกด้วย ดูทางที่ประเทศไทยจะขยายตลาดสับปะรดกระป๋องในตลาดญี่ปุ่นให้กว้างขวางมากขึ้นในอนาคตนั้นมีโอกาสน้อยมาก

ค) กลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (EEC) ประเทศไทย ส่งสับปะรดกระป๋องไปจำหน่ายในตลาดของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ ประเทศ เยอรมันตะวันตก เบนเนลักซ์ (เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และลักเซมเบิร์ก) ฝรั่งเศส อิตาลี เคนมาร์ก ไอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร ตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปียกเว้นปี ๒๕๑๔ เท่านั้นที่ปริมาณการส่งออกตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลง คือส่งออกปริมาณ ๖๙,๓๐๒ ฝีบ มูลค่า ๕,๔๔๘,๕๖๖ บาท ในปี ๒๕๑๔ เพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ ๕๐๓,๘๕๔ ฝีบ มูลค่า ๑๐๓,๒๙๒,๗๒๐ บาท ในปี ๒๕๑๗ และเพิ่มขึ้นเป็น ๘๐๔,๒๗๐ ฝีบ มูลค่า ๑๖๐,๗๘๓,๖๐๕ บาท ในปี ๒๕๑๙ (คูตารางที่ ๔๐) จากสถิติการส่งออกนี้จะเห็นว่านอกจากปริมาณและมูลค่าการส่งออกแต่ละปีจะเพิ่มขึ้นแล้ว อัตราส่วนของ

การส่งออกไปยังประเทศกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปต่อการส่งออกทั้งสิ้นของไทยก็เพิ่มขึ้นด้วย คือจากร้อยละ ๑๕.๒๒ ในปี ๒๕๑๔ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๓๙.๒๖ ในปี ๒๕๑๗ และร้อยละ ๓๐.๑๑ ในปี ๒๕๑๙

ประเทศเยอรมันตะวันตกเป็นตลาดสัมปะรคระป้องกันที่สำคัญที่สุดของไทยในกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ปริมาณการส่งออกของไทยประมาณร้อยละ ๔๐ ของปริมาณที่ส่งไปกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปไปในประเทศเยอรมันตะวันตก (ดูตารางที่ ๔๑) สัมปะรคระป้องกันที่ส่งไปตลาดของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนี้เป็นชนิดคุณภาพรอง เพราะผู้ซื้อมักจะคำนึงถึงราคามากกว่าคุณภาพ

ตารางที่ ๓๘

ปริมาณสัมปะรคระป้องกันที่ส่งไปตลาดญี่ปุ่นตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙

(ปริมาณ : ตีบ, มูลค่า : บาท)

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	อัตราส่วนต่อจำนวนส่งออกทั้งสิ้นของไทย
๒๕๑๓	๔๙,๕๒๕	๕,๘๕๑,๔๒๑	๘.๓๕
๒๕๑๔	๓๕,๘๐๐	๕,๘๓๐,๕๘๐	๗.๘๖
๒๕๑๕	๑๔๙,๐๓๕	๑๕,๔๙๕,๙๔๐	๒๖.๙๐
๒๕๑๖	๑๐๕,๖๖๖	๑๖,๔๗๒,๘๙๐	๑๗.๓๕
๒๕๑๗	๒๑๒,๖๑๗	๕๓,๘๐๙,๘๕๖	๑๖.๕๗
๒๕๑๘	๖๐,๑๐๖	๑๔,๔๙๓,๗๓๖	๓.๗๔
๒๕๑๙	๑๔๕,๓๖๓	๔๐,๖๐๕,๙๘๒	๕.๔๔

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ ของกรมศุลกากร

เหตุที่ปริมาณการส่งสับประคระป้องไปจำหน่ายในตลาดของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี เพราะประชาคม ฯ มีมาตรการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่กำลังพัฒนา เพื่อให้สามารถขยายตัวทางด้านการอุตสาหกรรมและ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น มาตรการความช่วยเหลือดังกล่าวคือ "ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร เป็นการทั่วไป" (Generalized System of Preference) หรือ GSP. ด้วยการลดอัตราภาษีอากรขาเข้าแก่สินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตในประเทศกำลังพัฒนา แต่การให้สิทธิพิเศษนี้ประชาคม ฯ ได้กำหนดโควตาไว้แต่ละปี หากมีการนำเข้าครบตามจำนวนแล้วต้องเสียภาษีในอัตราปกติเช่นเดียวกับประเทศพัฒนาอื่น ๆ

