



การศึกษาค้นคว้าอิสระ

การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูนกระป๋องของประเทศไทย
ไปประเทศสหรัฐอเมริกา

A CAPABILITY ANALYSIS OF EXPORTING CANNED TUNA
FROM THAILAND TO THE UNITED STATES OF AMERICA

นางสาวศิริลักษณ์ โชคชี้อย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2558

การศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง

การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย
ไปประเทศสหรัฐอเมริกา

A Capability Analysis of Exporting Canned Tuna from Thailand
to the United States of America

โดย

นางสาวศิริลักษณ์ โชคชัย

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

พ.ศ. 2558

นางสาวศิริลักษณ์ โชคชัย 2558: การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่า
กระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์เรวัต ธรรมาภิรมย์, Ph.D. 77 หน้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง
ในประเทศสหรัฐอเมริกา และวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย
ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed
Comparative Advantage Index: RCA) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market
Share Model: CMS) เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลใน 2 ช่วงเวลา คือ
ช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2553 และปี พ.ศ. 2554 – 2557

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าประเทศไทยมีค่า
RCA มากกว่า 1 ตลอดระยะเวลาที่ทำการวิเคราะห์ แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใน
การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1
แสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังตลาด
สหรัฐอเมริกา สำหรับผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่ามูลค่าการส่งออกปลา
ทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 113.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่ง
เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการแข่งขัน
ที่แท้จริง ผลจากการปรับทิศทางส่งออก และผลจากการกระจายตลาด โดยมีค่าเท่ากับ 182.31,
-15.42, -21.18 และ -32.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบทั้ง 4
ด้าน พบว่าไทยสูญเสียประโยชน์จากการกระจายตลาดมากที่สุด รองลงมาคือ การปรับทิศทาง
ส่งออก และการแข่งขันที่แท้จริง แต่ได้ประโยชน์จากการขยายตัวจากการส่งออกของตลาดโลก
ส่วนจีนได้ประโยชน์จากการปรับทิศทางส่งออก การแข่งขันที่แท้จริง และการขยายตัวของการ
ส่งออกของตลาดโลก ตามลำดับ แต่เสียประโยชน์จากการกระจายตลาด

สรุปโดยรวม ประเทศไทยยังมีศักยภาพสูงในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง แต่การ
ขยายตัวของการส่งออกไม่ได้มาจากความสามารถในการแข่งขัน แต่เป็นผลมาจากการขยายตัว
ของการส่งออกในตลาดโลก

Siriluck Chokcheechai 2015: A Capability Analysis of Exporting Canned Tuna from Thailand to the United States of America. Master of Economics (Business Economics), Major Field: Business Economics, Department of Economics. Independent Study Advisor: Associate Professor Rewat Thamma-Apiroam, Ph.D. 77 pages.

The objectives of this study are to analyze the environment of canned tuna in USA and the potential of canned tuna exported from Thailand to USA by applying the Revealed Comparative Advantage Index (RCA) and Constant Market Share Model (CMS) compared with China. The data from 2007 to 2010 and 2011 to 2014 were used in this study.

The results of RCA method indicate that the index of canned tuna exported from Thailand to USA market is greater than one in all periods of study. This suggests that Thailand has comparative advantage in USA market while the index of canned tuna exported from China to USA market is less than one. It can be seen that China has less comparative advantage than Thailand.

Apart from RCA index, The CMS model shows that the values of canned tuna exports increased by 113.30 million US dollars according to the expansion of the world export followed by pure competitiveness effect, the adjustment in export direction, and the effect of market distribution with the values of 182.31, -15.42, -21.18 and -32.41 million US dollars, respectively. The result also shows the market distribution is the major cause for Thailand in terms of losing benefits followed by the change in export direction and pure competitiveness. However, canned tuna exported from Thailand still benefited from the expansion of the world export while canned tuna exported from China benefited from the adjustment of export direction, pure competitiveness, and the expansion of the world export.

In conclusion, Thailand has great potential in canned tuna export, resulting from the expansion of the world export not from Thailand's competitiveness.

_____/_____/_____
Student's signature Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.เรวัต ธรรมมาภิรมย์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องของการศึกษาครั้งนี้มาโดยตลอด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณครอบครัวที่ให้อำลัใจมาโดยตลอด รวมทั้งขอบคุณเพื่อนร่วมงานทุกท่าน และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่อนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา อันเป็นผลให้การศึกษาค้นคว้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมรุ่น MBE20 รวมทั้งเจ้าหน้าที่ศูนย์บัณฑิตศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการค้นคว้าข้อมูลและเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

ศิริลักษณ์ โชคชัย

กรกฎาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	6
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	
การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎี	11
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	11
ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	13
แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	15
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
วิธีการเก็บข้อมูล	18
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในไทย	26
ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลก	42
ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกา	45
การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	51
การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	52
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	56
ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้	58
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	59
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	60
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	
ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	64
ภาคผนวก ข	
ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	71
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	77

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าตลาดส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551 – 2557	3
2	มูลค่าการนำเข้าปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2551 – 2557	4
3	โครงสร้างต้นทุนในการผลิตปลาทุ่นำกระป๋อง	33
4	มูลค่าการนำเข้าปลาทุ่นำกระป๋องในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2551 – 2557	42
5	มูลค่าการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2551 – 2557	43
6	คำดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย และประเทศจีนในการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องไปยัง ประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2551 – 2557	51
7	อัตราการขยายตัวของการส่งออก ปี พ.ศ. 2554 – 2557	52
8	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศไทย และประเทศจีนในประเทศสหรัฐอเมริกา เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2553 และ พ.ศ. 2554 – 2557	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ก 1	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	65
ก 2	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	66
ก 3	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของจีนไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	67
ก 4	มูลค่าการส่งออกปลาพ่นน้ำกระป๋องทั้งหมดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	68
ก 5	มูลค่าการส่งออกปลาพ่นน้ำกระป๋องของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	69
ก 6	มูลค่าการส่งออกปลาพ่นน้ำกระป๋องทั้งหมดของจีนไปยัง ตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ข 1	มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของโลก ปี พ.ศ. 2550 – 2557	72
ข 2	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2550 – 2557	73
ข 3	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของโลกไปยัง ตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	74
ข 4	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของไทยไปยัง ตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	75
ข 5	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของจีนไปยัง ตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550 – 2557	76

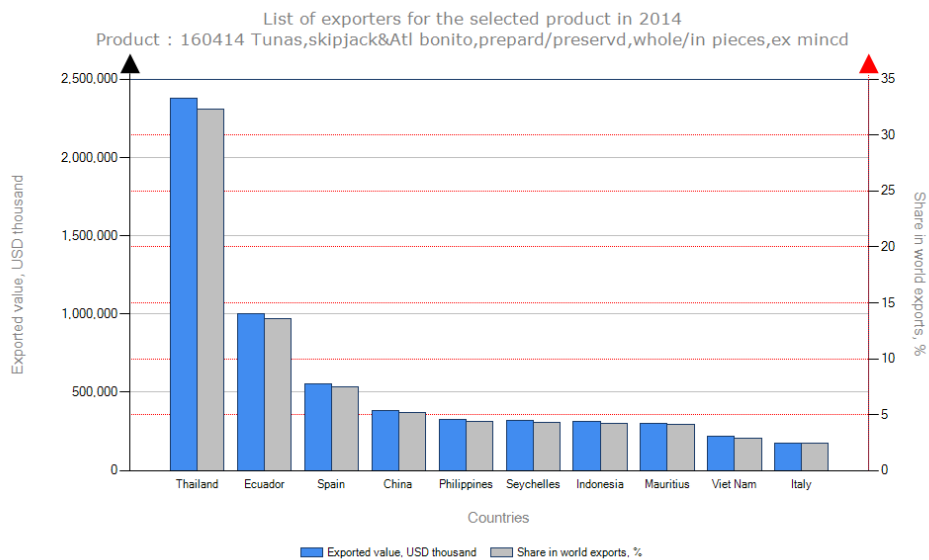
สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2557	1
2	ปลาทูน่าท้องแถบ	27
3	ปลาทูน่าครีบลีเอ็ง	28
4	ปลาทูน่าครีบบยาว	28
5	ปลาทูน่าตาโต	29
6	ปลาทูน่าครีบน้ำเงิน	29
7	ปลาโอคำ	30
8	ปลาโอลาย	30
9	กระบวนการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง	37

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกปลาทูน่ากระป๋องรายใหญ่ของโลก ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 33 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก (ภาพที่ 1) โดยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ไม่ต่ำกว่า 200 ประเทศทั่วโลก ถือเป็นสินค้าที่มีฐานตลาดใหญ่ที่สุด โดยปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญเกิดจากข้อได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบทั้งจากแหล่งมหาสมุทรแปซิฟิก และมหาสมุทรอินเดีย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70 ของแหล่งวัตถุดิบปลาทูน่าของโลก อีกทั้งในแง่ภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศไทยที่ทำให้สามารถส่งออกสินค้าไปได้ทั่วโลก (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557)



ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลก ณ ปี พ.ศ. 2557

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2551 - 2557 พบว่าประเทศไทยมีการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาสูงสุด โดยในปี พ.ศ.

2557 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 14,643.46 ล้านบาท จากมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 19.45 รองลงมาคือ ออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 9.25 และญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 7.60 ของมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 1) และจากการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าปลาทูน่ากระป๋องรายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย จึงถือได้ว่าสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยในปี พ.ศ. 2557 ประเทศสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยทั้งสิ้น 476.86 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 43.33 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามยังมีประเทศคู่ค้าอื่นๆ ที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง อาทิเช่น จีน เอกวาดอร์ เวียดนาม และฟิลิปปินส์ เป็นต้น (ตารางที่ 2)

จากสถานการณ์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในปัจจุบัน ถึงแม้ประเทศไทยจะยังเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่หากพิจารณาจากสัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศคู่ค้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 - 2557 พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2551 - 2553 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2551 สัดส่วนการนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 46.50 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด และเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปี พ.ศ. 2553 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 54.89 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด ต่อมาในปี พ.ศ. 2554 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 52.47 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด และมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ. 2557 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยลดลงเหลือเพียงร้อยละ 43.33 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวตรงข้ามกับประเทศจีนที่มีสัดส่วนการครองตลาดส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในประเทศสหรัฐอเมริกาสูงเป็นลำดับที่สอง รองจากประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2552 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศจีน คิดเป็นเพียงร้อยละ 1.75 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด ต่อมาในปี พ.ศ. 2553 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศจีนได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.80 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด หลังจากนั้นสัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศจีนยังคงเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2557 สัดส่วนการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศจีนได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10.94 ของมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด

ตารางที่ 1 มูลค่าตลาดส่งออกปลาหูน้ำคราะป้องกันของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2557
(หน่วย: ล้านบาท)

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก						
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
1. สหรัฐอเมริกา	12,530.46 (20.53)	12,235.68 (23.49)	12,221.90 (23.53)	12,211.80 (19.87)	17,319.65 (21.43)	15,040.20 (19.28)	14,643.46 (19.45)
2. ออสเตรเลีย	5,689.25 (9.32)	4,284.21 (8.24)	5,078.36 (9.78)	6,080.51 (9.89)	7,341.78 (9.09)	7,135.23 (9.14)	6,964.11 (9.25)
3. ญี่ปุ่น	4,110.22 (6.73)	3,834.92 (7.36)	3,396.65 (6.54)	4,750.74 (7.73)	6,146.51 (7.61)	6,088.30 (7.80)	5,718.18 (7.60)
4. อียิปต์	3,134.61 (5.14)	3,149.78 (6.05)	3,636.84 (7.00)	4,063.88 (6.61)	6,490.92 (8.03)	4,009.43 (5.14)	5,491.70 (7.30)
5. แคนาดา	3,914.97 (6.41)	3,718.94 (7.14)	3,408.66 (6.56)	3,924.98 (6.39)	4,595.86 (5.69)	4,824.17 (6.18)	4,742.52 (6.30)
6. ลิเบีย	4,051.52 (6.65)	3,307.03 (6.35)	1,917.28 (3.69)	1,270.87 (2.07)	5,094.86 (6.31)	5,171.35 (6.63)	4,158.77 (5.52)
7. ซาอุดีอาระเบีย	2,503.88 (4.10)	1,705.70 (3.27)	1,858.12 (3.58)	2,529.47 (4.11)	4,203.34 (5.20)	3,350.57 (4.29)	2,977.14 (3.95)
8. สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	1,173.51 (1.92)	632.36 (1.21)	717.81 (1.38)	1,241.68 (2.02)	1,620.46 (2.01)	1,723.04 (2.21)	1,839.73 (2.44)
9. สหราชอาณาจักร	2,089.87 (3.42)	1,817.20 (3.49)	1,624.23 (3.13)	2,805.98 (4.56)	2,096.29 (2.59)	2,484.28 (3.18)	1,687.82 (2.24)
10. แอฟริกาใต้	1,100.33 (1.80)	1,015.88 (1.95)	1,005.20 (1.93)	811.14 (1.32)	1,464.92 (1.81)	1,209.15 (1.55)	1,346.22 (1.79)
อื่นๆ	20,738.09 (33.98)	16,381.85 (31.45)	17,077.27 (32.88)	21,779.93 (35.43)	24,430.29 (30.23)	26,989.74 (34.59)	25,706.80 (34.15)
รวม	61,036.71 (100)	52,083.55 (100)	51,942.32 (100)	61,470.98 (100)	80,804.87 (100)	78,025.44 (100)	75,276.44 (100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ (ร้อยละ) คำนวณเทียบจากมูลค่าการส่งออกปลาหูน้ำคราะป้องกันทั้งหมด
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (2558)

ตารางที่ 2 มูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2557
(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า						
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
1.ไทย	407.59 (46.50)	395.32 (49.52)	521.83 (54.89)	544.66 (52.47)	580.33 (47.05)	533.58 (45.25)	476.86 (43.33)
2.จีน	20.45 (2.33)	13.95 (1.75)	17.11 (1.80)	57.17 (5.51)	98.09 (7.95)	118.78 (10.07)	120.44 (10.94)
3.เอกวาดอร์	107.72 (12.29)	77.82 (9.75)	84.85 (8.93)	98.28 (9.47)	107.42 (8.71)	113.83 (9.65)	109.45 (9.95)
4.เวียดนาม	46.56 (5.31)	41.23 (5.16)	58.90 (6.20)	69.96 (6.74)	99.61 (8.08)	94.27 (7.99)	84.44 (7.67)
5.ฟิลิปปินส์	111.52 (12.72)	71.43 (8.95)	62.02 (6.52)	87.16 (8.40)	86.14 (6.98)	67.33 (5.71)	74.00 (6.73)
อื่นๆ	182.81 (20.85)	198.54 (24.87)	205.89 (21.66)	180.73 (17.41)	261.93 (21.23)	251.51 (21.33)	235.31 (21.38)
รวม	876.65 (100)	798.29 (100)	950.60 (100)	1,037.96 (100)	1,233.52 (100)	1,179.30 (100)	1,100.50 (100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ (ร้อยละ) คำนวณเทียบจากมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด
ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