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้กำหนดจำนวนโควตาการนำเข้าสับประคระป้องเข้าประเทศภายใต้ความช่วยเหลือตามระบบการให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรแก่ผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาอุตสาหกรรม โดยกำหนดจำนวนโควตาที่อนุญาตให้นำเข้าเป็นรายปี สับประคระป้องที่นำเข้าตามโควตานั้นจะได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าเป็นพิเศษ ปัจจุบันเรียกเก็บอากรขาเข้าของสับประคระป้องไว้ดังนี้ สับประคระป้องชนิดวงแหวนหรือวงและครึ่งวง เก็บอากรขาเข้าอัตราร้อยละ ๑๕ สับประคระป้องชนิดอื่น ๆ นอกจากสามชนิดดังกล่าวข้างต้นเก็บอากรขาเข้าอัตราร้อยละ ๑๒ ในขณะที่อัตราอากรขาเข้าปกติของสับประคระป้องประมาณร้อยละ ๒๒ ของมูลค่า การที่ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรปย่อมเป็นผลดีแก่ผู้ผลิตในประเทศที่จะสามารถขยายตลาดสับประคระป้องในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้มากยิ่งขึ้น โดยสามารถแข่งขันกับสับประคระป้องของประเทศที่พัฒนาทั้งหลายได้เพราะราคาต่ำกว่า

จำนวนโควตาสับประคระป้องที่กลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาภายใต้ระบบ GSP. นั้น ตั้งแต่ปี ๒๕๑๗ เป็นต้นมาโควตาสับประคระป้องชนิดวงแหวนมีจำนวนคงที่ คือประมาณ ๖๕๑,๑๖๔ ฝีบตอมปี ส่วนโควตาของสับประคระป้องชนิดอื่น ๆ นอกจากชนิดวงแหวนหรือชนิดวงแหวน และครึ่งวง มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี คือมีปริมาณ ๘๖๕,๑๑๖ ฝีบในปี ๒๕๑๗ - ๒๕๑๘ เพิ่มขึ้นเป็น ๖๘๗,๖๗๗ ฝีบในปี ๒๕๑๘

และ ๘๓๓,๒๐๙ ตีบในปี ๒๕๒๐ โดยเฉพาะในปี ๒๕๒๐ นี้ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปยังได้ให้โควตาสำรองกับสัมประครกระปองชนิดนี้ไว้อีก ๒๐๙,๓๐๒ ตีบ (ดูตารางที่ ๓๙) จากจำนวนโควตาการนำเข้าสัมประครกระปองของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในตารางที่ ๓๙ จะเห็นว่าประเทศสหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่ให้โควตามากที่สุด รองลงมาได้แก่ เยอรมันตะวันตก เบนเนลักซ์ อิตาลี เดนมาร์ก ไอร์แลนด์ และฝรั่งเศส ตามลำดับ และจากการส่งสัมประครกระปองของไทยไปตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในตารางที่ ๔๐ ปรากฏว่าเยอรมันตะวันตกเป็นตลาดสัมประครกระปองที่สำคัญที่สุดของสัมประครกระปองของไทยในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ปัจจุบันไทยส่งออกได้เกินจำนวนโควตาที่เยอรมันตะวันตกให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาแล้ว ส่วนสหราชอาณาจักรซึ่งเป็นประเทศที่ให้โควตามากที่สุดนั้นประเทศไทยส่งสัมประครกระปองไปขายได้จำนวนน้อยมาก ทั้งนี้เพราะสัมประครกระปองของมาเลเซียมีราคาถูกกว่าเนื่องจากสหราชอาณาจักรยกเว้นภาษีนำเข้าสัมประครกระปองจากประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศในเครือจักรภพและประเทศอัฟริกาใต้ซึ่งเป็นสมาชิกสมทบของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

๔) ประเทศผู้นำเข้าอื่น ๆ ตลาดสัมประครกระปองของไทยนอกจากประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ยังมีประเทศผู้ซื้อรายย่อย ๆ อีกจำนวนมาก เช่น ประเทศแคนาดา สเปน อิหร่าน ฮองกง สวีเดน และเยเมน เป็นต้น แต่ปริมาณสัมประครกระปองที่ประเทศไทยส่งไปขายในประเทศเหล่านี้ยังมีจำนวนน้อย

๓. ราคาของสัมประครกระปอง สัมประครกระปองส่งออกของไทยคิดตามราคา F.O.B. ณ ท่าเรือกรุงเทพ ๆ แตกต่างกันตามชนิดของสัมประครกระปอง เช่น สัมประครกระปองชนิดคิกโก้แก่ Fancy Slice หรือ Choice Slice ราคาเฉลี่ยประมาณ ๓๐๐ - ๓๒๐ บาทคอตีบ ส่วนสัมประครกระปองชนิดชิ้นย่อย หรือชิ้นเศษ ราคาเฉลี่ยประมาณ ๑๕๐ - ๒๒๐ บาทคอตีบ นอกจากนั้นราคาของสัมประครกระปองยังแตกต่างกันออกไปตามตลาดผู้ซื้อในประเทศต่าง ๆ อีกด้วย ทั้งนี้เพราะการระวางเรือขนส่งสัมประครกระปองจากประเทศผู้ผลิตไปยังประเทศผู้ซื้อไม่เท่ากัน

ตารางที่ ๓๙

จำนวนโควตาสับปะรดกระป๋องที่ได้รับสิทธิพิเศษจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