เนื่องจากภาวะปัญหาต้นทุนการผลิตในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นจากการปรับตัวของค่าจ้างแรงงาน ทำให้ไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน นอกจากนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับอุปสรรคที่เพิ่มมากขึ้นในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งในเรื่องข้อจำกัดมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี ตัวอย่างเช่น การกำหนดให้ปลาทูน่ากระป๋องต้องมีฉลาก Dolphin - Safe โดยให้ประเทศผู้ผลิตหรือผู้แปรรูประบุแหล่งที่มาและวิธีการจับปลาทูน่าว่าไม่เป็นอันตรายต่อปลาโลมา มาตรการการอุดหนุนและส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรภายในประเทศ รวมถึงการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาปรับลดอันดับประเทศไทยในรายงานการค้ามนุษย์ลงไปอยู่ในกลุ่ม Tier 3 โดยกล่าวหาว่าประเทศไทยมีการใช้แรงงานเด็ก

แรงงานบังคับ และการค้ามนุษย์ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนส่งผลให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกและ ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มชะลอตัวลง (สำนักงานส่งเสริม การค้าระหว่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส, 2558)

จากปัญหาสัดส่วนการครองตลาดส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในประเทศ สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มชะลอตัวลง จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงความสามารถในการส่งออก ปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีน และนำผลการศึกษาดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของ ประเทศไทย เพื่อให้สามารถดำรงไว้ซึ่งการเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องเป็น อันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาได้อย่างยั่งยืน และเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนขยาย ตลาดในสหรัฐอเมริกาให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในประเทศไทยและประเทศ สหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลจากการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิม และผู้ประกอบการที่ จะเข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการผลิต การค้า และการตลาด
2. ผลการวิเคราะห์ในประเด็นที่ทำการศึกษา สามารถใช้เป็นดัชนีที่สะท้อนให้เห็นถึง ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ว่ามี แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงาน ภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ รวมถึงผู้ประกอบการภาคเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด

นโยบายที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง ที่ส่งออกไปจำหน่ายในประเทศคู่ค้าอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้างนี้เป็นการศึกษาเฉพาะตลาดผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น (พิกัดศุลกากร HS160414) โดยศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดและศึกษาความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศจีน สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาแบบรายปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 - 2557 รวมทั้งหมด 8 ปี

บทที่ 2

โครงร่างทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกปลาหูฉลามของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นิติเวท เพิ่มพูล โชคคณา (2543) ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทย กรณีศึกษาเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋อง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของประเทศไทย ผลการศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่ามูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2540 เพิ่มขึ้นเนื่องมาจากผลของการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ แต่หลังจากที่ประเทศไทยลดค่าเงินบาทคือในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2541 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ ส่วนมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ (นอกเหนือจากเนื้อปลาแช่) แช่แข็งของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2540 เพิ่มขึ้นเนื่องมาจากผลของการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2541 มูลค่าการส่งออกลดลงเนื่องมาจากทิศทางการเข้าสู่ตลาดเป็นสำคัญ สำหรับมูลค่าการส่งออกปูกระป๋องของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2540 และ พ.ศ. 2540 - 2541 เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2542 ของการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งในตลาดประเทศญี่ปุ่นและปูกระป๋องในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ความสามารถในการแข่งขันด้านราคามีแนวโน้มลดลง ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งของประเทศไทยในตลาดประเทศญี่ปุ่นพบว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของประเทศไทย โดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2542 เพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากปริมาณและราคามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ส่วนอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แช่แข็งของประเทศไทย โดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2542 ลดลงเป็นผลมาจากอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยของราคาลดลง และ

ผลการศึกษาค่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปุ๋ยกระป๋องของประเทศไทยในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยกระป๋องของประเทศไทย โดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2542 เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการที่ทั้งปริมาณและราคามีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ในการศึกษา ยังได้ทำการประมาณค่าแบบจำลองมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งของประเทศไทยในตลาดประเทศญี่ปุ่นและปุ๋ยกระป๋องของประเทศไทยในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2534 ถึงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2540 และช่วงหลังจากที่ประเทศไทยลดค่าเงินบาทคือในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2542

2. ธนเดช งามอาจบรรณกร (2544) ทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งของประเทศไทย สินค้าที่ทำการศึกษา คือ กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง และปลาทูน่ากระป๋อง โดยใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ช่วงปี พ.ศ. 2535 - 2540 และทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ จากการศึกษากรณีปลาทูน่ากระป๋องพบว่าค่า RCA ของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมาโดยตลอด แต่สถานการณ์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยในตลาดโลกต่างมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มมากขึ้น และการศึกษาแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในปี พ.ศ. 2537 มีผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 มูลค่าการนำเข้าในตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศไทย โดยส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวที่สูง รวมทั้งอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของโลกก็มีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่สูงเช่นกัน ทำให้ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกมีบทบาทสำคัญในการผลักดันการส่งออกของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่วนในปี พ.ศ. 2540 พบว่าการส่งออกของประเทศไทยลดลงอย่างมาก เนื่องจากปัจจัยภายในคือผลจากการแข่งขันที่แท้จริงเป็นหลัก ซึ่งหมายถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดส่งออกที่ลดลงมากเกือบทุกประเทศนั่นเอง ถึงแม้ว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยและของโลกยังมีค่าเพิ่มขึ้น แต่ผลกระทบดังกล่าวก็มีค่าน้อยกว่าผลของการแข่งขันที่แท้จริง ประกอบกับผลจากการปรับทิศทางส่งออกของประเทศไทยที่ส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยมีค่าเป็นลบ ทำให้ในปี พ.ศ. 2540 การส่งออกของประเทศไทยลดลงอย่างมาก

3. พาสิริ พุฒิโกคิน (2544) ทำการศึกษาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูนำกระป๋องของประเทศไทยในการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป โครงสร้างการผลิต การส่งออกของอุตสาหกรรมปลาทูนำกระป๋องของประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบระหว่างช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน และศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูนำกระป๋องของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศอินโดนีเซีย ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเหนือประเทศฟิลิปปินส์และประเทศอินโดนีเซียในทุกปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ยกเว้นปัจจัยด้านการผลิตในประเทศ ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก โดยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกตลาดส่งออกสำคัญทั้งช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศอินโดนีเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดประเทศออสเตรเลีย อย่างไรก็ตามในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงในตลาดกลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากประเทศไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับประสิทธิภาพการแข่งขันที่รุนแรงและการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าปลาทูนำกระป๋องให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าให้สูงกว่าประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญ รวมทั้งควรขยายการส่งออกในตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อทดแทนตลาดส่งออกเดิมที่กำลังสูญเสียความสามารถในการส่งออก เพื่อให้อุตสาหกรรมปลาทูนำกระป๋องของประเทศไทยยังคงสามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกในตลาดโลกต่อไป

4. กนกวรรณ เทพวิวัฒน์จิต (2545) ทำการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ผลการศึกษาพบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทย ทั้ง 2 กรณีล้วนมีค่า RCA มากกว่า 1 และมีทิศทางเพิ่มขึ้นในช่วงปีที่เปรียบเทียบ 3 ช่วงแรก คือ ปี พ.ศ. 2525 - 2529, พ.ศ. 2530 - 2534 และ พ.ศ. 2535 - 2539 ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 มีทิศทางที่ลดลง โดยที่ค่า RCA ของประเทศคู่แข่ง ได้แก่

อินโดนีเซีย อินเดีย เอกวาดอร์ เวียดนาม เม็กซิโก และบังกลาเทศ ต่างก็มีค่า RCA ที่มากกว่า 1 และมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงไม่มากนัก แสดงว่าประเทศดังกล่าวมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งแช่แข็ง การศึกษาโดยใช้แนวคิด Five Force Model และ SWOT Analysis มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ในประเทศเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ยากและเสียเปรียบผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีอยู่เดิม ซึ่งในด้านต้นทุนการผลิตจะต่ำกว่าเนื่องจากเกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) และการวิเคราะห์จุดแข็งภายในอุตสาหกรรม ได้แก่ แรงงานมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่จุดอ่อนภายในอุตสาหกรรม ได้แก่ การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศซึ่งราคาและปริมาณวัตถุดิบมีความผันผวนส่งผลต่อต้นทุนการผลิต ส่วนการวิเคราะห์โอกาสภายนอกของอุตสาหกรรม ได้แก่ การสามารถขยายตลาดไปยังประเทศเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างไรก็ตามยังมีการกีดกันทางการค้าจากประเทศคู่ค้าทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีที่เป็นอุปสรรคภายนอกของอุตสาหกรรม

จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่าการศึกษาที่ผ่านมาจะเลือกศึกษาเป็นประเภทย่อยของสินค้า ได้แก่ เนื้อปลาแช่แข็ง ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง และปลาทูน่ากระป๋อง โดยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย แต่การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2556 - 2557 เพื่อนำมาใช้พิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย การรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิม และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง หรือเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้ดีขึ้นต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา จะใช้แนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีจะเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้น (กรกฤษ, 2546)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ และประเทศทั้งสองจะทำการค้าขายกัน เมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งลักษณะความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ได้

สำหรับแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo, 1821) ได้แสดงแนวความคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจาก อדם สมิท (Adam Smith, 1776) แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ซึ่งอธิบายการค้าที่เกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์นั้น คือ ประเทศใดประเทศหนึ่งจะผลิตเฉพาะสินค้าที่มีความชำนาญแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าของอีกประเทศหนึ่ง ทำให้ประเทศทั้งสองมีสินค้าบริโภคมากขึ้น โดยเดวิด ริคาร์โด ได้ให้แนวความคิดเพิ่มเติมว่าประเทศ 2 ประเทศจะทำการค้าขายกัน เมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง โดยเน้นการค้าขายภายใต้ระบบเสรีแต่ละประเทศจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและนำเข้าสินค้าที่ประเทศตนมีการผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น ต่อมาทฤษฎีการค้าดังกล่าวได้พัฒนาโดย เฮคเชอร์ - โอห์ลีน (Heckscher -

Ohlin) ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ แรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้และแรงงานการผลิตแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตต่างกัน

1.2 เฮคเชอร์ - โอห์ลิน (Heckscher - Ohlin, 1919) ซึ่งอธิบายว่าประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากภายในประเทศ ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศแต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน จากแนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุนจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต (Labor Intensive Commodities) จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของเฮคเชอร์ - โอห์ลิน ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าอะไร โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีอยู่มากในประเทศ

1.3 พอล เอ แซมมวลสัน (Paul A. Samuelson, 1941) ได้ปรับปรุงแนวคิดของเฮคเชอร์ - โอห์ลิน จนเป็นแนวคิดที่เรียกว่าแบบจำลองเฮคเชอร์ - โอห์ลิน - แซมมวลสัน (Heckscher - Ohlin - Samuelson Model) ซึ่งอธิบายว่าประเทศต่างๆ มีปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดมากน้อยต่างกัน (Factor Endowments) และประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและจะส่งออกสินค้าที่มีการผลิตเหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศนั้น

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้น เป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี (Free Trade) แต่ในความเป็นจริงประเทศต่างๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออก โดยกำหนดมาตรการต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและการคุ้มครองการผลิตของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษโควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่างๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบที่แท้จริงของแต่ละประเทศตามแนวคิดทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ (กรกฤษ, 2546)

2. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index)

แต่ละประเทศมีสภาพทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทุน และแรงงาน จึงทำให้ผลิตสินค้าได้แตกต่างกันทั้งราคาและคุณภาพ ประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าได้ทุกอย่างนั้น เป็นไปไม่ได้ยาก ดังนั้นควรผลิตสินค้าตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นไปตามหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

เครื่องมือที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เรียกว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การเปรียบเทียบส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งในการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้น กับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวในการส่งออกรวมของโลก (Balassa, 1989) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

โดยที่ RCA คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า k ของประเทศ i ในประเทศ w

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

ในที่นี้ k คือ ประเภทสินค้าที่ส่งออก

i คือ ประเทศผู้ส่งออกสินค้าแต่ละชนิด

w คือ ประเทศผู้นำเข้าสินค้าแต่ละชนิด

จากแนวคิด RCA อาศัยหลักการที่ว่า ถ้าประเทศใดผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ประเทศนั้นก็ควรจะส่งออกสินค้านั้นๆ ในสัดส่วนที่สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยของโลก ซึ่งค่า RCA ที่ได้จะนำมาเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับ 1

ดังนั้นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา RCA คือ

ถ้า $RCA > 1$ แสดงว่า ประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังตลาด w

ถ้า $RCA < 1$ แสดงว่า ประเทศ i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังตลาด w

โดยทั่วไปนอกจากพิจารณาค่า RCA ที่มากกว่า 1 แล้วยังต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่ส่งออกไปในตลาดเดียวกันด้วย กล่าวคือถ้าค่า RCA ของประเทศผู้ส่งออกเปรียบเทียบกับอีกประเทศหนึ่งแล้วมีค่าสูงกว่า แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้านั้นๆ ในตลาดนำเข้าที่กำลังพิจารณา และควรพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ จะช่วยให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงสามารถใช้แนวคิดวิธีการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะบ่งบอกถึงความสามารถในการผลิต และการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในแต่ละสินค้าว่า เป็นอย่างไรในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา หากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้านั้นๆ มีค่าสูงขึ้นเป็นลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกในสินค้านั้นๆ ของประเทศไทยจะมีอนาคตที่ดีและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในอนาคต ในทางตรงข้ามหากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้านั้นๆ มีค่าลดลงเป็นลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้านั้นๆ ของประเทศไทยจะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในอนาคต

3. แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS)

การวิเคราะห์การขยายตัวของ การส่งออก สามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Leamer and Stern, 1970) ซึ่งเป็นแบบจำลองในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราการขยายตัวของ การส่งออกในสินค้าที่ต้องการทำการศึกษา แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในแต่ละสินค้าว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด ความสามารถในการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบสินค้าส่งออก หรือการขยายตัวของตลาดโลก

แบบจำลอง CMS มีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนสมมติฐานทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน คือ อุปสงค์และอุปทาน โดยอุปสงค์ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้นำเข้า และอุปทานส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้ส่งออก และมีข้อสมมติที่ว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในตลาดเดียวกัน คงอยู่ในระดับเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง อาจไม่สามารถขยายตัวได้รวดเร็วเท่ากับการขยายตัวของ การส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องจากเหตุผล 3 ประการ คือ