(หน่วย : ตัน)

ประเทศสมาชิก	สับปะรดกระป๋องชนิดแวน หรือวงแวนหรือครึ่งวงแวน		สับปะรดกระป๋องชนิดอื่น ๆ		
	๒๕๑๙	๒๕๒๐	๒๕๑๗-๒๕๑๘	๒๕๑๙	๒๕๒๐
เยอรมันตะวันตก	๒๒๘, ๓๗๒	๒๒๘, ๓๗๒	๙๕, ๓๔๙	๑๔๓, ๐๒๓	๑๗๑, ๖๒๘
เบลเนลักซ์	๘๔, ๖๕๑	๘๔, ๖๕๑	๒๒, ๗๙๑	๓๔, ๑๘๖	๔๑, ๐๒๓
ฝรั่งเศส	๖, ๕๑๒	๖, ๕๑๒	๒, ๓๒๖	๓, ๔๘๘	๔, ๑๘๖
อิตาลี	๑๘, ๑๔๐	๑๘, ๑๔๐	๙, ๓๐๒	๑๓, ๙๕๖	๑๖, ๗๔๔
เคนมาร์ค	๑๗, ๙๐๗	๑๗, ๙๐๗	๘, ๘๓๗	๑๓, ๒๕๖	๑๕, ๙๐๗
ไอร์แลนด์	๖, ๕๑๒	๖, ๕๑๒	๔, ๖๕๑	๖, ๙๗๗	๘, ๓๗๒
สหราชอาณาจักร	๒๘๙, ๐๗๐	๒๘๙, ๐๗๐	๓๒๑, ๘๖๐	๔๘๒, ๗๙๑	๕๗๙, ๓๔๙
รวม	๖๕๑, ๑๖๔	๖๕๑, ๑๖๔	๔๖๕, ๑๑๖	๖๙๗, ๖๗๗	๘๓๗, ๒๐๙
โควตาสารอง	-	-	-	-	๒๐๙, ๓๐๒
อัตรานิติพิเศษ	๑๕ %	๑๕ %	๑๒ %	๑๒ %	๑๒ %
อัตรานิติปกติ	๒๒ %	๒๒ %	๒๒ %	๒๒ %	๒๒ %

ที่มา : รายงานโควตาสับปะรดกระป๋องที่ได้รับสิทธิพิเศษจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป, กองควบคุมสินค้าขาออก, กรมการค้าต่างประเทศ, กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ ๔๐

ปริมาณสัมประคกรปะองที่ไทยสงไปขายในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

(ปริมาณ : ทัพ, มูลค่า : บาท)

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	อัตราส่วนต่อจำนวนส่งออกทั้งสิ้น
๒๕๑๓	๑๐๖,๒๖๕	๙,๔๘๓,๙๙๙	๑๓.๙๒
๒๕๑๔	๖๙,๓๐๒	๕,๔๔๘,๕๖๖	๑๕.๒๒
๒๕๑๕	๘๔,๐๘๔	๖,๘๑๐,๙๕๒	๑๕.๑๘
๒๕๑๖	๑๖๘,๐๓๐	๑๓,๑๕๒,๓๒๐	๒๓.๕๙
๒๕๑๗	๕๐๓,๘๕๔	๑๐๓,๒๙๒,๓๒๐	๓๙.๒๖
๒๕๑๘	๕๒๐,๖๘๔	๓๖,๙๖๘,๙๓๕	๒๖.๑๙
๒๕๑๙	๘๐๔,๒๓๐	๑๖๐,๓๘๓,๖๐๕	๓๐.๑๑

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม ๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ ของกรมศุลกากร.

ตารางที่ ๔๑

ปริมาณสัมประการระปองที่ไทยสงไปขายในตลาดเยอรมันตะวันตก

(ปริมาณ : ทัพ, มูลค่า : บาท)

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	อัตราส่วนต่อจำนวน ส่งออกทั้งสิ้น	อัตราส่วนต่อจำนวน ส่งออกใน EEC.
๒๕๑๓	๑๐๓, ๗๓๑	๙, ๒๓๑, ๐๖๙	๑๗.๔๙	๙๗.๖๒
๒๕๑๔	๖๕, ๑๗๑	๕, ๑๐๒, ๘๖๔	๑๔.๓๑	๙๔.๐๔
๒๕๑๕	๕๙, ๔๒๓	๔, ๖๗๗, ๑๔๖	๑๐.๗๓	๗๐.๖๗
๒๕๑๖	๑๓๗, ๐๐๐	๑๓, ๙๕๐, ๕๓๓	๒๒.๔๙	๘๑.๕๓
๒๕๑๗	๓๗๘, ๕๕๑	๗๖, ๗๑๓, ๐๐๒	๒๙.๔๙	๗๕.๑๓
๒๕๑๘	๓๕๖, ๗๖๒	๖๔, ๒๔๐, ๙๓๒	๒๒.๒๑	๘๔.๘๑
๒๕๑๙	๗๐๗, ๖๔๓	๑๓๙, ๒๘๓, ๘๐๕	๒๖.๔๙	๘๗.๙๙

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม
๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ ของกรมศุลกากร

จากสถิติราคาสัมประรดกระป๋องเฉลี่ยของมูลค่าส่งออก F.O.B. ของไทยตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ - ๒๕๒๐ ปรากฏว่า ระหว่างปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๕ ราคาสัมประรดกระป๋องคอนข้างจะคงที่และมีราคาต่ำ คือ ประมาณ ๔๓ - ๕๗ บาทต่อหีบ แต่หลังจากนั้นราคาได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในปี ๒๕๑๖ - ๒๕๑๗ ราคาส่งออกของสัมประรดกระป๋องเพิ่มสูงขึ้นมากจาก ๑๒๓ บาทต่อหีบ เป็น ๒๑๕ บาทต่อหีบ ทั้งนี้เพราะกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมัน (โอเปค) ได้ประกาศขึ้นราคาของน้ำมันดิบ เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตทุกชนิดมีราคาสูงขึ้น ส่วนราคาปัจจุบันเฉลี่ยประมาณ ๒๓๘ บาทต่อหีบ (ดูตารางที่ ๕๒)

จากการศึกษาต้นทุนการผลิตสัมประรดกระป๋องของไทยในบทที่ ๕ ปรากฏว่า สัมประรดกระป๋องขนาดบรรจุ ๒๐ ออนซ์ หีบละ ๒๔ กระป๋อง มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยประมาณ ๑๑๓ - ๑๓๕ บาท หรือเทียบเป็นชนิดขนาดบรรจุ ๓๐ ออนซ์ หีบละ ๒๔ กระป๋อง (หีบมาตรฐาน) จะมีต้นทุนการผลิตประมาณ ๑๗๐ - ๒๐๓ บาท ทั้งนี้ขึ้นกับคุณภาพและราคาของวัตถุดิบตลอดจนกรรมวิธีการผลิตของแต่ละโรงงานซึ่งแตกต่างกัน และสามารถส่งออกจำหน่ายต่างประเทศราคา F.O.B. ประมาณ ๒๓๘ บาทต่อหีบ ซึ่งจะให้ส่วนต่างระหว่างต้นทุนการผลิตกับราคาส่งออก F.O.B. ประมาณ ๓๕ - ๖๕ บาทต่อหีบ เงินในจำนวนนี้ผู้ผลิตต้องใช้จ่ายเป็นค่าขนส่งสัมประรดกระป๋องจากโรงงานไปยังท่าเรือส่งออก ประมาณ ๗๐ - ๘๐ บาทต่อตัน หรือประมาณ ๑.๕๐ บาทต่อหีบ ค่าเช่าท่าเรือ ค่าธรรมเนียมการส่งออกและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประมาณ ๒ บาทต่อหีบ ค่านายหน้าในการขายสินค้าร้อยละ ๒ ของราคาขาย ประมาณ ๔.๕๐ บาทต่อหีบ ค่าดอกเบี้ยขายลดประมาณ ๓ บาทต่อหีบ (การจำหน่ายสัมประรดกระป๋องเมื่อโรงงานผู้ผลิตได้รับสัญญาซื้อขายกับต่างประเทศแล้วสามารถนำสัญญาไปขายให้แกธนาคารพาณิชย์เอาเงินออกมาใช้ก่อนได้โดยเสียดอกเบี้ยต่ำกว่าอัตราปกติร้อยละ ๓ หรือประมาณ ร้อยละ ๗ ต่อปี) และค่าใช้จ่ายในการขายทั้งสิ้นประมาณ ๑๔ บาทต่อหีบ จะทำให้ผู้ผลิตได้กำไรประมาณ ๒๑ - ๕๔ บาทต่อหีบ ซึ่งคิดเป็นกำไรประมาณร้อยละ ๑๒ - ๒๕ ของต้นทุนการผลิต นับได้ว่ามีกำไรที่พอสมควร แต่เนื่องจากสัมประรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมแปรสภาพจากผลิตผลทางการเกษตรซึ่งราคาของวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และราคาต้นทุนการผลิตในบทที่ ๕ นั้นก็มาจาก

สับปะรดสดกิโลกรัมละ ๑ บาท ราคานี้อาจซื้อได้ในฤดูที่มีสับปะรดสดมาก แต่นอกฤดูสับปะรด
ราคาอาจสูงถึงกิโลกรัมละ ๑.๕๐ บาท จะทำให้ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องสูงขึ้น
ประมาณ ๒๒ - ๒๕ บาทต่อหีบ โอกาสที่ผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องจะได้อำไรมีน้อยมาก