- (1) การส่งออกอาจจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่ความต้องการมีอัตราการขยายตัวต่ำ
- (2) การส่งออกอาจมุ่งเน้นไปยังตลาดที่ซบเซาหรือมีอัตราการขยายตัวต่ำ
- (3) ประเทศที่ส่งออกอาจไม่สามารถหรือไม่ต้องการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น

แบบจำลอง CMS มีหลักการวิเคราะห์ โดยพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ให้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายตัวของ การส่งออกที่เป็นจริงกับขนาดการขยายตัวของ การส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศในตลาดโลกที่กำหนดให้คงที่ สามารถแยกได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากการกระจายตัวของตลาด

ที่มาของแบบจำลองโดยทั่วไป ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกแสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} S &= \frac{q}{Q} \\ &= \frac{f(p)}{p_w} \end{aligned} \quad (1)$$

กำหนดให้

S	คือ	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา
q	คือ	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศที่กำลังพิจารณา
Q	คือ	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก
p	คือ	ราคาสินค้าส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา
p_w	คือ	ราคาสินค้าส่งออกของประเทศอื่นๆ ใน โลก นอกเหนือจากประเทศที่กำลังพิจารณา

จากสมการ (1) จัดรูปได้เป็น

$$q = SQ \quad (2)$$

นำสมการ (2) มาทำอนุพันธ์ทั้งหมด (Total Differentiation) เท่ากับ

$$dq = SdQ + QdS \quad (3)$$

สมการ (3) เป็นสมการเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย 2 ประการ คือ

ประการแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของโลก (SdQ) โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในการส่งออกนี้มีค่าคงที่ เรียกปัจจัยนี้ว่าเป็นผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก (World Growth Effect) ส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก

ประการที่สอง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา (QdS) ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าความต้องการหรืออุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่กำลังพิจารณามีปริมาณหรือมูลค่าคงที่ เรียกปัจจัยนี้ว่าเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง (Pure Competitive Effect) ส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในประเทศผู้ส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด ตลอดจนมาตรการและนโยบายต่างๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการศึกษา บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสถิติที่เก็บโดยหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น วารสารของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร กรมประมง เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จะทำการศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ศึกษาข้อมูลการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา คู่แข่งที่สำคัญ มาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีต่อคู่ค้า รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่มีต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย ทั้งนี้จะทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ประกอบการอธิบาย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จะทำการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เพื่อจะได้ทราบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในสินค้าที่ทำการศึกษาหรือไม่สำหรับการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$RCA = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

โดยที่	RCA	คือ	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย (i) ในประเทศสหรัฐอเมริกา (w)
	X_{ik}	คือ	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง (k) ของประเทศไทย (i) ไปประเทศสหรัฐอเมริกา (w)
	X_i	คือ	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย (i) ไปประเทศสหรัฐอเมริกา (w)
	X_{wk}	คือ	มูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋อง (k) ของประเทศสหรัฐอเมริกา (w)
	X_w	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา (w)

ค่า RCA ที่ได้จะนำมาเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งเท่ากับ 1 ดังนั้นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา RCA คือ

ถ้า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า ประเทศนั้นมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialization) ในสินค้านั้นดีขึ้น หรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตเพิ่มขึ้น

ถ้า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า ประเทศนั้นมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้านั้นลดลง หรือสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิต

โดยทั่วไปนอกจากจะพิจารณาค่า RCA มากกว่า 1 แล้วยังต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่ส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาด้วย ประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา คือ ประเทศจีน ถ้าหากประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศจีนก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปในตลาดสหรัฐอเมริกา เช่นเดียวกับประเทศไทย และจะพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด โดยจะใช้การวัดค่า CMS มาพิจารณาความสามารถในการแข่งขันเพื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศจีนในการส่งออกได้ดียิ่งขึ้น

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เริ่มจากกล่าวไว้ว่า ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศหนึ่งเป็นความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น

ที่มาของแบบจำลองโดยทั่วไป ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกจะกำหนดได้ดังนี้

$$\begin{aligned} S &= \frac{q}{Q} \\ &= \frac{f(p)}{p_w} \end{aligned} \quad (1)$$

โดยที่ S	คือ	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา
q	คือ	มูลค่าการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา
Q	คือ	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก
p	คือ	ราคาสินค้าส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา
p_w	คือ	ราคาสินค้าส่งออกของประเทศอื่นๆ ในโลก นอกเหนือจากประเทศที่กำลังพิจารณา

จากความสัมพันธ์นี้จะพบว่า ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณาขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบ กล่าวคือถ้าหากสัดส่วน p / p_w เปลี่ยนแปลง ก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเปลี่ยนแปลงไปด้วย

จากสมการ (1) จัดรูปได้เป็น

$$q = SQ \quad (2)$$

นำสมการ (2) มาทำอนุพันธ์ทั้งหมด (Total Differentiation) เท่ากับ

$$dq = SdQ + QdS \quad (3)$$

สมการ (3) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย 2 ประการ คือ

ประการแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของโลก (SdQ) โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในการส่งออกนี้มีค่าคงที่ เรียกปัจจัยนี้ว่าเป็นผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก (World Growth Effect) ส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก

ประการที่สอง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา (QdS) ภายใต้ง่อนไขที่ว่าความต้องการหรืออุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่กำลังพิจารณามีปริมาณหรือมูลค่าคงที่ เรียกปัจจัยนี้ว่าเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง (Pure Competitive Effect) ส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในประเทศผู้ส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก

ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแบบจำลอง CMS อย่างง่าย ซึ่งในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องทำการเปรียบเทียบการส่งออกของ 2 ช่วงเวลา ซึ่งเรียกว่าปีฐาน (Base year : 0) และปีสุดท้าย (Final year : 1)

ในการคำนวณการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ (dq_i) อาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีฐาน (S^0) และใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีสุดท้าย (Q^1)

จากสมการ (3) จัดรูปได้เป็น

$$dq_i = S_i dQ + Q dS_i \quad (4)$$

ในการพิจารณาที่ผ่านมาเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวมของการส่งออกเท่านั้น เรียกว่า การวิเคราะห์แบบชั้นเดียว (One Level Analysis) แต่ถ้าต้องการพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายสินค้า หรือในแต่ละประเทศผู้นำเข้า จำเป็นต้องปรับปรุงสมการให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา ดังนี้

(1) พิจารณาเป็นรายสินค้า

โดยข้อเท็จจริงแล้วการส่งออกทั้งหมดประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น หากมีความสนใจที่จะศึกษาเฉพาะกลุ่มสินค้า โดยสมมติให้ k คือ ชนิดสินค้า จะได้สมการดังนี้

$$dq_{ik} = S_{ik}dQ_k + Q_kdS_{ik} \quad (5)$$

และสามารถหาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ ในสมการ (5) ได้ดังนี้

$$\sum dq_{ik} = \sum_k S_{ik}dQ_k + \sum_k Q_kdS_{ik} \quad (6)$$

จากสมการ (6) แสดงให้เห็นว่าผลรวมของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสำหรับ k สินค้า มีส่วนมาจากผลรวมของการขยายตัวของการส่งออกของโลกในแต่ละสินค้า ($\sum_k S_{ik}dQ_k$) และผลรวมของความสามารถในการแข่งขันในแต่ละสินค้า ($\sum_k Q_kdS_{ik}$)

จากสมการ (6) จัดรูปได้เป็น

$$dq_i = S_i dQ + \left(\sum_k S_{ik}dQ_k - S_i dQ \right) + \sum_k Q_k dS_{ik} \quad (7)$$

จากสมการ (7) เรียกว่า การวิเคราะห์แบบสองชั้น (Two Level Analysis) อธิบายได้ว่าการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i เป็นผลมาจากส่วนประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ($S_i dQ$) คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก ($\sum_k S_{ik}dQ_k - S_i dQ$) คือผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของประเทศ i และ ($\sum_k Q_k dS_{ik}$) คือผลจากความสามารถในการแข่งขัน

(2) พิจารณาเป็นรายประเทศ

ในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ที่มีอัตราการขยายตัวแตกต่างกันย่อมมีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกรวมของประเทศ i ด้วยเหตุนี้ จึงควรรวมเอาปัจจัยด้านการกระจายตลาดเข้ามาพิจารณาด้วยในสมการ ซึ่งจะพิจารณาทั้งกรณีสินค้า k และตลาด j เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$dq_{ijk} = S_{ijk}dQ_{jk} + Q_{jk}dS_{ijk} \quad (8)$$

และสามารถหาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ ในสมการ (8) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 dq_{ijk} &= \sum_j \sum_k S_{ijk} dQ_{jk} + \sum_j \sum_k Q_{jk} dS_{ijk} \\
 &= S_i dQ + \left(\sum_k S_{ik} dQ_k - S_i dQ \right) + \\
 &\quad \left(\sum_j \sum_k S_{ijk} dQ_{jk} - \sum_k S_{ik} dQ_k \right) + \sum_j \sum_k Q_{jk} dS_{ijk} \quad (9)
 \end{aligned}$$

จากสมการ (9) เรียกว่า การวิเคราะห์แบบสามชั้น (Three Level Analysis) อธิบายได้ว่าการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i เป็นผลมาจากส่วนประกอบ 4 ส่วน ได้แก่ $(S_i dQ)$ คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก $(\sum_k S_{ik} dQ_k - S_i dQ)$ คือผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของประเทศ i $(\sum_j \sum_k S_{ijk} dQ_{jk} - \sum_k S_{ik} dQ_k)$ คือผลจากการกระจายตลาด และ $(\sum_j \sum_k Q_{jk} dS_{ijk})$ คือผลจากความสามารถในการแข่งขัน

จากสมการ (9) สามารถขยายเป็นสมการเอกลักษณ์ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 dq_{ijk} &= S_i^0 dQ + \left(\sum_k S_{ik}^0 dQ_k - S_i^0 dQ \right) + \\
 &\quad \left(\sum_j \sum_k S_{ijk}^0 dQ_{jk} - \sum_k S_{ik}^0 dQ_k \right) + \\
 &\quad \sum_j \sum_k Q_{jk}^0 dS_{ijk} + \sum_j \sum_k dQ_{jk} dS_{ijk} \quad (10)
 \end{aligned}$$

สมการเอกลักษณ์ (10) เรียกว่า การวิเคราะห์แบบสี่ชั้น (Four Level Analysis) ซึ่งการส่งออกของประเทศ i ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

$(S_i^0 dQ)$ คือ ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) แสดงถึงแนวโน้มการค้าโลก ซึ่งวัดการขยายตัวในการส่งออกรวมของโลก ถ้าการส่งออกปลายทางปกป้องของประเทศไทยขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกจะคงที่

$(\sum_k S_{ik}^0 dQ_k - S_i^0 dQ)$ คือผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (Commodity Composition

Effect) สำหรับประเทศที่มีการส่งออกสินค้าหลายชนิด การขยายตัวของการส่งออกจะขึ้นอยู่กับว่าประเทศมุ่งเน้นส่งออกสินค้าที่มีการขยายตัวของอุปสงค์รวมสูงหรือต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ถ้าผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกมีค่าเป็นบวกก็แสดงว่าการส่งออกของประเทศมีส่วนประกอบของสินค้าส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเป็นส่วนใหญ่ และถ้าผลจากส่วนประกอบของสินค้ามีค่าเป็นลบก็จะให้ผลตรงกันข้าม

$(\sum_j \sum_k S_{ijk}^0 dQ_{jk} - \sum_k S_{ik}^0 dQ_k)$ คือ ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Distribution

Effect) จะชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยส่งออกสินค้าแต่ละชนิดส่วนใหญ่ไปยังประเทศที่มีการขยายตัวของตลาดสูงหรือต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ถ้าผลจากการกระจายตัวของตลาดมีค่าเป็นบวก ก็แสดงว่าประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก เช่นเดียวกัน และถ้าผลจากการกระจายตัวของตลาดมีค่าเป็นลบก็จะให้ผลตรงกันข้าม

$(\sum_j \sum_k Q_{jk}^0 dS_{ijk})$ คือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง (Pure

Competitiveness Effect) เป็นผลต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกจริงกับการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอเพื่อให้ประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกไว้เท่าเดิมในแต่ละสินค้าแต่ละตลาด ผลต่างนี้มีผลทำให้ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก

$(\sum_j \sum_k dQ_{jk} dS_{ijk})$ คือ ผลกระทบร่วม (Interaction Effect) เป็นผลจากการปรับการส่งออก

ถูกหรือผิดทิศทาง ผลนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศผู้ส่งออกอาจใช้ความพยายามขยายการส่งออกไปในตลาดที่หดตัว หรือปรับลดการส่งออกไปในตลาดที่มีการขยายตัว ถ้าเป็นกรณีนี้ผลกระทบร่วมจะมีค่าเป็นลบ และถ้าผลกระทบร่วมมีค่าเป็นบวกก็จะให้ผลตรงกันข้าม

การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาน้ำกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ในครั้งนี้เป็นการพิจารณารายสินค้า ดังนั้นแบบจำลอง CMS ที่ใช้ในการวิเคราะห์จึงไม่มีผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก

แบบจำลอง CMS ที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ จะมีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก

2. ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดใดตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ トラบเท่าที่ประเทศส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อมหมายถึงความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานภายในประเทศผู้ส่งออกลดกล่าว

3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (Infinity) นั่นคือประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้า เพื่อตอบสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ

4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่างๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน จนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค

5. ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

บทที่ 4

ผลการศึกษา

อุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋อง

4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋องในไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทุ่นำกระป๋องอันดับหนึ่งของโลก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 โดยสามารถสร้างรายได้ปีละหลายหมื่นล้านบาท และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เป็นต้น ในขณะที่ภาพรวมตลาดส่งออกยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จากโอกาสในตลาดเกิดใหม่อย่าง กลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา ซึ่งหันมาให้ความสนใจในการบริโภคปลาทุ่นำมากขึ้น (กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558)

ปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋องของไทย ได้แก่ วัตถุดิบปลาทุ่นำที่ผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพาจากการนำเข้าเป็นหลัก ความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่ค้า มาตรการควบคุมในการทำประมงอย่างยั่งยืน ความหลากหลายและความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค รวมถึงการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงจากอัตราการเติบโตของตลาดจึงทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องศึกษาและเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองและรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันสถานการณ์