ส่วนต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ นั้น ไม่สามารถที่
จะหาตัวเลขที่แน่นอนได้ ทั้งนี้เพราะต้นทุนการผลิตทุกประเทศจะปิดไว้เป็นความลับ แต่จาก
การศึกษาราคาของปัจจัยการผลิตในประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังได้
เปรียบกว่าเพราะมีอัตราค่าจ้างแรงงานและค่าวัตถุดิบต่ำกว่า แม้ว่าประเทศไทยต้องเสีย
ค่าระวางเรือสูงกว่าก็ตาม ค่าต้นทุนการผลิตยังสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตในต่างประเทศได้
ดังตัวอย่างเช่น ราคา C & F สับปะรดกระป๋องชนิดชั้นย่อยในสหรัฐอเมริกาในปี ๒๕๐๙
จากประเทศไทยราคาประมาณ ๒๑๐ บาทต่อหีบ ใต้อวันและมาเลเชียประมาณ ๒๐๔ บาท
ต่อหีบ ฟิลิปปินส์และฮาวาย ประมาณ ๒๔๐ - ๒๕๕ บาทต่อหีบ ส่วนในปัจจุบันสับปะรด
กระป๋องของไทยก็ยังสามารถขายในราคาต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ
(ดูตารางที่ ๔๓)

๕. การขนส่งสินค้า เรือเดินทะเลเป็นยานพาหนะที่ใช้ขนส่งสินค้าที่สำคัญ
ที่สุดในปัจจุบัน เพราะสามารถขนส่งสินค้าได้ครั้งละจำนวนมาก ๆ และค่าขนส่งต่ำกว่า
การขนส่งด้วยวิธีอื่น ๆ แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ประเทศไทยไม่ได้มีการส่งเสริมกิจการพาณิชย์
นาวีให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ปัจจุบันพาณิชย์นาวีของไทยนับได้ว่ามีขนาด
เล็กที่สุดในบรรดาประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียน ๒/ และถือได้ว่าอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อ
เปรียบเทียบกับประเทศที่มีขนาดและฐานะทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกันกับประเทศไทย เรือที่

๒/ "Shipping : Progress is painfully slow" Annual Economic Review 1977. (A Supplement of Bangkok Post, 31 December 1977) p. 38

มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเรือเก่าที่ผ่านการใช้งานมาแล้วนานปี และมีขนาดไม่เกิน ๘,๐๐๐ ตัน จึงไม่สามารถแล่นบริการรับส่งสินค้าระยะทางไกล ๆ เช่นยุโรปหรืออเมริกาได้ การที่กิจการพาณิชย์นาวีมีขนาดเล็กนอกจากจะทำให้ประเทศชาติขาดรายได้จากการระวางเรือที่ควรจะได้รับแล้วยังจะทำให้การระวางขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ สูงกว่า เนื่องจากไม่มีอำนาจการต่อรองกับขมรมเรือเดินทะเล

ตารางที่ ๘๒

ราคาส่งออก F.O.B. เฉลี่ยของสับปะรดกระป๋องไทย

(หน่วย : บาท)

ปี	ราคา F.O.B. โดยเฉลี่ย	ราคา F.O.B. ส่งไปยังประเทศ			
		สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	ประเทคมยุโรป	เยอรมัน ฯ
๒๕๑๓	๕๓.๓๓	๕๑.๕๕	๑๑๘.๑๕	๘๕.๒๕	๘๘.๕๕
๒๕๑๔	๕๖.๖๖	๕๖.๘๗	๑๓๔.๕๓	๗๘.๖๒	๗๘.๓๐
๒๕๑๕	๕๒.๘๕	๑๖๘.๖๘	๑๐๓.๕๘	๘๑.๐๐	๗๘.๓๐
๒๕๑๖	๑๒๓.๓๓	๑๒๒.๕๘	๑๕๕.๕๘	๑๐๒.๐๒	๑๐๑.๘๓
๒๕๑๗	๒๑๕.๕๕	๒๐๘.๕๓	๒๕๓.๕๐	๒๐๕.๕๖	๒๐๒.๖๕
๒๕๑๘	๒๑๕.๓๕	๒๒๖.๑๑	๒๔๑.๐๘	๑๘๕.๕๖	๑๘๐.๐๗
๒๕๑๙	๒๒๖.๓๖	๒๓๒.๗๒	๒๗๕.๓๕	๑๕๕.๕๑	๑๕๖.๘๓
๒๕๒๐	๒๓๘.๒๒ *	๒๔๑.๒๓	๓๑๓.๖๘	๒๑๒.๕๕	๒๐๖.๒๕

ที่มา : วารสารสถิติการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม

๒๕๑๓ - ๒๕๑๙ และเดือน เมษายน ๒๕๒๐ ของกรมศุลกากร

* เป็นราคาเฉลี่ยตั้งแต่เดือน มกราคม - เมษายน ๒๕๒๐

ตารางที่ ๔๓

ราคา C & F ของสับประคกระป๋องในตลาดประเทศต่าง ๆ

(หน่วย : บาท)

ประเทศผู้ผลิต	ตลาดสหรัฐ ฯ ชนิดชั้นย่อย	ตลาดญี่ปุ่น ชนิดแวน	ประชาคมยุโรป ฯ		ตะวันออกกลาง ชนิดแวน
			ชนิดแวน	ชนิดชั้นย่อย	
ไทย	๒๔๖	๓๔๓	๒๖๐	๒๑๐	๒๗๖
มาเลเซีย	๒๖๒	๒๘๗	๒๘๓	๒๕๖	๒๘๗
ไต้หวัน	๒๓๐	-	๒๖๔	๑๙๖	๒๗๕

ที่มา : เอกสารแจกในที่ประชุมการแก้ปัญหาสับประคกระป๋องที่สภาหอการค้าไทย
วันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๒๐

รายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนเรือพาณิชย์ที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศ (ขนาดระวาง
ขั้นต่ำตั้งแต่ ๑๐๐ ตันกรอสขึ้นไป) ของประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียน มีดังนี้

ประเทศ	เรือสินค้า (ลำ)	เรือบรรทุกน้ำมัน (ลำ)	อื่น ๆ (ลำ)	ระวางเรือ (ตัน)
สิงคโปร์	๔๖๑	๑๒๒	๑๕๘	๕,๕๒๐,๑๙๐
อินโดนีเซีย	๕๓๘	๖๘	๒๙๔	๒,๑๘๒,๖๔๒
ฟิลิปปินส์	๒๔๖	๔๘	๑๖๔	๑,๐๒๑,๕๑๕
มาเลเซีย	๗๘	๒๒	๖๐	๔๕๒,๙๖๕
ไทย	๔๑	๒๓	๒๗	๓๖๔,๑๙๗

ที่มา : เรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จากวารสารสภาการค้าของประเทศไทย
ปี ๒๕๑๙ ของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หน้า ๓๔๕

การขนส่งสินค้าทางเรือ มีสาระสำคัญ ดังนี้

ก) ประเภทของเรือบรรทุกสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีอยู่ ๓ ประเภทคือ

๑) เรือในชมรม (Conference) เป็นการรวมตัวของเรือสายต่าง ๆ ที่เดินทางในเส้นทางเดียวกัน เพื่อลดปัญหาการแข่งขันกันเอง รักษาผลประโยชน์ร่วมกัน และเพื่อแข่งขันกับเรือนอกชมรม มีการแบ่งปันสินค้า กำหนดอัตราค่าระวางเรือให้อยู่ในอัตราเดียวกัน ปัจจุบันมีชมรมเดินเรือที่บริการรับส่งสินค้าจากประเทศไทยกับประเทศต่าง ๆ อยู่ ๕ ชมรมเดินเรือด้วยกัน คือ

ชมรมเดินเรือไทย/สหรัฐฝั่งตะวันตก (แปซิฟิก)

ชมรมเดินเรือไทย/สหรัฐฝั่งตะวันออก (แอตลันติก)

ชมรมเดินเรือไทย/ยุโรป

ชมรมเดินเรือไทย/ญี่ปุ่น

ชมรมเดินเรือไทย/อ่าวเบงกอล

๒) เรือนอกชมรม (Non-Conference) ได้แก่เรือที่เดินทางประจำสายต่าง ๆ แต่ไม่ได้รวมตัวกันเป็นสมาชิกของชมรมเดินเรือ เรือนอกชมรมนี้มีการแข่งขันกันมาก โดยปกติจะเรียกเก็บอัตราค่าระวางเรือต่ำกว่าเรือในชมรมประมาณร้อยละ ๑๐ - ๓๐ ของอัตราค่าระวางเรือพื้นฐาน

๓) เรือจร (Tramp) ได้แก่เรือที่ไม่ได้เดินทางประจำสายใดสายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะผ่านมาเป็นครั้งคราวเท่านั้น เรือประเภทนี้คิดค่าระวางเรือต่ำมากแต่ไม่แน่นอน ไม่เหมาะแก่การส่งสินค้าประจำ

ข) อัตราค่าระวางเรือ อัตราค่าระวางเรือบรรทุกสินค้า ได้กำหนดไว้ ๒ ประเภท คือ

๑) อัตราค่าระวางพื้นฐาน (Basic freight rate) เป็นการกำหนดค่าระวางเรือตามค่าใช้จ่ายในการเดินเรือของแต่ละสาย การกำหนดเป็นอัตราค่าระวางเรือมี ๒ ประเภทคือ อัตราค่าระวางปิด (Close rate) หมายถึงอัตราค่าระวางเรือซึ่งชมรมเดินเรือได้กำหนดไว้แน่นอนแล้วในแต่ละสาย ผู้ให้บริการไม่สามารถจะต่อรอง

การวางเรือกับเจ้าของเรือได้เลย และอัตราค่าระวางเปิด (Open rate) หมายถึง อัตราค่าระวางเรือซึ่งขมรมเดินเรือไม่ได้กำหนดไว้แน่นอน ผู้ให้บริการกับเจ้าของเรือสามารถจะต่อรองอัตราค่าระวางเรือได้โดยอิสระ เรือในขมรมนิยมใช้อัตราค่าระวางปิด นอกจากสินค้าบางชนิดอาจใช้ค่าระวางเปิด ส่วนเรือนอกขมรมใช้อัตราค่าระวางเปิดเพื่อจะได้อัตราค่าระวางเรือกับผู้ใช้บริการได้