4.1.1 วัตถุดิบในการผลิต

ปลาทุ่นำที่นิยมนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตในปัจจุบันมีอยู่ 7 สายพันธุ์ ซึ่งในแต่ละสายพันธุ์ก็มีคุณลักษณะแตกต่างกันไป โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ปลาทูน่าท็องแถบ (Skipjack Tuna) หรือ *Katsuwonus pelamis* เป็นปลาทะเลซึ่งเป็นปลาทูน่าสายพันธุ์หลักที่นิยมนำมาแปรรูปในอุตสาหกรรมปลาทูน่ามากที่สุดในประเทศไทย เป็นสายพันธุ์ที่มีเนื้อนุ่มและมีสีเข้ม ลักษณะลำตัวกลม รูปทรงยาวเพรียว ลักษณะคล้ายกระสวย ปากกว้าง จำแนกจากชนิดอื่นได้ง่าย เนื่องจากลำตัวด้านท้องมีแถบสีดำปนน้ำเงินสลับขาวเป็นแนวจากบริเวณครีบใต้ท้องไปจนถึงครีบหางประมาณ 4 - 6 แถบ โดยมีขนาดความยาวสูงสุดประมาณ 108 เซนติเมตร และมีน้ำหนักมากที่สุดประมาณ 34.5 กิโลกรัม ส่วนขนาดที่จับเพื่อนำมาแปรรูปโดยทั่วไปจะมีขนาดเฉลี่ยเท่ากับ 50 - 80 เซนติเมตร และมีน้ำหนัก 2.7 - 10 กิโลกรัม ซึ่งประเทศไทยนิยมนำมาใช้เป็นวัตถุดิบมากเป็นอันดับหนึ่ง ในการนำไปบริโภคสด แช่แข็ง หรือทำเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง โดยมีแหล่งทำประมงอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก มหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออก และมหาสมุทรอินเดีย (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ปลาทูน่าท็องแถบ

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาทูน่าครีบทเหลือง (Yellow Fin Tuna) เป็นปลาทะเลซึ่งมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Thunnus albacores* มีลักษณะรูปร่างคล้ายกระสวย ลำตัวท่อนหัวโตและมีกล้ามเนื้อหนา ท่อนหางค่อนข้างกลมยาว ปลายหางเรียว จะงอยปากยาวและปลายแหลม ปากกว้าง มีฟันเล็กแหลมที่ขากรรไกรบนและล่าง ตาโตอยู่ใกล้มุมปาก ครีบหลังแยกเป็นสองอันแต่ส่วนของฐานเชื่อมติดกัน ครีบหลังอันหลังสูงและเรียวยาว มีครีบฝอยเรียงแถวทั้งด้านบนและด้านล่างของท่อนหาง ครีบกันสูงโค้ง ปลายเรียวยาว ครีบหางเว้ารูปพระจันทร์ ชีบทวนของลำตัวเป็นสีน้ำเงินปนดำ ด้านท้องสีขาวปนเหลือง มีขนาดความยาวประมาณ 80 - 120 เซนติเมตร เป็นสายพันธุ์ที่มีเนื้อนุ่มกว่าสายพันธุ์อื่นๆ และมีสีเข้มน้อย ซึ่งประเทศไทยนิยมนำมาใช้เป็นวัตถุดิบมากเป็นอันดับสอง ในการนำไปบริโภคสด แช่

แข็ง หรือทำเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง โดยมีแหล่งทำประมงอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก มหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออก และมหาสมุทรอินเดีย (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ปลาทูน่าครีบลีอง

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาทูน่าครีบบาว (Albacore Tuna) เป็นสายพันธุ์ที่มีเนื้อสีขาวและถือว่าเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงที่สุดสำหรับการใช้ในการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง จึงได้รับสมญานามว่าเป็น “ไก่ทะเล (Chicken of the Sea)” ซึ่งประเทศไทยนิยมนำมาใช้เป็นวัตถุดิบมากเป็นอันดับสาม มีขนาดลำตัวยาวตั้งแต่ 80 - 100 เซนติเมตร และน้ำหนักเฉลี่ย 25 กิโลกรัม โดยมีแหล่งทำประมงอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกเหนือ มหาสมุทรแปซิฟิกใต้ มหาสมุทรแอตแลนติก และทะเลเมดิเตอร์เรเนียน (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 ปลาทูน่าครีบบาว

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาทูนาคาโต (Big Eye Tuna) เป็นสายพันธุ์ที่นิยมนำไปบริโภคสดมากกว่าแปรรูป มีขนาดลำตัวยาวตั้งแต่ 35 - 72 นิ้ว และมีน้ำหนักระหว่าง 4 - 16 กิโลกรัม โดยมีแหล่งทำประมงอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออก มหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก มหาสมุทรอินเดีย และมหาสมุทรแอตแลนติก (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 ปลาทูนาคาโต

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาทูนาคีรีบน้ำเงิน (Blue Fin Tuna) เป็นสายพันธุ์ที่มีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก ขนาดลำตัวยาวตั้งแต่ 60 - 80 นิ้ว น้ำหนักประมาณ 40 - 130 กิโลกรัม และเนื้อมีสีเข้มมาก นิยมนำไปบริโภคสดหรือทำเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง (เนื้อขาว) โดยมีแหล่งทำประมงอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกเฉียงเหนือ มหาสมุทรแอตแลนติกตะวันออกเฉียงเหนือ มหาสมุทรแอตแลนติกตะวันตกเฉียงใต้ และทะเลเมดิเตอร์เรเนียน (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 ปลาทูนาคีรีบน้ำเงิน

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาโอคำ (Tongol Tuna) เป็นสายพันธุ์ที่มีขนาดเล็กและเนื้อมีสีขาว สามารถพบได้ตามชายฝั่งทะเลของประเทศไทย โดยมีลำตัวยาวเพียง 70 - 130 เซนติเมตร และน้ำหนัก 1 - 5 กิโลกรัม ซึ่งชาวอเมริกันทางตอนเหนือนิยมบริโภคปลาสายพันธุ์นี้เนื่องจากมีรสชาติดีและเนื้อปลามีสีขาว (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 ปลาโอคำ

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

ปลาโกลาย (Bonito Tuna) เป็นสายพันธุ์ที่มีขนาดเล็กและเนื้อมีสีเข้ม สามารถพบได้ตามชายฝั่งทะเลของประเทศไทย โดยมีลำตัวยาวเพียง 18 - 32 นิ้ว และน้ำหนัก 1 - 4 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะนำมาแช่เย็นและแช่แข็งโดยการตัดหัวและคว้านไส้ออกเพื่อจำหน่าย (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ปลาโกลาย

ที่มา: NSW Department of Primary Industries (2558)

เนื่องจากปลาทูน่าไม่มีการเพาะเลี้ยงเป็นฟาร์มในประเทศไทย ดังนั้นวัตถุดิบจึงได้มาจากการทำประมงในแหล่งธรรมชาติ โดยวัตถุดิบประมาณร้อยละ 80 จะต้องนำเข้ามาในรูปแบบของปลาทูน่าสดแช่เย็นและแช่แข็งจากต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบผลิตและแปรรูปเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

แหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ

วัตถุดิบในประเทศ มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของปริมาณวัตถุดิบปลาทูน่าทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต โดยปลาทูน่าที่จับได้ในแถบทะเลไทย เรียกว่า ปลาโอ มีขนาดความยาวประมาณ 12 นิ้ว ส่วนใหญ่นิยมนำไปบริโภคสดมากกว่าทำเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง เนื่องจากมีขนาดเล็กและเป็นปลาทูน่าผิวน้ำแตกต่างจากปลาทูน่าน้ำเค็มที่มีขนาดใหญ่กว่า ทำให้มีส่วนเหลือทิ้งน้อยกว่า ประกอบกับเรือประมงของไทยที่ใช้จับปลาทูน่ายังมีไม่มากนัก ทำให้ไม่สามารถจับปลาทูน่าได้เพียงพอต่อความต้องการ โดยแหล่งทำประมงปลาทูน่าของไทยมี 2 แหล่ง คือ แหล่งประมงในน่านน้ำและนอกน่านน้ำไทย มีรายละเอียดดังนี้

(1) แหล่งประมงในน่านน้ำ แบ่งออกเป็น 7 เขต คือ

เขต 1 อ่าวไทยด้านตะวันออก ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดตราด จันทบุรี และระยอง

เขต 2 อ่าวไทยตอนใน ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ สมุทรสาคร และเพชรบุรี

เขต 3 อ่าวไทยด้านตะวันตกตอนบน ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี

เขต 4 อ่าวไทยด้านตะวันตกตอนล่าง ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี และนราธิวาส

เขต 5 อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ ทะเลที่อยู่บริเวณกลางอ่าวไทย มีอาณาเขตติดต่อกับเส้นแบ่งเขตเศรษฐกิจจำเพาะของมาเลเซียและกัมพูชา

เขต 6 ทะเลอันดามันตอนบน ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดระนอง พังงา และภูเก็ต

เขต 7 ทะเลอันดามันตอนล่าง ได้แก่ ทะเลในเขตจังหวัดกระบี่ ตรัง และสตูล

(2) แหล่งประมงนอกน่านน้ำ ได้แก่ ทะเลในแถบทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดียฝั่งตะวันออก และทะเลจีนใต้บริเวณน่านน้ำประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งปัจจุบันได้ยกเลิกสัมปทานการทำ

ประมงในเขตทะเลของประเทศตน และเปลี่ยนนโยบายเป็นการทำประมงแบบนุรณาการ โดยเรือต่างชาติจะเข้าทำประมงได้เมื่อมีการร่วมทุนกับเอกชนของอินโดนีเซีย หรือให้เรือประมงแก่ชาวอินโดนีเซียเข้าทำประมง และสัตว์น้ำที่จับได้ส่วนใหญ่ต้องนำขึ้นที่ท่าเรือของอินโดนีเซีย ส่งผลให้เขตการทำประมงนอกน่านน้ำของไทยลดพื้นที่ลง และโอกาสในการหาวัตถุดิบจึงลดลงไปด้วย

แหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศ

ปลาหูฉลามที่นำมาบริโภคมีถิ่นอาศัยอยู่ในทะเลแถบมหาสมุทรแปซิฟิกและมหาสมุทรอินเดียเป็นหลัก ส่วนมหาสมุทรแอตแลนติกและทะเลเมดิเตอร์เรเนียนเป็นแหล่งรอง โดยในปี พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา สถานการณ์การจับปลาหูฉลามในมหาสมุทรอินเดียประสบกับปัญหาสภาพอากาศที่เลวร้ายและกระแสน้ำแรง ส่งผลกระทบให้เรือประมงหูฉลามและอุปกรณ์ในการทำประมงได้รับความเสียหายและเป็นสาเหตุทำให้สามารถจับปลาได้อย่างจำกัด ในขณะที่ปริมาณการจับปลาจากมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกลดลง เนื่องจากมาตรการห้ามใช้อุปกรณ์ช่วยทำประมงประเภทซั้ง (Fish Aggregating Device : FAD) และกำหนดให้ปิดน่านน้ำเป็นเวลา 4 เดือน (ก.ค. - ต.ค.) นอกจากนี้ยังมีเรื่องของกลุ่มสหภาพยุโรปที่กำหนดให้ปิดน่านน้ำสำหรับเรืออวนลากและเรืออวนล้อมในการจับปลาในเขตทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

4.1.2 ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตที่สำคัญในการผลิตปลาหูฉลามกระป๋อง คือ ปลาหูฉลามแช่เย็นและแช่แข็งที่ส่วนมากต้องนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีต้นทุนของวัตถุดิบอื่นๆ คือ น้ำมันถั่วเหลือง กระป๋องหรือบรรจุภัณฑ์อื่น ซึ่งเมื่อแบ่งโครงสร้างหลักๆ ของต้นทุนในการผลิตแล้วจะสามารถแบ่งเป็นปัจจัยหลักสองอย่าง คือ ต้นทุนวัตถุดิบ และต้นทุนในการดำเนินงาน (กระป๋อง, บรรจุภัณฑ์ และค่าจ้างแรงงาน) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 โครงสร้างต้นทุนในการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง

ผลิตภัณฑ์	แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ต้นทุน (%)		
		วัตถุดิบ	การดำเนินงาน	แรงงาน
ปลาทูน่ากระป๋อง ในน้ำเกลือ	ร้อยละ 15 มาจาก วัตถุดิบในประเทศ	54.50	18.60	5.60
ปลาทูน่ากระป๋อง ในน้ำมันพืช	ร้อยละ 15 มาจาก วัตถุดิบในประเทศ	54.10	15.80	6.60

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก (2558)

ต้นทุนการผลิตปลาทูน่ากระป๋องส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 54 - 55 เป็นต้นทุนวัตถุดิบซึ่งต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ จึงทำให้ความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบในตลาดโลกส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตปลาทูน่ากระป๋องของไทยโดยตรง นอกจากนี้วัตถุดิบแล้วยังมีต้นทุนในการดำเนินงานประมาณร้อยละ 15 - 20 ต้นทุนแรงงานประมาณร้อยละ 6 ส่วนที่เหลือจะเป็นต้นทุนอื่นๆ อีกประมาณร้อยละ 20 และเนื่องจากราคานำเข้าปลาทูน่ามีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะการจับ ฤดูกาลจับ และอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งมักผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจของโลก จึงทำให้ต้นทุนวัตถุดิบเป็นสิ่งที่มีความกระทบต่ออุตสาหกรรมมากที่สุด

4.1.3 กระบวนการผลิต

(1) การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ (Raw Material)

ก่อนการนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตจะต้องมีการตรวจสอบคุณสมบัติทางกายภาพต่างๆ ของปลา คือ เหงือก ตา ผิวหนัง และความยืดหยุ่นของเนื้อปลา ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ไม่มีลักษณะเสื่อมคุณภาพ

(2) การละลายน้ำแข็ง (Thawing)

ภายหลังผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ปกติปลาทูน่าจะอยู่ในสภาพแช่แข็งที่อุณหภูมิ -20 องศาเซลเซียส หลังจากนั้นจะถูกนำมาละลายน้ำแข็ง ซึ่งสามารถทำได้ 3 แบบ คือ ละลายโดยใช้

อากาศปกติ ละลายโดยใช้ น้ำ และละลายในห้องเย็น สำหรับระยะเวลาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปริมาณปลา แต่ปกติจะละลายโดยใช้ น้ำประมาณ 2 - 3 ชั่วโมง เพื่อเพิ่มอุณหภูมิในตัวปลาขึ้นเป็น 5 องศาเซลเซียส หากสูงกว่านี้จะทำให้เนื้อปลาเสื่อมสภาพจากการเข้าทำลายของจุลินทรีย์และเอ็นไซม์ต่างๆ

(3) การตัดปลา (Butchering or Cutting)

ปลาที่ผ่านกระบวนการละลายน้ำแข็งจะถูกนำมาผ่าท้อง ควักไส้และอวัยวะภายในอื่นๆ ออกและล้างด้วยน้ำ เพื่อลดปริมาณจุลินทรีย์ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะสูญเสียน้ำหนักปลาประมาณร้อยละ 3 - 6

(4) การนึ่งปลา (Pre-Cooking)