๒) ค่าธรรมเนียมพิเศษ (Surcharge) ใช้เป็นเครื่องปรับอัตราค่าระวางเรือพื้นฐานอีกทอดหนึ่ง เนื่องจากบริษัทเดินเรืออาจจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินเรืออย่างกระชั้นชิด ค่าธรรมเนียมพิเศษนี้คิดเป็นอัตราร้อยละของอัตราค่าระวางเรือพื้นฐาน ปัจจุบันค่าธรรมเนียมพิเศษที่ใช้อยู่ได้แก่ ค่าธรรมเนียมปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (Currency Adjustment Factor) หรือ CAF. ค่าธรรมเนียมปรับค่าน้ำมันเชื้อเพลิง (Bunker Adjustment Factor) หรือ BAF. ค่าธรรมเนียมผ่านคลองสุเอซ (Suez Surcharge) และค่าธรรมเนียมเนื่องจากการเสียดเวลาจอดเทียบท่านาน (Congestion Surcharge)

อัตราค่าระวางเรือพื้นฐานของขมรมเดินเรือสายต่าง ๆ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๑ - ๒๕๒๐ ได้มีการประกาศเพิ่มอัตราค่าระวางเรือหลายครั้ง โดยเฉพาะขมรมเดินเรือไทย/ยุโรป ได้ขึ้นอัตราค่าระวางเรือพื้นฐานสูงที่สุด คือสูงกว่าอัตราเดิมในปี ๒๕๑๑ ถึงร้อยละ ๑๖๙ ขมรมเดินเรือไทย/ญี่ปุ่น สูงกว่าเดิมร้อยละ ๕๐ และขมรมเดินเรือไทย/สหรัฐฝั่งตะวันออก และฝั่งตะวันตก สูงกว่าอัตราเดิมร้อยละ ๓๕ (ดูตารางที่ ๔๔)

การส่งสัมภาระปกป้องออกจำหน่ายต่างประเทศของไทย ผู้ให้บริการของเรือในขมรมเดินเรือเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะเรือในขมรมสามารถให้ความมั่นใจว่าจะมีที่ว่างสำหรับสัมภาระปกป้องที่จะส่งออก ช่วยให้สามารถส่งสัมภาระปกป้องถึงมือผู้ซื้อได้ทันตามกำหนดเวลา และเรือในขมรมยังมีส่วนลด (Rebate) แก่ผู้ใช้บริการของเรือในขมรมอีกร้อยละ ๑๐ ของอัตราค่าระวางเรือพื้นฐานอีกด้วย อัตราค่าระวางเรือพื้นฐานของสายเดินเรือต่าง ๆ ในปัจจุบันมีดังนี้

ชมรมเดินเรือไทย/ญี่ปุ่น ๓๕.๒๕ เหรียญสหรัฐต่อลูกบาศก์เมตร หรือ

๕๐.๐๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน หรือ

๕๐.๐๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

(บรรจุกอนเทนเนอร์)

ชมรมเดินเรือไทย/ยุโรป ๔๘.๒๕ เหรียญสหรัฐต่อลูกบาศก์เมตร

ชมรมเดินเรือไทย/สหรัฐฝั่งตะวันตก ๕๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

ชมรมเดินเรือไทย/สหรัฐฝั่งตะวันออก ๑๑๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

ส่วนอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษที่เก็บนั้นเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามภาวะค่าใช้จ่าย
 แอกจากสถิติค่าธรรมเนียมพิเศษที่เรียกเก็บในปี ๒๕๒๐ มีอัตราดังนี้

ค่าธรรมเนียมปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราประมาณร้อยละ ๑๒ - ๑๖

ค่าธรรมเนียมปรับค่าน้ำมันเชื้อเพลิงประมาณร้อยละ ๑๖ - ๒๒ และ

ค่าธรรมเนียมผ่านคลองสุเอซประมาณร้อยละ ๑.๗๕

อัตราค่าระวางเรือสินค้าของไทยสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะประเทศไทย
 อยู่ไกลตลาดมากกว่า และท่าเรือขนถ่ายสินค้าให้ความสะดวกได้น้อยกว่า เป็นผลทำให้ค่า
 ะวางเรือสูง และเมื่อชมรมเดินเรือประกาศขึ้นค่าระวางเรือจากอัตราค่าระวางเรือ
 พื้นฐานในอัตราเท่า ๆ กัน แต่อัตราเดิมของไทยสูงกว่ายอมทำให้อัตราค่าระวางเรือ
 พื้นฐานสูงขึ้นไปอีก อัตราค่าระวางเรือพื้นฐานสำหรับสัมภาระประกอบของสายเดินเรือ
 สหรัฐฝั่งตะวันออกหรือฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติกในปี ๒๕๒๐ จากประเทศต่าง ๆ มีดังนี้

ไทย ๕๐.๐๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

ฟิลิปปินส์ ๗๕.๗๕ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

ไต้หวัน ๗๗.๐๐ เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

อัฟริกาใต้ ๔๘.๕๐ เหรียญสหรัฐต่อลอนตัน

ไอวอรีโคสต์ ๔๐.๗๕ เหรียญสหรัฐต่อลอนตัน

(๑ เมตริกตัน = ๐.๙๘๔๒ ลอนตัน)

และตั้งแต่เดือน ตุลาคม ๒๕๒๐ การวางเรือจากประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา
ฝั่งตะวันออกหรือฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติกจะเพิ่มจากเดิม ๘๐ เหยี่ยวสหรัฐต่อเมตริกตัน เป็น
๑๑๐ เหยี่ยวสหรัฐต่อเมตริกตัน ซึ่งมีผลให้ต้นทุนสัมประรรคระป้องกันจากประเทศไทยสูงขึ้นไปอีก

๕. วิธีดำเนินการส่งออก การส่งออกสัมประรรคระป้องกันของผู้ผลิตในประเทศไทย
ส่วนใหญ่ดำเนินการส่งออกโดยโรงงานผู้ผลิตเอง และมีวิธีดำเนินการแตกต่างกันไป กล่าวคือ
บางบริษัทส่งออกโดยติดต่อกับผู้ซื้อในต่างประเทศโดยตรง แต่บางบริษัทมีตัวแทนในต่าง
ประเทศเพื่อเจรจากับผู้ซื้อและหาตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นด้วย การส่งออกของไทยจึงเป็นไป
ในรูปต่างคนต่างทำไม่มีการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งออก
โดยตรง แม้ว่าในขณะนี้ได้มีสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปแล้วก็ตาม แต่ยังไม่มีการร่วมมือ
กันเท่าที่ควรโดยเฉพาะด้านการส่งออก ทำให้มีการแข่งขันตัดราคาขายกันเอง ไม่มีการ
กำหนดเป้าหมายการผลิตและการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนการรวมพลังเพื่อ
แข่งขันกับผู้ผลิตสัมประรรคระป้องกันในประเทศอื่น ๆ

วิธีการดำเนินการส่งออกของผู้ผลิตสัมประรรคระป้องกันของไทยแตกต่างจากผู้ผลิต
ในประเทศอื่น ๆ คือ ประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ทุกประเทศมีหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนจัดตั้ง
ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ส่งออกโดยตรง ทำให้การผลิตและส่งออกของสัมประรรคระป้องกันไปอย่าง
มีประสิทธิภาพ ขายได้ราคาสูงและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งออกต่ำกว่า เช่น
ในไต้หวันมี Taiwan Pineapple Packers United Export Corporation
เป็นหน่วยงานที่กำหนดเป้าหมายการผลิต การส่งออก ควบคุมมาตรฐาน และกำหนดราคา
ของสัมประรรคระป้องกันเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ส่วนมาเลเซียมีรัฐบาลของ
มาเลเซียร่วมกับสิงคโปร์ได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัทเพื่อทำหน้าที่ดำเนินการส่งสัมประรรคระ
ออกชื่อ Consolidated Pineapple Sales Ltd. ส่วนในประเทศฟิลิปปินส์มีบริษัท
โคด และบริษัทเคลมองเต ซึ่งเป็นบริษัทของสหรัฐอเมริกามาลงทุนในฟิลิปปินส์เป็นผู้
ดำเนินการส่งออกทั้งสิ้น

ตารางที่ ๕๕

การเปลี่ยนแปลงอัตราการว่างเรื่อพนักงานของรัฐในไตรมาสที่ ๒๕๑๑ - ๒๕๒๐

ไตรมาสที่	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	๒๕๑๖	๒๕๑๗	๒๕๑๘	๒๕๑๙	๒๕๒๐	รวม
ไทย/ญี่ปุ่น	-	๑๐ %	-	๑๐ %	-	๑๐ %	๑๒.๕ %	๑๕ %	๑๐ %	-	๙๐ %
ไทย/ยุโรป	-	๙ %	-	๑๐ %	๑๕ %	๘ %	๓.๗ %	๑๘ %	๑๓.๕ %	๑๒.๕ %	๑๖๙ %
ไทย/สหรัฐ (มก)	-	๑๐ %	-	๑๐ %	-	-	-	-	-	๑๕ %	๓๙ %
ไทย/สหรัฐ (ออก)	๑๐ %	-	-	๑๐ %	-	-	-	-	-	๑๕ %	๓๙ %
ไทย/เบงกอล	-	๗.๕ %	-	๑๐ %	-	๑๐ %	๑๒.๕ %	๑๕ %	๑๕ %	๘.๕ %	๕๕ %

ที่มา : กองพาณิชย์กึ่งทางประเท กรมการการค้าทางประเท กระทรวงพาณิชย์.