ปลาที่ผ่านการควักไส้และทำความสะอาดแล้ว จะถูกนำมานึ่งในหม้อนึ่งไอน้ำ (Retort) ที่อุณหภูมิประมาณ 95 องศาเซลเซียส ความดันประมาณ 1 - 2 บาร์ เป็นเวลา 60 - 90 นาที ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดและชนิดของปลา การนึ่งปลาเพื่อให้หนังและกระดูกปลาแยกออกจากเนื้อปลา ทำให้ชูดเนื้อออกง่าย และเป็น การเพิ่มความเหนียวและการตกตะกอนของโปรตีนอีกด้วย โดยภาชนะหรือเครื่องที่ใช้ นึ่งปลา บางส่วนต้องนำเข้าจากต่างประเทศและนำมาดัดแปลงเพื่อให้เหมาะสมกับการผลิตของโรงงาน

(5) การลดอุณหภูมิ (Cooling down)

ปลาที่ผ่านการนึ่งด้วยไอน้ำเรียบร้อยแล้วจะถูกนำไปยังห้องพักปลา และฉีดพ่นน้ำลงไปบนตัวปลา เพื่อลดอุณหภูมิให้ต่ำลงจนเท่ากับอุณหภูมิห้อง เพื่อป้องกันการเกิดการ Overcooking โดยในขั้นตอนนี้น้ำจะระเหยเป็นไอ ทำให้น้ำหนักของปลาลดลง ไขมันและน้ำมันในตัวปลาจะมารวมกันอยู่ที่บริเวณชั้นผิวหนังปลา

(6) การชูดปลา (Cleaning / Trimming)

ปลาที่ผ่านการนึ่งและลดอุณหภูมิลงแล้วจะถูกนำมาชูดหนัง แยกหัวปลา กระดูก และก้างออก ให้เหลือเพียงเนื้อปลาที่สะอาดและพร้อมจะบรรจุกระป๋องในขั้นตอนต่อไป

(7) การบรรจุ (Canning)

การบรรจุเนื้อปลาลงในกระป๋องขนาดต่างๆ อาจใช้เครื่องจักรหรือมือ จากนั้นอาจเติมน้ำมันพืช น้ำเกลือ ซอสมะเขือเทศหรือซอสปรุงรสอื่นๆ ลงไปเพื่อถนอมคุณภาพเนื้อปลาและตรงกับความต้องการของลูกค้า

(8) การไล่อากาศและปิดผนึก (Exhausting and Seaming)

กระป๋องที่ผ่านการบรรจุเรียบร้อยแล้วจะถูกวางบนสายพานเพื่อผ่านไปบนราง ซึ่งจะมีการพ่นไอน้ำบนช่องว่างเหนือกระป๋องเพื่อไล่อากาศออกก่อนการปิดผนึก เมื่อไอน้ำเกิดการควบแน่นก็จะเกิดเป็นสุญญากาศขึ้นภายในกระป๋อง

(9) การนึ่งฆ่าเชื้อ (Retorting)

ภายหลังการปิดผนึก ปลาทูน่ากระป๋องจะผ่านการนึ่งเพื่อทำลายจุลินทรีย์ที่เป็นพาหะนำโรคและเชื้ออื่นๆ ที่ทำให้เกิดความเสียหาย โดยการทำลายจุลินทรีย์มิใช่เป็นการทำลายจุลินทรีย์ทั้งหมดที่มีอยู่ (Absolute Sterilization) เนื่องจากใช้ความร้อนที่ระดับ 116 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 90 นาที ซึ่งหากใช้ความร้อนในระดับที่สูงกว่านี้จะทำให้อาหารสูญเสียลักษณะทางกายภาพที่ดี เช่น กลิ่น รสชาติ ลักษณะเนื้อ และคุณค่าทางอาหารไปมาก การฆ่าเชื้อจึงเป็นแบบทางการค้า (Commercial Sterilization) ซึ่งจะใช้ความร้อนในการหยุดยั้งจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรคทั้งหมด และทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพของอาหาร

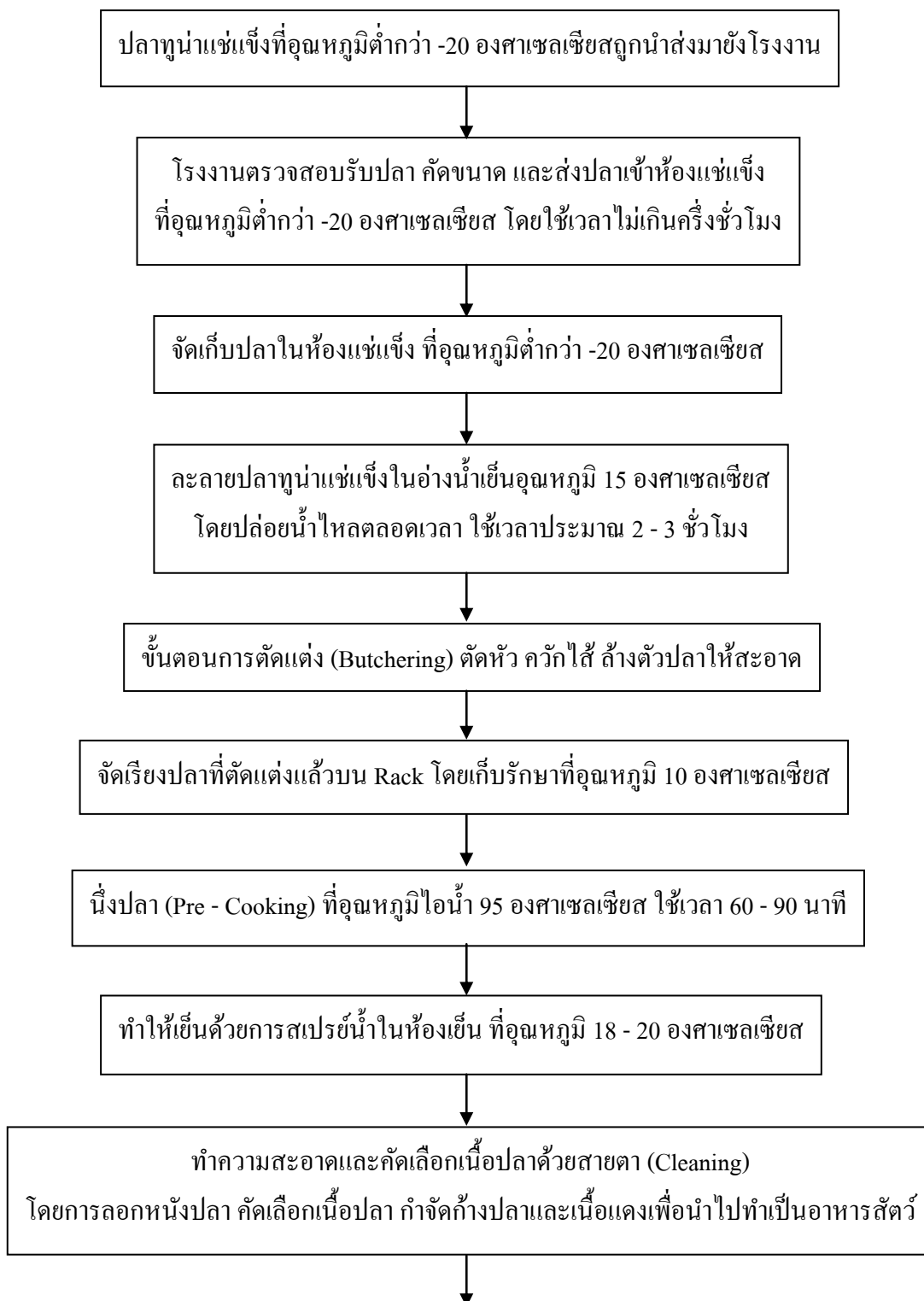
(10) การลดอุณหภูมิของปลาทูน่ากระป๋องขั้นสุดท้าย (Final Cooling down)

หลังจากนึ่งฆ่าเชื้อแล้วต้องทำการลดอุณหภูมิของปลาทูน่ากระป๋องโดยเร็ว เพื่อป้องกันไม่ให้ความร้อนสะสมจนทำให้เนื้อปลาเปื่อยยุ่ย เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสี รสชาติ และคุณค่าทางอาหารลดลง อีกทั้งยังป้องกันการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ชนิดที่เจริญเติบโตได้ในอุณหภูมิสูง (Thermophilic Microbes) ซึ่งยังหลงเหลือจากการทำลายด้วยความร้อน โดยน้ำที่ใช้ในการลดอุณหภูมิจะต้องเป็นน้ำสะอาดปราศจากแบคทีเรียซึ่งจะมีการเติมคลอรีนลงไป ทำให้น้ำมีส่วนผสมของคลอรีน 5 ส่วนในล้านส่วน (5 ppm.) และทำการลดอุณหภูมิลงเหลือ 35 - 40 องศาเซลเซียส เพื่อให้ความร้อนที่เหลืออยู่ทำให้กระป๋องแห้งได้เอง เพื่อป้องกันการเกิดสนิมได้ง่าย หรืออาจใช้พัดลมเป่าที่ด้านนอกกระป๋องทำให้กระป๋องแห้งเร็วขึ้น

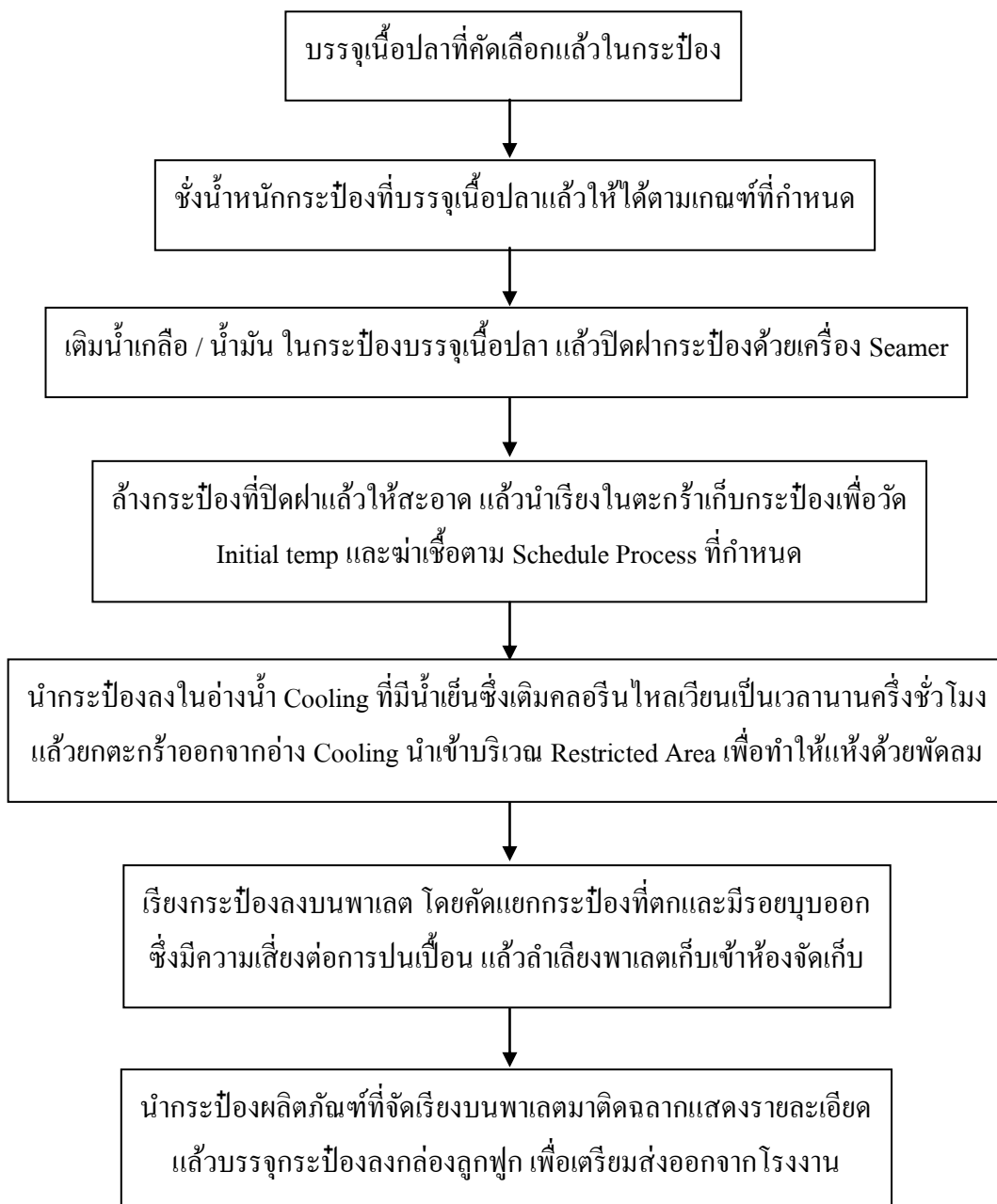
(11) การปิดฉลากและบรรจุกล่อง (Labeling and Packaging)

หลังจากปลากระป๋องผ่านการลดอุณหภูมิจนเท่ากับอุณหภูมิห้องและแห้งสนิทแล้ว จะถูกนำมาปิดฉลากและบรรจุในกล่องกระดาษ เพื่อทำการเก็บรักษาและขนส่งต่อไป

กระบวนการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง



กระบวนการผลิตปลาหมึกกระป๋อง (ต่อ)



ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ, สถาบันอาหาร (2558)

4.1.4 แผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมทูน่า

(ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร, 2558)

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ ประเทศไทยต้องดำรงความเป็นผู้นำในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ปลาทูน่า ”

พันธกิจ (Mission)

- (1) เพิ่มวัตถุดิบปลาทูน่าในประเทศ
- (2) พัฒนาระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าที่ตรงกับความต้องการของตลาด

วัตถุประสงค์ (Objective)

- (1) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
- (2) เพื่อรักษาตลาดเดิม และแสวงหาตลาดใหม่

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

- (1) ยุทธศาสตร์ด้านการเพิ่มผลผลิตการผลิต

โดยมีเป้าหมายเพิ่มผลผลิตปลาทูน่า ภายใต้การดำเนินโครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการพัฒนาประมงทะเลลึก
- โครงการปรับเปลี่ยนเรืออวนลากเป็นเบ็ดราวทูน่า
- โครงการปรับปรุงสุขอนามัยท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต
- โครงการศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการเพิ่มศักยภาพการผลิตปลาทูน่าในน่านน้ำไทย

- (2) ยุทธศาสตร์ด้านการเพิ่มมูลค่า

โดยมีเป้าหมายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาด ภายใต้การดำเนินโครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการศึกษาความต้องการของรูปแบบผลิตภัณฑ์ในตลาดใหญ่
- โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้มีการบริโภคปลาทูน่ามากขึ้น

4.1.5 นโยบายและมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

รัฐมีนโยบายและมาตรการในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง ดังนี้

(1) การส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋องของไทยไม่มีการเก็บภาษีส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการส่งออก แต่กำหนดให้ผู้ส่งออกต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการจัดระเบียบในการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร ฉบับที่ 30 พฤษภาคม 2538

(2) การปรับลดอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่เย็นแช่แข็งภายใต้พิกัดศุลกากร 0303.41 - 0303.49 ซึ่งในการนำเข้าเดิมก่อนปี พ.ศ. 2542 ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 30 ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 กระทรวงการคลังได้ออกประกาศการยกเว้นอากรและการลดอัตราอากรศุลกากร ที่ ศก. 6/2542 โดยลดอัตราภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 5 เพื่อเป็นการปฏิบัติตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก และในปัจจุบันได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าหากเป็นการนำเข้าทางเรือ ทำให้ช่วยลดต้นทุนวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการ แต่ถ้าเป็นการนำเข้าทางเครื่องบินจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 60 แต่ก็สามารถขอลดภาษีได้ตามประกาศของกระทรวงการคลังที่ ศก. 1/2531

(3) การขอคืนอากรนำเข้าภายใต้มาตรา 19 ทวิ และการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ผู้ผลิตจึงสามารถขอคืนภาษีทั้งสองชนิดได้เพื่อเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมได้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้โดยปกติหากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่จะสามารถหักภาษีตั้งแต่ต้นทาง (ภาษีรับ - ภาษีจ่าย) ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายย่อยอาจได้รับการคืนภาษีสำรับบ้าง ดังนั้นการดำเนินการตามมาตรการดังกล่าวจะทำให้เกิดความแน่นอนและถูกต้องในทางปฏิบัติต่อไป

(4) มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้จัดอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องไว้เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมประเภทที่ 1.11(8) คือกิจการที่ผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงรสอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (ยกเว้นการผลิตน้ำดื่ม ลูกอม และ ไอศกรีม) ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ตามเขตการส่งเสริมที่โรงงานตั้งอยู่ โดยมี

โรงงานที่ได้รับสิทธิประโยชน์ ได้แก่ บริษัท โชติวัฒน์อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด บริษัท ทรอปีคอลแคนนิ่ง จำกัด และบริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด เป็นต้น

(5) นโยบายส่งเสริมการประมงนอกน่านน้ำไทย โดยการพัฒนาความร่วมมือด้านการประมงกับต่างประเทศในเขตน่านน้ำสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการประมงนอกน่านน้ำ พัฒนากองเรือประมงไทยให้มีเรือและเครื่องมือทำการประมงที่มีประสิทธิภาพ และให้มีระบบการติดตามเรือประมงสัญชาติไทยที่ทำการประมงนอกน่านน้ำ ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพื่อรองรับการทำประมงนอกน่านน้ำ

4.1.6 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง

(1) ไทยยังไม่มีกองเรือประมงจับปลาทูน่าน้ำลึก และการประมงน้ำลึกของไทยยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอต่อการจับปลาทูน่า อันเป็นผลมาจากข้อจำกัดในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการทำประมงทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เช่น เรือประมง และเครื่องทุ่นแรงในการจับ ทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบจำนวนมากจากต่างประเทศ

(2) ทำเทียบเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายที่ยังไม่เพียงพอ

(3) ต้นทุนวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากต้องพึ่งพานำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลัก ความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบปลาทูน่าในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล จับปลา ความไม่มีเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

(4) การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าทั้งมาตรการทางด้านภาษีและมิใช่ภาษี ปัญหาการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) และการบังคับให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวด เช่น การรับรองคุณภาพการผลิตตามมาตรฐานระบบต่างๆ (HACCP, GMP, ISO) การติดฉลากด้านสิ่งแวดล้อม (การคุ้มครองปลาโลมาและอนุรักษ์เต่าทะเล) การติดฉลากแหล่งที่มาของสินค้า (Rule of Origin) เป็นต้น

4.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลก

ปลาทูน่าเป็นอาหารทะเลที่นิยมบริโภคในหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากมีโปรตีนสูง คอเลสเตอรอลต่ำ และมีราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารทะเลชนิดอื่น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องที่มีปริมาณการบริโภคเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลกในระหว่างปี พ.ศ. 2551 - 2557 พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งสิ้น 5,889.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 6,433.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งปัจจุบันการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั่วโลกในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 7,792.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 มูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องในตลาดโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2557

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า						
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
1. สหรัฐอเมริกา	876.65 (14.88)	798.29 (15.07)	950.60 (18.10)	1,037.96 (16.13)	1,233.52 (15.83)	1,179.30 (14.06)	1,100.50 (14.12)
2. อิตาลี	717.65 (12.19)	676.77 (12.78)	594.77 (11.33)	719.00 (11.18)	748.88 (9.61)	815.38 (9.72)	805.93 (10.34)
3. ฝรั่งเศส	520.75 (8.84)	508.05 (9.60)	430.42 (8.20)	549.00 (8.53)	551.70 (7.08)	689.65 (8.22)	634.94 (8.15)
4. อังกฤษ	604.19 (10.26)	447.15 (8.44)	383.24 (7.30)	491.85 (7.65)	526.29 (6.75)	644.57 (7.69)	545.58 (7.00)
5. สเปน	408.65 (6.94)	403.75 (7.62)	396.96 (7.56)	436.63 (6.79)	542.13 (6.96)	583.26 (6.95)	504.21 (6.47)
อื่นๆ	2,761.92 (46.89)	2,461.67 (46.49)	2,495.13 (47.51)	3,198.57 (49.72)	4,190.89 (53.77)	4,475.06 (53.36)	4,201.51 (53.92)
รวม	5,889.81 (100)	5,295.68 (100)	5,251.12 (100)	6,433.01 (100)	7,793.41 (100)	8,387.22 (100)	7,792.67 (100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ (ร้อยละ) คำนวณเทียบจากมูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด
ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาหมึกประเภทแช่แข็งอันดับ 1 ของโลก โดยในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 2,378.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดโลก ประมาณร้อยละ 30.52 ผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลกลำดับรองลงมา ได้แก่ เอกวาดอร์ สเปน จีน และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกปลาหมึกแช่แข็งทั้งหมดของโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2557

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก						
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
1.ไทย	1,940.16 (32.94)	1,684.36 (31.81)	1,879.32 (35.79)	2,297.70 (35.72)	2,673.48 (34.31)	2,650.58 (31.60)	2,378.20 (30.52)
2.เอกวาดอร์	532.25 (9.04)	334.60 (6.32)	322.81 (6.15)	563.74 (8.76)	833.98 (10.70)	1,034.11 (12.33)	1,003.48 (12.88)
3.สเปน	460.52 (7.82)	394.27 (7.44)	402.55 (7.67)	509.89 (7.93)	573.10 (7.35)	570.92 (6.81)	555.65 (7.13)
4.จีน	115.79 (1.97)	91.40 (1.73)	132.99 (2.53)	241.13 (3.75)	313.14 (4.02)	417.94 (4.98)	382.27 (4.91)
5.ฟิลิปปินส์	275.73 (4.68)	252.65 (4.77)	231.03 (4.40)	209.78 (3.26)	304.88 (3.91)	559.25 (6.67)	326.00 (4.18)
อื่นๆ	2,565.36 (43.55)	2,538.40 (47.93)	2,282.42 (43.46)	2,610.77 (40.58)	3,094.83 (39.71)	3,154.42 (37.61)	3,147.07 (40.38)
รวม	5,889.81 (100)	5,295.68 (100)	5,251.12 (100)	6,433.01 (100)	7,793.41 (100)	8,387.22 (100)	7,792.67 (100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ (ร้อยละ) คำนวณเทียบจากมูลค่าการส่งออกปลาหมึกแช่แข็งทั้งหมด
ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

มาตรการและระเบียบวิธีปฏิบัติ

เนื่องจากปัญหาด้านสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญที่อาจได้รับผลกระทบจากการบริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงมีการรวมกลุ่มความร่วมมือกันระหว่างประเทศโดยจัดตั้งเป็นองค์กรต่างๆ เพื่อควบคุมดูแลเรื่องความปลอดภัยในอาหาร เช่น องค์กรอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization: FAO) เป็นต้น ทั้งนี้ในการทำประมงปลาทูน่าจึงมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องจัดการดูแลให้มีการทำประมงอย่างยั่งยืน รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในท้องทะเล โดยมีองค์กรที่คอยดูแลและกำหนดมาตรการควบคุมในการทำประมง ดังนี้

Friend of the Sea (FOS) เป็นองค์กรเอกชนที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ปกป้องปลาโลมาที่ติดมากับอวนจากการทำประมงปลาทูน่า โดยสินค้าที่มีการติดฉลากของ FOS จะต้องผ่านการตรวจสอบและรับรองจากองค์กรว่าด้วยเรื่องกระบวนการจัดการของสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

คณะกรรมการปลาทูน่าแห่งมหาสมุทรอินเดีย (Indian Ocean Tuna Commission: IOTC) เป็นองค์กรจัดการประมงระดับภูมิภาคที่จัดตั้งขึ้นภายใต้ธรรมนูญขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) โดยมีภารกิจหลักในการจัดการทรัพยากรปลาทูน่าและปลาที่คล้ายกับทูน่า (Tuna-like Species) จำนวนทั้งหมด 16 ชนิด ในมหาสมุทรอินเดียและทะเลใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกในการจัดการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากพันธุ์ปลาเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งภารกิจเหล่านี้สอดคล้องกับหลักการในบทบัญญัติของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ในการศึกษาสถานะและแนวโน้มของประชากรปลาทูน่าโดยมีการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ สถิติการจับและการลงแรงประมง ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้ในการออกมาตรการอนุรักษ์จัดการทรัพยากรปลาเหล่านี้ (กลุ่มบริหารการทำประมงและเศรษฐกิจนอกน่านน้ำ กองประมงต่างประเทศ, 2558)

Marine Stewardship Council (MSC) เป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหาผลกำไร จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการทำประมงที่มีระบบการจัดการที่ดี เป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและรักษาสมดุลของสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในท้องน้ำธรรมชาติ โดยใช้หลัก 3 ประการ คือ ไม่ทำการประมงเกินขนาด ไม่ทำการประมงที่กระทบกับระบบนิเวศน์ และมีการจัดการที่เคารพกฎหมาย

ระหว่างประเทศและท้องถิ่น โดยการดำเนินกิจกรรมผ่านทาง การสนับสนุนธุรกิจประมงที่เป็นสมาชิกให้เข้าร่วมในโปรแกรมการออกใบรับประกันในลักษณะตามความสมัครใจ และผ่านทางการทำงานร่วมกับภาคการค้าในการพัฒนาตลาดและตราสินค้าที่ได้รับใบรับรองแล้ว ซึ่งโปรแกรมการออกใบรับประกันนี้จะใช้กับสินค้าอาหารทะเลทุกชนิดและทุกประเภทที่ได้มาจากการทำประมงในน่านน้ำธรรมชาติทั่วโลก โดยใช้ฉลาก “eco - label” ระบุในสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการประกันมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ ยังมีอีกหลายองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการประมงที่ยั่งยืน (Sustainable Fisheries Partnership: SFP), โครงการปรับปรุงการประมง (Fishery Improvement Project: FIP), มูลนิธิเพื่อความยั่งยืนของอาหารทะเลสากล (International Seafood Sustainability Foundation: ISSF) เป็นต้น

4.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าปลาทูน่ากระป๋องรายใหญ่เป็นอันดับ 1 ของโลก (ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2557) และเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย แม้ว่าสหรัฐอเมริกาก็จะสามารถผลิตปลาทูน่ากระป๋องเพื่อการบริโภคได้เองภายในประเทศ แต่จากภาวะปัญหาการแข่งขันในปัจจุบันด้านค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าอย่างไทย จีน เวียดนาม และเอกวาดอร์ รวมถึงปัญหาทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาเอง จึงส่งผลให้ผู้ผลิตเริ่มมีการรวมตัวกันมากขึ้นเรื่อยๆ จนปัจจุบันมีผู้ผลิตเหลืออยู่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งผลิตปลาทูน่ากระป๋อง 3 ตราสินค้า คือ Bumble Bee, StarKist และ Chicken of The Sea โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 75 - 85 ของการบริโภครวมในสหรัฐอเมริกา

ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2556 สหรัฐอเมริกานำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยสูงสุดคือร้อยละ 45.2 ของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมด มีปริมาณ 103,419 ตัน คิดเป็นมูลค่า 533.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 ความต้องการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากจากต่างประเทศ โดยมีปริมาณการนำเข้าจากไทย 108,086 ตัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.51 คิดเป็นมูลค่าการนำเข้า 476.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 10.63 สาเหตุเนื่องมาจากต้นทุนวัตถุดิบลดลง นอกจากนี้แหล่งนำเข้าที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ จีน เอกวาดอร์ เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้สหรัฐอเมริกาได้มีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องจาก

จีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 - 2557 โดยมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 351 ซึ่งจีนอาจกลายเป็นแหล่งนำเข้าสำคัญของสหรัฐอเมริกาในอนาคตได้

4.3.1 ลักษณะการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกา

(1) ส่วนใหญ่ของการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกานิยมบริโภคเป็นอาหารกลางวัน โดยนำไปทำเป็นแซนด์วิช ใช้ในการทำสลัด และทำ casseroles และ helpers

(2) ชนิดของปลาทูน่ากระป๋องที่ได้รับความนิยมในการบริโภค คือ Skipjack หรือที่เรียกว่า Light Meat (in water / in oil) คิดเป็นร้อยละ 75 - 80 ของการบริโภครวมในสหรัฐอเมริกา ส่วนที่เหลือเป็นการบริโภค Albacore หรือที่เรียกว่า White Meat

(3) ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าที่ได้รับความนิยมบริโภคมากที่สุดคือปลาทูน่ากระป๋องในน้ำเกลือ (canned tuna in brine) ส่วนการบริโภคปลาทูน่าบรรจุในถุง (pouched tuna) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

4.3.2 ลักษณะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจุบันอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกามีการแข่งขันค่อนข้างสูง ความต้องการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องในน้ำเกลือ (canned tuna in brine) ซึ่งเป็นประเภทของปลาทูน่ากระป๋องที่ได้รับความนิยมมากที่สุดยังคงทรงตัวแต่ไม่มีการเติบโต ขณะที่ความต้องการบริโภคปลาทูน่าบรรจุในถุง (pouched tuna) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตทำการผลิตและวางตลาดสินค้าใหม่ๆ หลากหลายชนิดมากขึ้น การแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดส่งผลทำให้บริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกาเร่งทำการผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ๆ ออกสู่ตลาดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตลาดการบริโภคกลุ่มใหม่ๆ ที่จะเป็นการขยายตลาดการบริโภคให้กว้างออกไป ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Bumble Bee Foods ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เรียกว่า “Heritage Pack” สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวที่ต้องการผลิตภัณฑ์คุณภาพดี เน้นสุขภาพ และการรับประทานแบบง่ายๆ ที่มีเครื่องปรุงในระดับต่ำ เพียงแค่เนื้อปลา albacore สีขาว หรือเนื้อปลา yellowfin จากแหล่งน้ำธรรมชาติ (spring water) และเกลือเล็กน้อย หรือบริษัท StarKist ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เรียกว่า “Ranch favored Tuna Creations” สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง นอกจากนี้ยังมีบริษัท

อื่นๆ ที่มีแนวทางการแข่งขันในตลาดโดยการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าขึ้นมา เน้นถึงแหล่งที่มาของสินค้ามาจากการวิธีการทำประมงอย่างยั่งยืนและไม่เป็นอันตรายต่อปลาโลมา หรือเน้นที่คุณภาพสินค้า เป็นต้น

บริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกา

(1) American Tuna Inc.,

4364 Bonita Rd., # 331, Bonita, CA 91902, Tel: 886 817 - 0497

American Tuna Inc., ทำการประมงภายในน่านน้ำสหรัฐอเมริกาและผลิตปลาทูน่ากระป๋อง (Canned Albacore) เพื่อจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับตลาด premium และ organic ภายใต้อตราสินค้า American Tuna

(2) Bumble Bee® Seafoods LLC

P.O. box 85362 San Diego, CA 92186, www.bumblebee.com

Bumble Bee® Seafoods LLC เป็นบริษัทในเครือของ Lion Capital ที่มีฐานตั้งอยู่ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ และมีโรงงานบรรจุกระป๋องตั้งอยู่ในเมือง Santa Fe Spring, California บริษัททำการผลิตอาหารทะเลกระป๋อง (albacore, light meat tuna, salmon, sardines, clams) โดยเป็นบริษัทอุปทานอาหารทะเลที่ใหญ่เป็นอันดับสองในสหรัฐอเมริกา และเป็นหนึ่งในสามของบริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา ภายใต้อตราสินค้า ได้แก่ Bumble Bee®, Sweet Sue®, Snow's®, Beach Cliff®, Brunswick®, Bumble Bee SuperFresh® และ Wild Selection®

(3) Chicken of the Sea International (aka Thai Union International)

9330 Scranton Rd., Suite 500 San Diego, CA 92121, Tel: 858 597 - 4215

เป็นบริษัทในเครือของ Thai Union Frozen Product ประเทศไทย มีโรงงานบรรจุกระป๋องตั้งอยู่ในเมือง Lyons, Georgia โดยเป็นบริษัทอุปทานอาหารทะเลที่ใหญ่เป็นอันดับสามในสหรัฐอเมริกา และเป็นหนึ่งในสามของบริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา ภายใต้อตราสินค้า Chicken of the Sea

(4) Oregon's Choice Gourmet

24480 Alsea Highway Philomath, OR 97370, Tel: 877 289 - 8862

เป็นบริษัททำการประมงและผลิตปลาทูน่ากระป๋อง (Canned Albacore) และอาหารทะเลอื่นๆ โดยเป็นการผลิตภายในสหรัฐอเมริกาทั้งหมด ภายใต้ตราสินค้า Oregon's Choice Gourmet

(5) Starkist Co.

225 North Shore Dr. Suite 400 Pittsburgh, PA 15212, Tel: 412 323 - 7400

เป็นบริษัทในเครือของ Dongwon Industries กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ทำการผลิตปลาทูน่ากระป๋องและอาหารทะเลอื่นๆ มีโรงงานผลิตและบรรจุกระป๋องตั้งอยู่ที่ Pago Pago, American Samoa และ Guayaquil ประเทศเอกวาดอร์ โดยเป็นบริษัทที่ทำการตลาดปลาทูน่ากระป๋องที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา

(6) Tri Marine Management Company LLC

10500 N.E. 8th Street Suite 1888 Bellevue, WA 98004, Tel: 425 688 - 1288

เป็นบริษัทในเครือของ Tri Marine Group ประเทศสิงคโปร์ โดยเป็นบริษัทอุปทานอาหารทะเลรวมปลาทูน่าที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา มีโรงงานล้างและบรรจุกระป๋องตั้งอยู่ที่ American Samoa

4.3.3 มาตรการและกฎระเบียบทางการค้าของสหรัฐอเมริกา

มาตรการกีดกันด้านภาษี

(1) มาตรการโควตาภาษี บังคับใช้กับผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในน้ำเกลือ โดย The National Fisheries Services และ U.S. Custom เป็นผู้กำหนดโควตาการนำเข้าในแต่ละปี โดยวิธีการอ้างอิงจากปริมาณการผลิตภายในประเทศของปีก่อน และกำหนดอัตราภาษีสำหรับสินค้าในโควตาที่ร้อยละ 6 ส่วนที่เกินโควตาจะเสียภาษีในอัตราร้อยละ 12.5

(2) มาตรการภาษีนำเข้า บังคับใช้กับผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในน้ำมัน โดยกำหนดอัตรากำหนดภาษีนำเข้าร้อยละ 35

มาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี

(1) มาตรการนำเข้าและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค โดยสินค้าที่นำเข้าจะต้องมีใบรับรองการตรวจสอบจากหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายของประเทศผู้ผลิต และจะต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (USFDA) รวมทั้งต้องปฏิบัติตาม Nutrition Labeling ของสหรัฐอเมริกาด้วย

(2) อาหารที่จำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาจะต้องปฏิบัติตามระเบียบในการกำหนดฉลากสินค้า โดยเฉพาะอาหารที่มีภาชนะบรรจุจะต้องแสดงประเทศผู้ผลิต ชื่อและที่อยู่ของ บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ชื่อสามัญของผลิตภัณฑ์ รวมถึงต้องระบุข้อมูลทางโภชนาการด้วย เช่น ปริมาณพลังงาน โปรตีน และไขมัน เป็นต้น

ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกามีมาตรการกีดกันทางการค้าด้วยการออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เข้มงวด แต่ด้วยปริมาณความต้องการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศผู้ส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกามีการปรับตัวรองรับต่อมาตรการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งนอกเหนือจากกฎระเบียบข้อบังคับมาตรฐานในด้านการผลิตอาหารอย่าง GMP, HACCP แล้ว สหรัฐอเมริกายังมีการปรับปรุงและออกกฎหมายใหม่เกี่ยวกับความปลอดภัยในอาหารอย่างต่อเนื่อง เช่น กฎหมายอาหารปลอดภัย (Safe Food Act of 2007), กฎหมายอาหารและยา นำเข้าปลอดภัย (Food and Drug Import Safety Act of 2007) และกฎหมายประกันอาหารปลอดภัย (Assured Food Safety Act of 2007) เป็นต้น

เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2554 สหรัฐอเมริกาได้ปรับปรุงกฎหมายความปลอดภัยในอาหาร (The Federal Food, Drug, and the Cosmetic Act of 1938 : FFDCA) โดยเน้นการเพิ่มอำนาจในการตรวจสอบกระบวนการผลิตอาหารให้แก่องค์การอาหารและยาสหรัฐอเมริกา (USFDA) ซึ่งกฎหมาย FSMA กำหนดให้เจ้าของผู้ดำเนินการหรือตัวแทนของโรงงานผลิตอาหาร (Food Facilities) ทั้งในสหรัฐอเมริกาและต่างประเทศที่ทำธุรกิจส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐอเมริกา จะต้องต่ออายุการจดทะเบียนโรงงานผลิตสินค้าทุกๆ 2 ปี แทนการจดทะเบียนครั้งแรกเพียงครั้งเดียว โดยมีผลบังคับใช้เดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 หากโรงงานผลิตหรือผู้ส่งออกไม่ได้จดทะเบียนในช่วงเวลาดังกล่าว จะมีผลทำให้สินค้าที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาจะถูกปฏิเสธ และอาจถูกเพิกถอนใบทะเบียนได้ หากมีการตรวจสอบพบว่ากระบวนการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีความปลอดภัย หรือ

มีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา โดยจะมีการเข้าตรวจสอบอย่างต่อเนื่องเป็นระยะๆ ทั้งนี้ยังมีการออกกฎหมายฉบับใหม่ว่าด้วยเรื่องการปรับปรุงความปลอดภัยในอาหารของสหรัฐอเมริกา 2 ประเด็น คือ Foreign Supplier Verification Program และ Accreditation of Third-Party Auditors หมายถึงการบังคับให้ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสินค้าอาหารในตลาดสหรัฐอเมริกาจะต้องขึ้นทะเบียนหรือเป็นผู้ได้รับอนุญาตจึงจะสามารถส่งออกได้ และที่สำคัญต้องมีข้อมูลที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับจากต้นทางถึงปลายทางได้

นอกจากนี้ยังมีมาตรการที่เป็นกฎระเบียบในการนำเข้าด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งถือเป็นอุปสรรคทางการค้าด้วย ได้แก่

กฎหมาย Marine Mammal Protection Act (Amendment 1988) และกฎหมาย International Dolphin Conservation Act ซึ่งกำหนดห้ามนำเข้าปลาทูน่าจากประเทศที่ใช้วิธีการจับปลาด้วยอวนล้อม (Purse Seine) ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อปลาโลมาในบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออก และการห้ามนำเข้าผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าจากประเทศที่ซื้อวัตถุดิบจากผู้จับที่ใช้เครื่องมือทำลายปลาโลมา

มาตรการตรวจสอบการใช้แรงงานเด็กและแรงงานผิดกฎหมาย โดยอ้างอิงจากรายงานสถานการณ์การค้ามนุษย์ (TIP Report) ซึ่งเป็นรายงานประจำปีที่กระทรวงการต่างประเทศได้จัดทำขึ้นตามกฎหมายสหรัฐอเมริกา (Trafficking Victims Protection Act of 2000 : TVPA) เพื่อเสนอต่อรัฐสภาสหรัฐอเมริกา เกี่ยวกับสถานการณ์การค้ามนุษย์ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้ Tier 1 หมายถึงประเทศที่ดำเนินการโดยสอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำในการจัดการค้ามนุษย์ตามกฎหมาย TVPA, Tier 2 หมายถึงประเทศที่ดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำตามกฎหมาย TVPA และมีเหตุการค้ามนุษย์จำนวนมากหรือเพิ่มขึ้นมาก โดยไม่มีหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการเพิ่มความพยายามมากขึ้นในการต่อต้านการค้ามนุษย์, Tier 3 หมายถึงประเทศที่ดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำตามกฎหมาย TVPA และไม่ได้เพิ่มความพยายามอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสหรัฐอเมริกาอาจมีการทบทวนพิจารณาระงับการให้ความช่วยเหลือที่มีใช้ความช่วยเหลือเพื่อมนุษยธรรมและความช่วยเหลือที่เกี่ยวกับการค้า (non-humanitarian and non-trade-related foreign assistance)

4.4 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาหูฉลามของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา จะทำการพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ทั้งนี้ถ้าค่า RCA ที่คำนวณมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาหูฉลาม แต่ค่า RCA ที่คำนวณมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาหูฉลาม แต่ค่า RCA มีข้อจำกัดในการใช้ เนื่องจากการคำนวณค่า RCA มีการใช้ข้อมูลการส่งออกและการนำเข้ามาคิดคำนวณเท่านั้น ดังนั้นค่า RCA จึงไม่มีการเชื่อมโยงเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการผลิต หรือในกรณีที่มีการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ค่า RCA ไม่สามารถแสดงผลของการกีดกันทางการค้าได้

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะใช้ข้อมูลการส่งออกปลาหูฉลามของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีน โดยช่วงเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 - 2557 ซึ่งผลการวิเคราะห์ มีดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศจีนในการส่งออกปลาหูฉลามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2557

ปี พ.ศ.	RCA ประเทศไทย	RCA ประเทศจีน
2550	35.68	0.18
2551	40.90	0.14
2552	39.94	0.09
2553	45.71	0.09
2554	46.11	0.30
2555	40.59	0.42
2556	38.88	0.51
2557	37.26	0.54

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการคำนวณพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดระยะเวลาที่ทำการวิเคราะห์ แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาพ่นำกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา และประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ปลาพ่นำกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา สาเหตุเนื่องจากประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในหลายๆ ด้าน เช่น ความพร้อมทางด้านทักษะฝีมือแรงงาน ประสิทธิภาพและความสามารถในการจัดการของผู้ผลิตที่เหนือกว่า รวมทั้งมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยทำให้คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ค่า RCA ประเทศไทยกลับมีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2557 ซึ่งตรงข้ามกับกับค่า RCA ประเทศจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันส่งออกปลาพ่นำกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ลดลงและอาจเสียเปรียบประเทศจีนได้ในอนาคต

4.5 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เป็นการศึกษาถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยใน 2 ช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ. 2550 - 2553 และ ปี พ.ศ. 2554 - 2557 อันเนื่องมาจากองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน คือ ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง และผลจากการปรับทิศทางทางการส่งออก โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อัตราการขยายตัวของการส่งออก ในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2557

(เปรียบเทียบจาก ช่วงปีฐาน พ.ศ. 2550 - 2553)

อัตราการขยายตัว	ร้อยละ
การส่งออกรวมของตลาดโลก (g)	0.29
$(g = G - 1); G = 1.29$	
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาพ่นำกระป๋อง (g_k)	0.45
$(g_k = G_k - 1); G_k = 1.45$	
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาพ่นำกระป๋อง ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา (g_{jk})	0.37
$(g_{jk} = G_{jk} - 1); G_{jk} = 1.37; G^*_{jk} = 0.73$	

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์อัตราการขายตัวของการส่งออก

จากตารางที่ 7 พบว่าในช่วงเวลาที่เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2553 และปี พ.ศ. 2554 - 2557 อัตราการขายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.29 โดยมีอัตราการขายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.45 แสดงให้เห็นถึงความต้องการบริโภคสินค้ารวมในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น สาเหตุเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว กอปรกับแนวโน้มการบริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพกันมากขึ้น ส่งผลทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.37 สาเหตุเนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศหลังจากผ่านช่วงวิกฤติซับไพรม์มาได้ ประกอบกับอุปทานสินค้าประมงที่ผลิตเองมีไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ จึงส่งผลทำให้การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกามีอัตราการขายตัวเพิ่มสูงขึ้น

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศจีน ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2553 และ พ.ศ. 2554 - 2557 พบว่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยเพิ่มขึ้น 113.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศจีนเพิ่มขึ้น 140.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวประกอบด้วยผลกระทบด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 8 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยและประเทศจีนใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2553 และ พ.ศ. 2554 - 2557

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	มูลค่าการส่งออก	
	ประเทศไทย	ประเทศจีน
ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก	182.31	6.81
ผลจากการกระจายตลาด	-32.41	-1.21
ผลจากการแข่งขัน	-15.42	56.85
ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก	-21.18	77.88
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย ช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2557 (เปรียบเทียบจาก ปีฐาน พ.ศ. 2550 - 2553)	113.30	140.33

ที่มา: จากการคำนวณ

1. ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ส่งผลในด้านบวกกับประเทศไทยมากที่สุด ทำให้มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 182.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของจีนเพิ่มขึ้น 6.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ กล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งจากองค์ประกอบนี้ เนื่องจากประเทศไทยมีเทคโนโลยีการผลิตและกระบวนการผลิตที่ทันสมัย สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งคุณภาพของสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกตามมาตรฐานสากล (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2558)

2. ผลจากการกระจายตลาด ส่งผลในด้านลบกับทั้งสองประเทศเช่นกัน ทำให้มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง 32.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของจีนลดลง 1.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่งผลในด้านลบกับประเทศไทยแต่ส่งผลในด้านบวกกับประเทศจีน ทำให้มูลค่าการส่งออกปลาหูน้ำกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง 15.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่มูลค่าการส่งออกปลาหูน้ำกระป๋องของจีนเพิ่มขึ้น 56.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องด้วยประเทศจีนมีการทำประมงที่ใหญ่ที่สุดในโลกและเกิดความได้เปรียบจากการผลิตขนาดใหญ่ ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งนับว่าเป็นผลดีต่อการส่งออกของประเทศจีน

4. ผลจากการปรับทิศทางส่งออก ส่งผลในด้านลบกับประเทศไทยแต่ส่งผลในด้านบวกกับประเทศจีน ทำให้มูลค่าการส่งออกปลาหูน้ำกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง 21.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่มูลค่าการส่งออกปลาหูน้ำกระป๋องของจีนเพิ่มขึ้น 77.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องรายใหญ่ของโลก ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 33 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก โดยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ไม่ต่ำกว่า 200 ประเทศทั่วโลก ถือเป็นสินค้าที่มีฐานตลาดใหญ่ที่สุด โดยปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญเกิดจากข้อได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบทั้งจากแหล่งมหาสมุทรแปซิฟิก และมหาสมุทรอินเดีย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70 ของแหล่งวัตถุดิบปลาทุ่นำของโลก อีกทั้งในแง่ภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศไทยที่ทำให้สามารถส่งออกสินค้าไปได้ทั่วโลก โดยที่สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าปลาทุ่นำกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของไทย และไทยมีสัดส่วนการครองตลาดส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาสูงเป็นลำดับที่หนึ่ง (ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2557)

เมื่อพิจารณาแนวโน้มและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าปลาทุ่นำกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2554 - 2557 พบว่ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตรงกันข้ามกับประเทศจีนซึ่งมีสัดส่วนการครองตลาดสูงเป็นลำดับที่สอง และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาความสามารถในการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศจีนใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2550 - 2553 และปี พ.ศ. 2554 - 2557 เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศไทยให้สามารถดำรงไว้ซึ่งการเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทุ่นำกระป๋องเป็นอันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาได้อย่างยั่งยืน และใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนขยายตลาดในสหรัฐอเมริกาให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดระยะเวลาที่ทำการวิเคราะห์ แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทุ่นำกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมในตลาดโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.29 โดยที่อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.45 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการบริโภคสินค้ารวมในตลาดโลกเพิ่มขึ้นเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว ประกอบกับแนวโน้มการบริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพกันมากขึ้น ส่งผลทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.37 และทำให้มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 113.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ผลจากการปรับทิศทางทางการส่งออก และผลจากการกระจายตลาด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 182.31, -15.42, -21.18 และ -32.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน พบว่าไทยสูญเสียประโยชน์จากการกระจายตลาดมากที่สุด รองลงมาคือ การปรับทิศทางทางการส่งออก และการแข่งขันที่แท้จริง แต่ได้ประโยชน์จากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก ในขณะที่มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศจีนเพิ่มขึ้น 140.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยได้ประโยชน์จากการปรับทิศทางทางการส่งออก การแข่งขันที่แท้จริง และการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 77.88, 56.85 และ 6.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ แต่สูญเสียประโยชน์จากการกระจายตลาดเท่ากับ -1.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สรุปโดยรวม ประเทศไทยยังมีศักยภาพและความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่มีแนวโน้มที่จะเสียเปรียบประเทศจีนในอนาคต เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไม่ได้เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง แต่เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในมูลค่าการส่งออกของประเทศจีน เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก ผลจากการปรับทิศทางทางการส่งออก และผลจากการแข่งขันที่แท้จริง เนื่องด้วยประเทศจีนมีความได้เปรียบจากการผลิตขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต ประกอบกับต้นทุนค่าจ้างแรงงานต่ำ จึงทำให้สินค้าส่งออกจากประเทศจีนมีราคาถูกกว่าประเทศคู่แข่ง

ดังนั้นภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชนของไทยควรวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการผลิต การค้า และการตลาด โดยอาศัยประโยชน์จากความได้เปรียบเรื่องความพร้อมทางด้านทักษะ

ฝีมือแรงงาน ประสิทธิภาพและความสามารถในการจัดการของผู้ผลิตที่เหนือกว่า รวมทั้งเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยทำให้คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทยเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย ให้สามารถดำรงไว้ซึ่งการเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องเป็นอันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาได้อย่างยั่งยืน และเพื่อประโยชน์ในการขยายตลาดในสหรัฐอเมริกาให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1. โดยภาพรวมปลาทูน่ากระป๋องยังเป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ซึ่งมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดระยะเวลาที่ทำการวิเคราะห์ แม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลงในช่วงหลัง ในขณะที่เดียวกันประเทศจีนซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ประเทศไทยไม่ควรมองข้ามและพึงระมัดระวัง เพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ได้ในอนาคต ดังนั้นผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในตลาดโลก อาทิเช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารไทยตามเทศกาลต่างๆ เพื่อเน้นย้ำถึงการมีกระบวนการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ช่วยให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ทูน่ากระป๋องของประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไม่ได้เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง แต่เป็นผลจากการขยายตัวของตลาดโลก โดยที่ผลจากการแข่งขันแท้จริงให้ค่าติดลบ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน โดยการปรับปรุงคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าส่งออกของประเทศไทยสามารถแข่งขันด้านราคากับประเทศคู่แข่งได้ดีขึ้น เช่น การร่วมทุนระหว่างรัฐกับเอกชน หรือ เอกชนกับเอกชน ลงทุนในกองเรือประมงไทยสำหรับจับปลาทูน่า ซึ่งจะช่วยลดภาระการนำเข้า หลีกเลี่ยงปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ลดความเสี่ยงเรื่องการอ่อนไหวของราคาวัตถุดิบ อีกทั้งยังช่วยให้สามารถหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกป้อนอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

3. ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการปรับทิศทางส่งออกให้ค่าติดลบเช่นเดียวกันสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเน้นขยายการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปในตลาดที่หดตัวหรือมีอัตราการขยายตัวของตลาดต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งแสดงถึงการดำเนินนโยบายด้านการ

ส่งออกของประเทศไทยว่าเป็นไปในทิศทางที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรปรับเปลี่ยนนโยบายการส่งออก รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมให้เอกชนมองหาตลาดส่งออกใหม่ๆ เพื่อเป็นการขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างมากขึ้น อีกทั้งควรมีการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาลและเอกชนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงเงื่อนไขการผลิตและการส่งออกในแต่ละประเทศ เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้ทำการผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาดแท้จริง และไม่ประสบปัญหาในการส่งออก

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้พิจารณาความสามารถในการส่งออกปลาหูฉลามน้ำกระป๋องของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ คือ จีน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการเปรียบเทียบประเทศคู่แข่งรายอื่นด้วย เช่น เอกวาดอร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญรองลงมาของตลาดสหรัฐอเมริกา

2. การศึกษาครั้งนี้พิจารณาเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาตลาดใหม่ที่น่าสนใจเพิ่มเติม เนื่องจากหากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในตลาดหลัก เช่น การชะลอตัวทางเศรษฐกิจ หรือการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆ ประเทศไทยจะยังคงมีตลาดใหม่รองรับสินค้า เพื่อช่วยลดความเสี่ยงด้านการส่งออก

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กนกวรรณ เทพวิวัฒน์จิต. 2545. ความสามารถในการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทย กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรกฤษ อุปรโคตร. 2546. การส่งออกปลาปรุงแต่งของประเทศไทยไปประเทศออสเตรเลีย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กลุ่มบริหารการทำการประมงและเศรษฐกิจน่านน้ำ กองประมงต่างประเทศ. 2553. การประมงไทยกับ IOTC (Online). www.tofa.or.th/articles/617248/การประมงไทยกับ-IOTC.html, 19 เมษายน 2558.

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2547. โครงการศึกษาผลกระทบจากการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย – ออสเตรเลีย (Online). www.thaiifta.com/trade/tafta/2004%20Full%20TAFTA%20Impact%20Book2.pdf, 19 เมษายน 2558.

ณรงค์ สวรรค์โพธิ์พันธุ์. 2547. การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาน้ำกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหราชอาณาจักร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชนเดช งามอาจบรรณากร. 2544. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิติเวช เพิ่มพูนโชคคณา. 2543. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทย : กรณีศึกษาเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พาสีรี พุฒิกอกิน. 2544. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2558. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย (Online). www2.ops3.moc.go.th, 19 เมษายน 2558.

สถาบันอาหาร, กระทรวงอุตสาหกรรม. 2558. **Thailand Food Industry Profiles** (Online). <http://fic.nfi.or.th/food>, 19 เมษายน 2558.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2556. ข้อมูลสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 2556 (Online). www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=95, 19 เมษายน 2558.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. 2555. โครงการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน (Online). <http://tpso.moc.go.th/img/news/1022-img.pdf>, 19 เมษายน 2558.

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส. 2557. สถานการณ์ตลาดการค้าปลาทูน่าสหรัฐฯ (Online). www.thaitradeusa.com/home/wp-content/uploads/2014/08/สถานการณ์ตลาดการค้าปลาทูน่าสหรัฐฯ.pdf, 19 เมษายน 2558.

สำนักบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กลุ่มเกษตร. 2554. ปลาทุ่นำกระป๋อง (Online). www.dft.go.th/Portals/0/ContentManagement/Document_Mod785/ปลาทุ่นำกระป๋องไตรมาส2-54@25541128-1436112211.pdf, 19 เมษายน 2558.

Balassa, Bela. 1989. **Trade Theory and Economic Reform**. Macmillan Press, London.

Leamer, E.E. and R.M. Stern. 1970. **Quantitative International Economic**. Boston: Allyn and Bacon

Market Analysis and Research, International Trade Centre. 2015. **Trade statistics for international business development** (Online). <http://www.trademap.org/>, April 19, 2015.

NSW Department of Primary Industries. 2015. **Species – Common recreational saltwater** (Online). www.dpi.nsw.gov.au/fisheries/recreational/saltwater/sw-species, April 19, 2015.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ตารางผนวกที่ ก 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกสินค้ารวม
2550	2,017,120,776,000
2551	2,164,834,031,000
2552	1,601,895,800,000
2553	1,966,496,700,000
2554	2,262,585,600,000
2555	2,333,805,233,000
2556	2,328,328,633,000
2557	2,409,790,147,000
รวม	17,084,856,920,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ ๒ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกสินค้ารวม
2550	23,792,955,000
2551	24,608,982,000
2552	19,863,864,000
2553	23,616,899,000
2554	25,746,017,000
2555	27,051,553,000
2556	27,091,608,000
2557	28,024,883,000
รวม	199,796,761,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของจีนไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกสินค้ารวม
2550	340,106,646,000
2551	356,304,561,000
2552	309,530,233,000
2553	382,953,849,000
2554	417,302,859,000
2555	444,407,150,000
2556	460,007,638,000
2557	486,254,911,000
รวม	3,196,867,847,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ ก 4 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	702,788,000
2551	876,647,000
2552	798,294,000
2553	950,600,000
2554	1,037,958,000
2555	1,233,515,000
2556	1,179,298,000
2557	1,100,500,000
รวม	7,879,600,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	295,803,000
2551	407,592,000
2552	395,319,000
2553	521,830,000
2554	544,656,000
2555	580,331,000
2556	533,575,000
2557	476,864,000
รวม	3,755,970,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ 6 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของจีนไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	21,610,000
2551	20,452,000
2552	13,946,000
2553	17,111,000
2554	57,168,000
2555	98,092,000
2556	118,784,000
2557	120,435,000
รวม	476,598,000

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

ตารางผนวกที่ ข 1 มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของโลก
2550	13,823,881,076,000
2551	15,972,138,971,000
2552	12,315,008,753,000
2553	15,128,574,496,000
เฉลี่ย ปี 2550 - 2553	14,309,900,824,000
2554	18,194,038,510,000
2555	18,199,256,134,000
2556	18,609,806,536,000
2557	18,682,444,395,000
เฉลี่ย ปี 2554 - 2557	18,421,386,393,750

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ ข 2 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2557
(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	4,470,604,000
2551	5,889,805,000
2552	5,295,675,000
2553	5,251,124,000
เฉลี่ย ปี 2550 - 2553	5,226,802,000
2554	6,433,009,000
2555	7,793,414,000
2556	8,387,215,000
2557	7,792,665,000
เฉลี่ย ปี 2554 - 2557	7,601,575,750

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของโลกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	702,788,000
2551	876,647,000
2552	798,294,000
2553	950,600,000
เฉลี่ย ปี 2550 - 2553	832,082,250
2554	1,037,958,000
2555	1,233,515,000
2556	1,179,298,000
2557	1,100,500,000
เฉลี่ย ปี 2554 - 2557	1,137,817,750

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ ข 4 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	295,803,000
2551	407,592,000
2552	395,319,000
2553	521,830,000
เฉลี่ย ปี 2550 - 2553	405,136,000
2554	544,656,000
2555	580,331,000
2556	533,575,000
2557	476,864,000
เฉลี่ย ปี 2554 - 2557	533,856,500

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ตารางผนวกที่ ๕ มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของจีนไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2557

(หน่วย: เหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง
2550	21,610,000
2551	20,452,000
2552	13,946,000
2553	17,111,000
เฉลี่ย ปี 2550 - 2553	15,141,900
2554	57,168,000
2555	98,092,000
2556	118,784,000
2557	120,435,000
เฉลี่ย ปี 2554 - 2557	98,619,750

ที่มา: International Trade Centre, Trade Statistics (2558)

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวศิริลักษณ์ โชคจีชัย
วัน เดือน ปี ที่เกิด	16 ธันวาคม 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้อำนวยการ ทำหน้าที่เจ้าหน้าที่ตรวจเอกสาร ส่วนสินค้าเข้า ฝ่ายธุรกิจธนาคาร
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย