ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูปของประเทศไทย

ปริญญานิพนธ์

ของ

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2553

ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูปของประเทศไทย

ปริญญานิพนธ์

ของ

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูปของประเทศไทย

บทคัดย่อ

ของ

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2553

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์. (2553). *ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย*. ปริญญานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม, รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากรเพิ่มพูนวิวัฒน์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม (2) เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย โดยศึกษาประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปในประเทศราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ส่วนปูกระป๋องและแปรรูปเริ่มมีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงท้ายของการศึกษา และกุ้งกระป๋องและแปรรูปมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยแนวโน้มของทุกผลิตภัณฑ์มีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ แนวโน้มลดลง ส่วนในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปทุกผลิตภัณฑ์ตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา โดยปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ปูกระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และกุ้งกระป๋องและแปรรูปกับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยจากข้อมูลปฐมภูมิพบว่าประเทศไทยมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศที่มีความพร้อมตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศเนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนมีปริมาณมากและเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศที่ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินงานที่รัดกุมพร้อมรับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และจากข้อมูลทุติยภูมิพบว่าประเทศไทยมีระดับ

ความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดี อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อรักษาผลประโยชน์และพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปให้ก้าวหน้าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศที่ผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล รวมถึงภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงช่วยผลักดันให้เกิดการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

แนวทางแก้ไขปัญหาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐบาลและเอกชน โดยรัฐบาลควรจะมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นรายผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรม ติดตามมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้าต่างๆ จัดงานแสดงสินค้าในประเทศผู้นำเข้าเพื่อประชามสัมพันธ์สินค้าจากประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค พัฒนากองเรือจับปลาทะเลน้ำลึกเพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบปลาทูน่า และลดความซ้ำซ้อนขั้นตอนในการดำเนินการปฏิบัติตามระเบียบการส่งออกสินค้า ส่วนภาคเอกชนต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและเพิ่มมูลค่าของสินค้า มีการประชาสัมพันธ์สินค้าโดยเน้นว่าสินค้าจากประเทศไทยเป็นสินค้าคุณภาพ สร้างความร่วมมือและความเชื่อมโยงข้อมูลในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเพื่อใช้แลกเปลี่ยนข้อมูล วางแผนการผลิต และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยให้คงอยู่ และช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เข้มแข็งและยั่งยืน

COMPETTITIVE CAPABILITY OF HALAL FOOD: THE CASE STUDY OF PRESERVED AND CANNED SEAFOOD IN THAILAND

AN ABSTRACT

BY

PUTTIPORN LAOPRADIT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Master of Economics degree in Managerial Economics

at Srinakharinwirot University

May 2010

Puttiporn Laopradit. (2010). *Competitive Capability of Halal Food: The Case Study of Processed and Canned Seafood in Thailand.* Master thesis, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr. Aotip Ratniyom, Assoc. Prof. Dr. Chompoonuh Kosalakorn Permpoonwiwat.

The objectives of this research were (1) to study the comparative advantage of processed and canned seafood export of Thailand in the importing Muslim countries market compared to other important competitors in the same market and (2) to study the determined factors of competitive capabilities of exporting processed and canned seafood of Thailand which focused on Kingdom of Saudi Arabia and the United Arab Emirates.

The research findings indicated that Thailand had comparative advantage on exporting processed and canned Sardines, Tunas and clams, as well as squid in Kingdom of Saudi Arabia throughout the study time period. The processed and canned crabs began to possess comparative advantage at the end of the study time period and the processed and canned shrimp has comparative disadvantage. All of the products mentioned had the same direction that was a decreasing trend. As for the United Arab Emirates, Thailand had the comparative advantage of all products throughout the study time period. The processed and canned Sardines, crabs and clams, and squid had continuously decreasing trend, in contrast; the processed and canned Tunas and shrimp had an increasing trend.

The findings of determined factors of competitive capabilities of exporting processed and canned seafood of Thailand from primary and secondary data were consistence and in the same direction. From the primary data, Thailand had competitive capabilities in high level with the supported factors including the production factors in the country where had readily response to meet the demand of processed and canned seafood, various supporting or related industries in the country with easy access and frequent communication, and strategies, structures, as well as competitive condition in the country where manufacturers had careful and ready operations against the intense competition in the world's processed and canned seafood export. From the secondary data, Thailand had medium competitive capabilities level with the supported factors including production

factors in the well-managed resources country, supporting or related industries in the country where had established the groups for protecting industry's benefits and developing processed and canned seafood whole industry to move forward in the same direction and strategies, structures, as well as competitive condition in the country where was able to produce international standard products. Moreover, the intense competition always helped driving the research and development of the production quality.

Solving the problem of comparative advantage and the decrease in competitive capability, it requires cooperation from both government and private sector. Government policies should be clearly specified according to each kind of product. Government should support creating innovation in the industry, keeping track trade partners' regulations, setting up trade show in the importer countries in order to promote Thai product to be known for the consumers, developing the fisheries in order to solve the problem of lacking Tuna raw material, and reducing the overlap procedures in the export operation according to country's export regulations. As for private sector, they have to develop product quality and add value to the product, have public relation emphasizing on the quality of products from Thailand, build cooperation and connection of related and supporting industries' information in order to exchange information, make a plan, and develop the business for maintaining the competitive capability in exporting of processed and canned seafood of Thailand as well as enhancing and sustaining the economy of the country.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ของประเทศไทย

ของ

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 25.....

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

(ดร.รัชพันธุ์ เชยจิตร)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจานันท์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ท่านทั้งสอง ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน อีกทั้งทำให้ผู้วิจัย ได้รับประสบการณ์และความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็น อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาสละเวลาให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ และข้อมูลที่ ได้รับนั้นเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตาม หลักสูตรเศรษฐศาสตร์การจัดการ พร้อมทั้งผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ น้อง และเพื่อนๆ ทุกคนที่ ให้ทั้งกำลังกายและกำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

พุทธิพร เหล่าประดิษฐ์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
	ความสำคัญของการวิจัย	5
	ขอบเขตของการวิจัย	6
	ข้อจำกัดของการวิจัย	8
	นิยามศัพท์เฉพาะ	8
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	14
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	14
	ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	14
	ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน	18
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารฮาลาล	23
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน	30
3	**วิธีการดำเนินงานวิจัย**	34
	การกำหนดกลุ่มประชากร	35
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
	การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	53
	ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย	53
	การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย	54
	การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	60
	ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย	67
	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ	67
	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ	73
5	**วิธีการดำเนินงานวิจัย**	81
	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82
	การอภิปรายผล	85
	ข้อเสนอแนะ	88
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	89
บรรณานุกรม		91
ภาคผนวก		95
ภาคผนวก ก		96
ภาคผนวก ข		106
ภาคผนวก ค		126
ภาคผนวก ง		132
ประวัติย่อผู้วิจัย		138

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปยังตลาดส่งออกหลักที่สำคัญปี 2545-2552	1
2	ปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากแหล่งน้ำธรรมชาติปี 2545-2550	2
3	มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไปยังตะวันออกกลางปี 2545-2552	4
4	มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปยังตะวันออกกลางแยกเป็นรายประเทศปี 2545-2552	5
5	ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล (Halal Standard) กับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป	25
6	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
7	พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	34
8	รายชื่อบริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมาย ฮาลาล	36
9	การให้คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	39
10	การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	41
11	การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	43
12	การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	45
13	การให้คะแนนตัวบ่งชี้ในกลุ่มปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	47
14	การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	47
15	การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	48
16	การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	49
17	เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ	52

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ.....	52
19	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	54
20	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	56
21	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	57
22	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	58
23	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	59
24	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	61
25	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	62
26	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550.....	64

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550	65
28	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550	66
29	การวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร	67
30	การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	68
31	การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	69
32	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	70
33	การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	71
34	ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร	73
35	ข้อมูลตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	74
36	คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	74
37	ข้อมูลตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	75
38	คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	75
39	ข้อมูลตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	76
40	คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	76
41	จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจัดตั้งแยกตามประเภทนิติบุคคลในปี 2545-2550	77
42	จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่ได้รับรองมาตรฐานระดับสากลในปี 2545-2550	78
43	คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	78

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1..... 11

2 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ..... 12

3 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ..... 13

4 ระบบเพชร..... 18

5 ระบบเพชรที่สมบูรณ์..... 23

6 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 55

7 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 56

8 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 57

9 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 58

10 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 60

11 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 61

12 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 62

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ **หน้า**

13 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 64

14 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 65

15 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550..... 66

16 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ..... 72

17 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ..... 80

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมส่งออกหลักของประเทศที่สร้างรายได้หลายล้านบาทต่อปี จากตาราง 1 พบว่าในปี 2552 ประเทศไทยสามารถส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีมูลค่าถึง 126,711.70 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากความเข้มแข็งของภาคประมง และการแปรรูปอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัว เป็นแหล่งการจ้างงานและสร้างรายได้ โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป

ตาราง 1 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยปี 2545-2552

มูลค่า : ล้านบาท

ปี		สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	สหภาพยุโรป	อาเซียน	อื่นๆ	รวม
2545	มูลค่า	35,519.30	17,256.20	8,859.40	3,354.00	21,513.00	86,501.90
	อัตราการขยายตัว	1.60	-6.57	-22.05	-21.47	-22.05	-3.22
2546	มูลค่า	35,927.50	16,842.40	9,834.30	2,083.10	24,101.80	88,789.10
	อัตราการขยายตัว	1.15	-2.40	11.00	-37.89	12.03	2.64
2547	มูลค่า	35,831.40	18,219.10	9,652.20	1,978.60	25,007.10	90,688.40
	อัตราการขยายตัว	-0.27	8.17	-1.85	-5.02	3.76	2.14
2548	มูลค่า	35,969.60	18,334.30	13,057.20	2,242.60	30,680.50	100,284.20
	อัตราการขยายตัว	0.39	0.63	35.28	-5.02	22.69	10.58
2549	มูลค่า	42,147.90	17,077.10	15,895.00	2,030.90	35,899.20	113,050.10
	อัตราการขยายตัว	17.18	-6.86	21.73	-9.44	17.01	12.73
2550	มูลค่า	35,921.10	15,548.30	16,828.10	2,173.40	38,553.40	109,024.30
	อัตราการขยายตัว	-14.77	-8.95	5.87	7.02	7.39	-3.56
2551	มูลค่า	39,473.90	18,454.50	19,733.90	2,146.30	49,115.30	128,923.90
	อัตราการขยายตัว	9.89	18.69	17.27	-1.25	27.40	18.25
2552	มูลค่า	42,563.90	18,661.50	18,196.90	2,129.70	45,159.70	126,711.70
	อัตราการขยายตัว	7.83	1.12	-7.79	-0.77	-8.05	-1.72
ค่าเฉลี่ย	มูลค่า	37,919.33	17,549.18	14,007.13	2,267.33	33,753.75	105,496.70
	อัตราการขยายตัว	2.88	0.48	7.43	-9.23	7.52	4.73

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2553). (ออนไลน์).

จากข้อมูลในตาราง 1 พบว่าปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทยมีแนวโน้มลดลง ด้วยเหตุเพราะในระยะหลังอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทยต้องเผชิญกับปัญหาภายในประเทศ ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศทำให้ต้องสั่งซื้อและนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และราคาวัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา การขาดแคลนแรงงานฝีมือภายในประเทศ เนื่องจากสภาพแวดล้อมในการทำงานไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เช่น ปัญหากลิ่นเหม็นจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและเหลือทิ้งจากการผลิต อีกทั้งอากาศภายในส่วนปฏิบัติการยังร้อนเนื่องจากเป็นระบบปิดเพื่อป้องกันเชื้อโรคและแมลง แม้ว่าผู้ประกอบการยินดีที่จ่ายผลตอบแทนสูงกว่าในอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ก็ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือ

ตาราง 2 ปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากแหล่งน้ำธรรมชาติปี 2545-2550

ปริมาณ : 1,000 ตัน

ปี	ประเภทสัตว์น้ำ						รวม
	ปลา	กุ้ง	ปู	หมึก	หอย	สัตว์น้ำอื่นๆ	
2545	2,267.60	85.60	42.10	184.80	34.30	29.30	2,643.70
2546	2,290.10	84.70	43.60	168.40	55.10	9.30	2,651.20
2547	2,314.60	77.30	42.20	163.50	36.50	1.80	2,635.90
2548	2,275.70	81.50	37.90	159.40	24.40	36.70	2,615.60
2549	2,046.30	75.70	47.40	147.50	28.00	139.90	2,484.80
2550	1,822.50	63.20	35.10	131.80	18.40	8.40	2,079.40

ที่มา : สถิติการประมง ศูนย์สารสนเทศ กรมประมง. (2553). (ออนไลน์).

นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยยังต้องเผชิญกับปัญหาภายนอกประเทศ โดยเฉพาะการกีดกันทางการค้าจากประเทศคู่ค้า ได้แก่ มาตรการทางด้านภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้านสุขอนามัย และด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการเกิดขึ้นของประเทศคู่แข่งขันรายใหม่ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อาจทำให้ความได้เปรียบของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยปรับลดลง และอาจทำให้เป็นผลให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยต้องสูญเสียความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในตลาดหลักลดลง

เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาตลาดหลัก และเป็นการรักษามูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไม่ให้ลดลง ผู้ประกอบการควรมองหาตลาดใหม่ๆ เพื่อเข้าไปทำการตลาดกระตุ้นปริมาณการนำเข้า ซึ่งนอกจากจะสามารถทดแทนส่วนที่ขาดหายไปได้แล้ว ยังเป็นโอกาสที่เพิ่มยอดการจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ตลาดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยที่น่าสนใจ คือ ตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เนื่องจากมีประชากรมุสลิมกว่า 1,900 ล้านคนใน 186 ประเทศทั่วโลก ทำให้แต่ละปีปริมาณการบริโภคอาหารฮาลาลจึงมีมูลค่าสูงถึง 8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ โดยกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีผู้นับถือศาสนาอิสลามมากที่สุด รองลงมาคือเอเชียใต้ กลุ่มอาเซียน สาธารณรัฐประชาชนจีน รัสเซีย ประเทศกลุ่มซีไอเอส กลุ่มยุโรป แอฟริกา อเมริกา รวมถึงกลุ่มโอเซียเนีย (สาลิกา ค้าสุวรรณ. 2551: 41)

ศาสนาอิสลามมีความเป็นเอกลักษ์เฉพาะตัวในการบริโภคอาหาร เนื่องจากบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่บัญญัติให้ชาวมุสลิมทั่วโลกบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันได้เฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลเท่านั้น นอกจากอาหารฮาลาลจะเป็นอาหารสำหรับชาวมุสลิมแล้วยังเป็นอาหารทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในความสะอาดเป็นพิเศษซึ่งพบได้ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงนับได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นและได้รับการยอมรับในนานาประเทศ หากประเทศไทยมีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังและอบรมผู้เกี่ยวข้องให้มีความรู้จริงในกฎระเบียบข้อบังคับของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจะสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมาก

ตลาดอาหารฮาลาลโลกแบ่งได้ 5 กลุ่มที่มีประเทศประชากรมุสลิมเป็นหลัก ได้แก่

1. กลุ่มแอฟริกา ประเทศในแถบแอฟริกามีประชากรถึง 657.5 ล้านคน เป็นชาวมุสลิม 294 ล้านคน

2. กลุ่มตะวันออกกลาง จัดเป็นภูมิภาคที่มีมุสลิมอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง มีประชากรรวม 205.7 ล้านคน เป็นมุสลิม 194.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 94.5

3. กลุ่มประเทศในแถบเอเชียใต้ แม้กำลังซื้อหรือรายได้เฉลี่ยต่อหัวจะไม่สูงมากนัก แต่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามในภูมิภาคนี้ถึง 326.9 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 1,369.9 ล้านคน จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับอาหารฮาลาล

4. กลุ่มประเทศอาเซียน มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามอาศัยอยู่ประมาณ 192.5 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 500 ล้านคน อาเซียนจึงเป็นตลาดที่สำคัญด้วย

5. กลุ่มยุโรปตะวันออกและประเทศเอเชียกลาง ยุโรปตะวันออกเป็นตลาดใหม่ที่ควรให้ความสนใจ ในขณะที่ประเทศในเอเชียกลางเป็นตลาดที่คนไทยคุ้นเคยน้อยที่สุด หลายประเทศเป็นประเทศเกิดใหม่ จึงไม่ค่อยมีความคุ้นเคยในการติดต่อทางธุรกิจ

ตลาดส่งออกที่น่าสนใจของประเทศไทยในการส่งออกอาหารฮาลาล ได้แก่ ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดิอาระเบีย อิหร่าน ตุรกี สหรัฐอาหรับอิมิเรสต์ คูเวต เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และมีระดับฐานะทางเศรษฐกิจดี หากประเทศไทยสามารถเปิดตลาดอาหารฮาลาลได้ในประเทศใดประเทศหนึ่งในภูมิภาคนี้ ก็น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระจายอาหารฮาลาลไทยในประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนี้ได้ต่อไป (สาลิกา ค้าสุวรรณ. 2551: 41-42)

ตาราง 3 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปยังตะวันออกกลางปี 2545-2552

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2545	133.5	-12.89
2546	156.7	17.41
2547	177.1	13.02
2548	156.6	-11.61
2549	183.5	17.20
2550	6,221.5	3,290.18
2551	8,378.4	34.67
2552	7,431.9	-11.30

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2553). (ออนไลน์).

ประเทศไทยมีการติดต่อทำการค้ากับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางมาเป็นเวลานาน แม้มีมูลค่าการส่งออกไม่มากนักแต่ก็จัดว่าเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ ข้อมูลจากตาราง 3 ประเทศไทยส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดตะวันออกกลางในปี 2552 มีมูลค่าการส่งออก 7,431.9 ล้านบาท

ตาราง 4 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปยังตะวันออกกลางแยกเป็นรายประเทศ ปี 2545-2552

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ		2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552
1.ซาอุดีอาระเบีย	มูลค่าส่งออก	1,295.40	1,142.30	1,378.80	1,562.20	1,975.00	2,158.60	2,589.10	1,779.90
	อัตราการขยายตัว	-3.35	-11.82	20.70	13.30	26.43	9.30	19.94	-31.25
2.ซีเรีย	มูลค่าส่งออก	359.00	241.10	310.10	390.40	661.30	676.20	511.80	1,254.60
	อัตราการขยายตัว	45.00	-32.84	28.64	25.91	69.36	2.26	-24.32	145.14
3.อิสราเอล	มูลค่าส่งออก	751.40	890.50	824.70	966.00	1,095.10	846.50	1,279.60	1,042.70
	อัตราการขยายตัว	-2.69	18.50	-7.38	17.13	13.36	-22.70	51.17	-18.51
4.สหรัฐอาหรับอิมิเรตส์	มูลค่าส่งออก	410.10	376.60	468.30	598.30	819.50	719.70	1,327.00	750.00
	อัตราการขยายตัว	-8.13	-8.17	24.37	27.74	36.98	-12.18	84.38	-43.48
5.เยเมน	มูลค่าส่งออก	143.60	174.70	203.70	315.70	536.40	353.60	565.30	618.90
	อัตราการขยายตัว	3.04	21.66	16.63	54.94	69.92	-34.09	59.89	9.48
6.จอร์แดน	มูลค่าส่งออก	186.00	250.70	176.10	258.00	227.80	309.90	570.70	512.20
	อัตราการขยายตัว	-5.72	34.78	-29.75	46.5	-11.70	36.01	84.17	-10.24
7.เลบานอน	มูลค่าส่งออก	305.60	321.10	376.60	391.30	491.80	418.30	598.30	499.10
	อัตราการขยายตัว	-30.05	5.08	17.28	3.91	25.69	-14.95	43.04	-16.58
8.คูเวต	มูลค่าส่งออก	174.60	275.50	225.80	254.70	301.40	292.70	267.30	326.20
	อัตราการขยายตัว	17.82	57.82	-18.02	12.78	18.34	-2.90	-8.68	22.06
9.ไซปรัส	มูลค่าส่งออก	173.60	140.20	156.70	168.00	191.80	181.80	208.70	241.80
	อัตราการขยายตัว	8.06	-19.24	11.75	7.17	14.21	-5.21	14.77	15.89
10.กาตาร์	มูลค่าส่งออก	32.60	42.50	47.40	76.30	100.10	138.10	196.00	144.50
	อัตราการขยายตัว	-5.17	30.31	11.56	60.75	31.25	37.99	41.95	-26.29
11.อิหร่าน	มูลค่าส่งออก	-	0.70	2.90	0.60	6.20	17.30	90.10	97.60
	อัตราการขยายตัว	-	70,810.00	309.34	-78.90	909.06	179.69	421.18	8.38
12.โอมาน	มูลค่าส่งออก	24.70	33.30	23.50	43.20	9.10	15.20	3.70	81.30
	อัตราการขยายตัว	3.30	34.85	-29.47	84.09	-	66.24	-75.40	2,076.54
13.บาห์เรน	มูลค่าส่งออก	16.50	20.20	24.90	34.30	40.80	40.90	52.60	48.10
	อัตราการขยายตัว	-48.92	22.00	23.79	37.38	19.04	0.32	28.52	-8.57
14.ตุรกี	มูลค่าส่งออก	4.90	4.80	2.50	6.50	37.70	16.10	20.50	46.90
	อัตราการขยายตัว	232.33	-3.03	-47.04	158.67	475.96	-57.22	27.03	128.98
15.อิรัก	มูลค่าส่งออก	-	-	-	-	0.90	1.40	9.70	15.20
	อัตราการขยายตัว	-	-	-	-	-	45.55	610.90	56.22

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2553). (ออนไลน์).

จากปัญหาการชะลอตัวของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในตลาดหลัก ทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อเตรียมรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากในเวทีการค้าโลก โดยการขยายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นๆ เพื่อทดแทนส่วนที่สูญเสียไป โดย

ภูมิภาคที่เป็นเป้าหมายหลักในการศึกษาครั้งนี้คือตะวันออกกลาง เพื่อขยายปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังตะวันออกกลางให้เพิ่มสูงขึ้น จึงนำมาสู่การศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย โดยทำการศึกษาใน 2 ประเด็น คือ ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม และศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย ซึ่งหากประเทศไทยสามารถพัฒนาการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการส่งออกในอนาคต โดยประเทศผู้นำเข้าในภูมิภาคนี้ที่ได้เลือกทำการศึกษา ได้แก่ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย (Kingdom of Saudi Arabia) และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (United Arab Emirates)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นหรือลดลง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต
2. ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของและแปรรูปประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและขยายการส่งออกไปยังตลาดโลกในอนาคต

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และขยายการส่งออกไปยังตลาดโลก

ขอบเขตของการวิจัย

1. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามระบบฮาร์โมไนซ์ 6 Digits (Harmonized System 6 Digits : HS6) คือ

1.1 สินค้าพิกัด HS 160413 ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป

1.2 สินค้าพิกัด HS 160414 ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป

1.3 สินค้าพิกัด HS 160510 ปูกระป๋องและแปรรูป

1.4 สินค้าพิกัด HS 160520 กุ้งกระป๋องและแปรรูป

1.5 สินค้าพิกัด HS 160590 หอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูป

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) และเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะใช้ข้อมูลในช่วงปี 2545-2550

3. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกประเทศคู่แข่งขันต่างๆ ที่มีส่วนแบ่งตลาดใกล้เคียงกับประเทศไทย สามารถพิจารณาได้ดังนี้

3.1 ตลาดซาอุดิอาระเบีย

- ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ โมร็อกโก ฟิลิปปินส์
- ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์
- ปูกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น
- กุ้งกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ อินเดีย เดนมาร์ก
- หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้

3.2 ตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

- ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ โมร็อกโก ฟิลิปปินส์
- ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ ฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร
- ปูกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย
- กุ้งกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ อินเดีย จีน
- หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป ประเทศคู่แข่งขันคือ ญี่ปุ่น เดนมาร์ก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลองเพชร (Diamond Model) จะมีการสำรวจข้อมูลที่ต้องการศึกษาโดยอาศัยแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยการวิเคราะห์ คือ บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออก ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลทั่วประเทศจำนวน 25 บริษัท ดังรายละเอียดในตาราง 7

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออก ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล จำนวน 5 บริษัท โดยได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sample) ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-stage Sampling) ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งเป็น 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนร้อยละ 20 ในทุกพื้นที่ จะได้กลุ่มตัวอย่างจากภาคกลาง 3 บริษัท จาก 16 บริษัท จากภาคตะวันออก 1 บริษัท จาก 2 บริษัท และจากภาคใต้ 1 บริษัท จาก 7 บริษัท

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกสินค้าตามระบบฮาร์โมไนซ์ 6 Digits ซึ่งเป็นการแบ่งหมวดหมู่สินค้าที่ยังไม่ละเอียดนัก ทำให้ค่าดัชนี RCA ที่ได้จากการคำนวณแสดงถึงความได้เปรียบของสินค้าหมวดหมู่นั้นรวมกัน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป คือ ข้อมูลการบริโภคภายในประเทศมีการเก็บสถิติไม่ครบทุกผลิตภัณฑ์ ปริมาณการบริโภครวมจึงความคาดเคลื่อนความเป็นจริงเล็กน้อย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** หมายถึง ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ทำจากสัตว์ทะเล เช่น ปลาซาร์ดีน ปลาทูน่า กุ้ง ปูทะเล ปลาหมึก และหอยลาย อาจมีสารปรุงรสเจือปนในอาหาร บรรจุกระป๋องที่ปิดฝาสนิท และไม่ได้บรรจุกระป๋อง ผ่านวิธีรักษาอาหารด้วยความร้อนเพียงพอ

2. **อาหารฮาลาล** (Halal Food) หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคได้หรือใช้ประโยชน์ได้ โดยในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเท่านั้น

3. **ประเทศมุสลิม** หมายถึง ประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและเป็นสมาชิกกลุ่มประเทศองค์กรอิสลามสากล หรือ Organization of the Islamic Conference (OIC)

4. **ประเทศกลุ่มซีไอเอส** (Commonwealth of Independent States : CIS) หมายถึง กลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช ประกอบด้วย รัสเซีย ยูเครน คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน จอร์เจีย เบลารุส คีร์กิซสถาน อาเซอร์ไบจาน อาร์เมเนีย เติร์กเมนิสถาน ทาจิกิสถาน และมอลโดวา

5. **ความสามารถในการแข่งขัน** หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้า โดยยังสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ที่สูงไว้ได้ความได้ หรือขยายมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น (Export Growth) แต่ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การรักษาส่วนแบ่งตลาดที่สูงไว้ได้ โดยวัดจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ประกอบกับปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยตามแบบจำลองเพชร เพื่อบ่งชี้ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม

6. **ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ** (Revealed Comparative Advantage : RCA) หมายถึง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ทำการศึกษาในประเทศที่ต้องการศึกษา โดยพิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งขัน ไปยังราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งขันไปยังราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เทียบกับสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปทั้งหมดของราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กับมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยค่าที่ได้จะแสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังนี้

ถ้าค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศคู่แข่งขันมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เมื่อเปรียบเทียบกับราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ถ้าค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศคู่แข่งขันมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เมื่อเปรียบเทียบกับราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ถ้าค่า RCA มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศคู่แข่งขันไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เมื่อเปรียบเทียบกับราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียหรือสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

7. **ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน** หมายถึง ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

8. **ปัจจัยการผลิตในประเทศ** หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน โดยการพิจารณาจากปัจจัยพื้นฐานอันประกอบด้วย ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน การจัดหาวัตถุดิบของสถานประกอบการ สัดส่วนของแรงงาน การจัดทำงบการเงิน แหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการ การลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม ลักษณะของเทคโนโลยีการผลิต และการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยี

9. **อุปสงค์ในประเทศ** หมายถึง การมีอุปสงค์ภายในประเทศจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนา โดยการพิจารณาจากขนาดของอุปสงค์ อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น ผู้ซื้อที่รู้จริง ส่วนผสมของอุปสงค์ภายในประเทศ

10. **อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ** หมายถึง การมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจะก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศต่ออุตสาหกรรมที่อุตสาหกรรมนั้นสนับสนุนอยู่ โดยพิจารณาจากเข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน และมีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ของกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องอันได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ

11. **อุตสาหกรรมต้นน้ำ** หมายถึง ผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้กับอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ได้แก่ อุตสาหกรรมประมงน้ำเค็ม อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

12. **อุตสาหกรรมปลายน้ำ** หมายถึง ผู้ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปถึงมือผู้บริโภค ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ซุปเปอร์มาร์เก็ต

13. **กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ** หมายถึง การเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของผู้ผลิตในประเทศโดยข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจะสอดคล้องกับระบบการจัดการที่สะท้อนลักษณะเฉพาะวัฒนธรรมของประเทศนั้น ส่วนสภาพการแข่งขันในประเทศจะกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ สำหรับการพิจารณานั้นพิจารณาจากการจัดการของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปทางด้าน การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดโครงสร้างเพื่อสนับสนุนการ

ขายอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันภายในประเทศของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

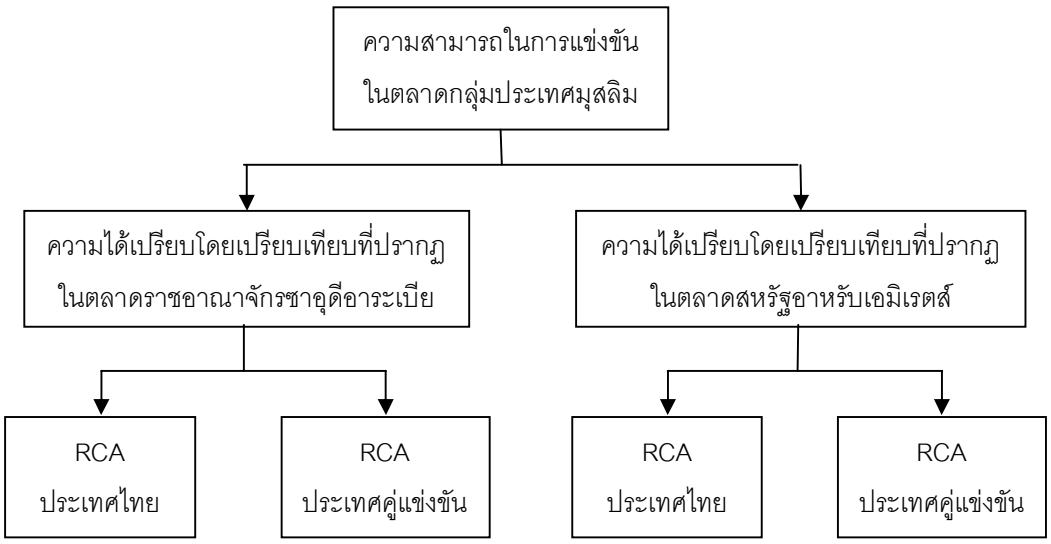
14. **เหตุสุดวิสัย/โอกาส** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมิได้คาดการณ์มาก่อนล่วงหน้า เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม เช่น ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โรคระบาด และภัยธรรมชาติ

15. **รัฐบาล** หมายถึง มาตรฐานสากลที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และมาตรการของภาครัฐทั้งที่เป็นนโยบายที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ นโยบายภาษี พิธีการศุลกากร การนำเข้าวัตถุดิบ การควบคุมมาตรฐานสินค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

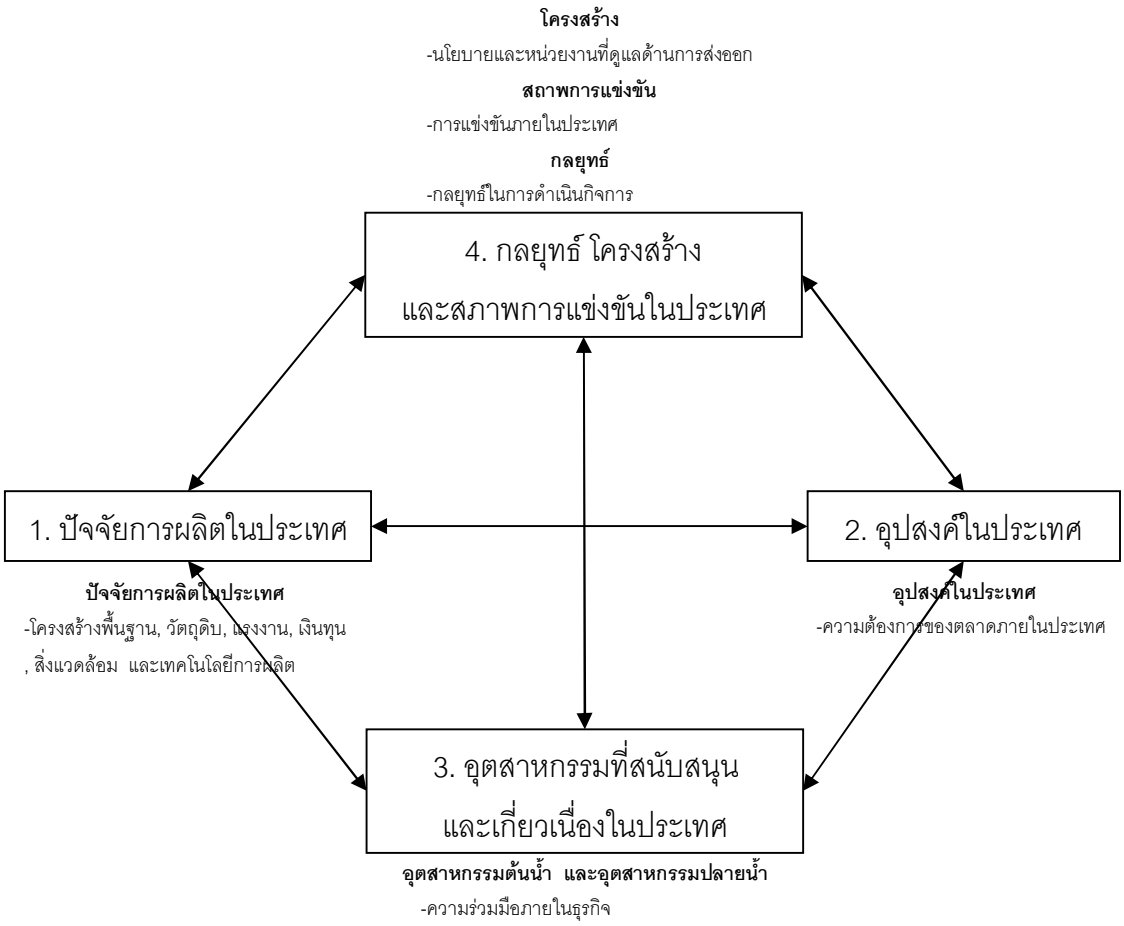
การศึกษาวิจัยในครั้งนี้การทำภายใต้กรอบแนวคิด 2 ส่วนตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 และความมุ่งหมายในการวิจัยที่ 2 ดังมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ โดยทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) โดยมีกรอบแนวคิดตามภาพประกอบ 1

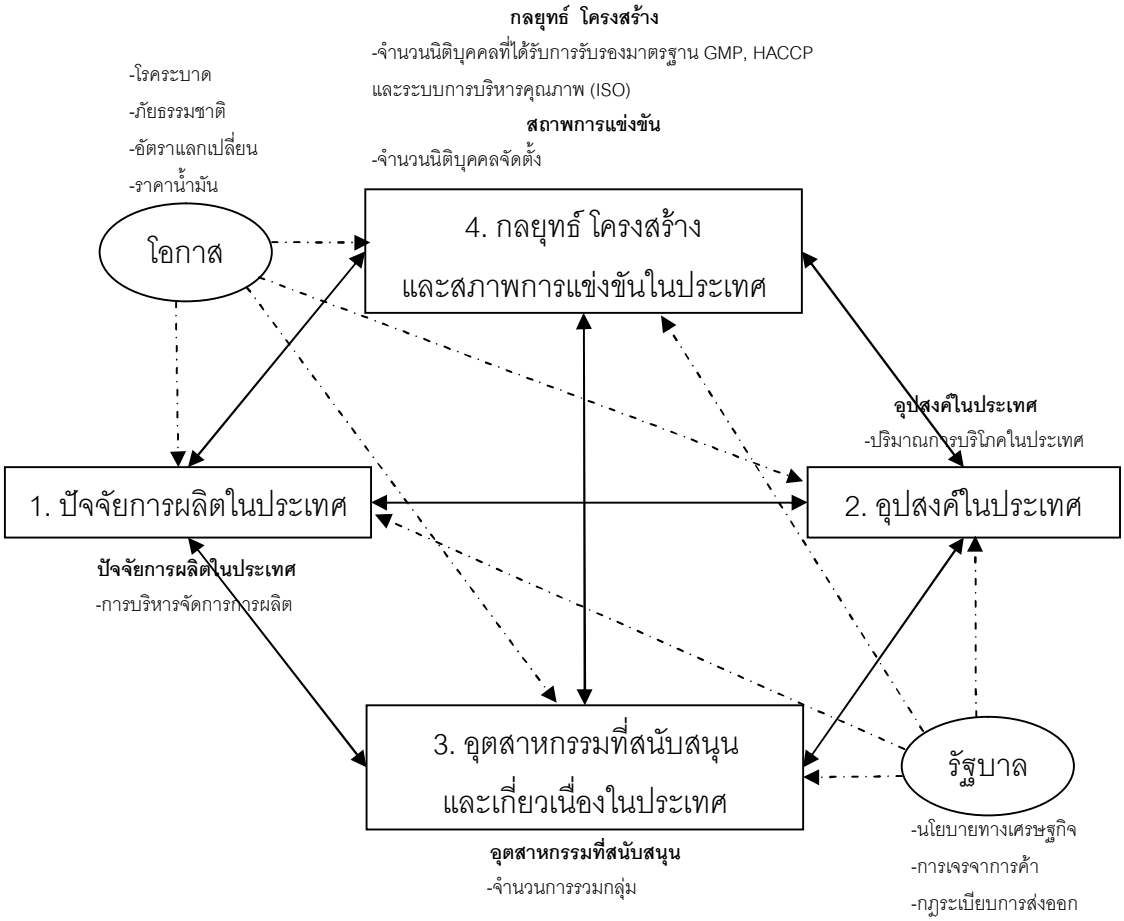


ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1

2. กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยได้แยกกรอบแนวคิดออกเป็น 2 กรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
   1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)
   1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Comparative)
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารฮาลาล
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
   3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
   3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ทฤษฎีนี้ใช้พื้นฐานแนวคิดของ Adam Smiths มาพัฒนาต่อไปว่า ถ้าประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แล้วซื้อสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ แรงงานซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ และแรงงานการผลิตในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตแตกต่างกัน

ต่อมาแนวคิดทฤษฎีทางการค้าดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดย Heckscher Ohlin ซึ่งอธิบายไว้ว่า ประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงาน และทุน โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศแต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน จากแนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต จะเห็นได้ว่าทฤษฎีนี้ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าอะไรโดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีอยู่มากในประเทศ

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของประเทศหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ นั้น จะวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตเปรียบเทียบกันเพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับสินค้านั้น แต่การวิเคราะห์ต้นทุนมีความยากลำบาก ในทางปฏิบัติเนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการจัดข้อมูลต้นทุนการผลิตจึงทำได้เพียงวิธีการสำรวจเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากวิธีการสำรวจเดียวกัน นอกจากนี้การเปรียบเทียบต้นทุนจะละเลยปัจจัยที่มิใช่ตัวเงินไม่ได้ เช่น ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพของสินค้าและระดับการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลกระทบต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นเพื่อขจัดปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการสร้างดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) (เกษร จันทรภูมิรัตน์. 2528: 28)

ทฤษฎี Comparative Advantage แตกต่างจากทฤษฎี Absolute Advantage ตรงที่ Absolute Advantage กล่าวว่า ประเทศใดสามารถใช้ทรัพยากรที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ก็ควรผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ประเทศอื่น แต่ Comparative Advantage แสดงการวิเคราะห์ที่ซับซ้อนขึ้นไปอีก โดยกล่าวถึงประเทศที่เกิดความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือกว่าเป็นอย่างมาก และให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าที่ประเทศแรกผลิต แล้วจะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นส่วนน้อย แล้วทั้งสองประเทศจะได้ผลผลิตรวมมากกว่าการผลิตโดยปราศจากการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศมีผลทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้การใช้ทรัพยากรคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ทฤษฎี Comparative Advantage จะมีประสิทธิผลเต็มที่ภายใต้ข้อสมมติฐานของการใช้ความชำนาญเฉพาะดังนี้

1.1.1 การจ้างงานเต็มที่ ไม่มีการว่างงาน ซึ่งแสดงการใช้ทรัพยากรเต็มที่ ถ้ามีการว่างงานเกิดขึ้นจะมีการลดการนำเข้าลง เพื่อให้แรงงานที่ว่างงานอยู่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า

1.1.2 การมุ่งวัตถุประสงค์ของประเทศ บางครั้งประเทศหนึ่งก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐกิจ หรือต้องการกำไรสูงสุดเสมอไป

1.1.3 การขยายผลของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพียง 2 ประเทศ

1.1.4 การคิดค่าขนส่ง ไม่มีทฤษฎีใดคำนึงถึงค่าขนส่ง ซึ่งสัมพันธ์กับระยะทางที่เคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าค่าขนส่งรวมกับค่าสินค้าแล้วสูงกว่าต้นทุนที่ประเทศผู้ซื้อผลิตเอง เพราะจะทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่เกิดขึ้น ความชำนาญ และการได้เปรียบเฉพาะสินค้าจะหมดความหมายไปในที่สุด

1.1.5 การเคลื่อนย้ายทรัพยากร ทั้งสองทฤษฎีมีสมมติฐานว่าทรัพยากรสามารถถูกเคลื่อนย้ายอย่างอิสระออกนอกประเทศได้ แต่ในความเป็นจริงก็เป็นไปไม่ได้ที่คนงานจากประเทศหนึ่งจะเดินทางไปทำงานในอีกประเทศหนึ่ง

1.1.6 การบริการ ทฤษฎีการค้าทั้งสองกล่าวถึงสินค้ามากกว่าการบริการ แต่ธุรกิจการบริการระหว่างประเทศได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยทั้งสองทฤษฎีใช้กับการบริการได้ดีเช่นเดียวกัน (ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. 2548: 46-48)

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

Bela Balassa ได้อธิบายดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบว่า เป็นความสัมพันธ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศในแต่ละสินค้า โดยมีข้อสมมติว่ารูปแบบของสินค้าในการทำการค้าสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของต้นทุนในแต่ละประเทศ ซึ่งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งออกของแต่ละประเทศ และยังสะท้อนถึงความแตกต่างของต้นทุนอีกด้วย (Balassa. 1989: 63)

การวิเคราะห์ RCA นี้จะใช้ดัชนีสำหรับแสดงความสามารถในการส่งออกโดยเปรียบเทียบของสินค้าออกชนิดหนึ่งของประเทศหนึ่ง กับสินค้าประเภทเดียวกันของประเทศที่ต้องการศึกษาแทนการศึกษาถึงต้นทุนของการผลิตสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศนั้นเป็นเรื่องยากเพราะปัจจัยการผลิต และกระบวนการผลิตมีความซับซ้อน นอกจากนี้หลายประเทศมิได้มีการเก็บรวมรวมไว้อย่างเป็นระบบจนสามารถนำมาเปรียบเทียบต้นทุนของสินค้าแต่ละประเภทในของแต่ละประเทศได้ โดยดัชนี RCA สามารถคำนวณได้ดังนี้ (Balassa. 1989: 80)

$$XRCA_{ij} = \frac{\left(X_{ij} / \sum_j X_{ij}\right)}{\left(\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}\right)}$$

โดยที่ $XRCA_{ij}$ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า *i* ของประเทศ *j*

X_{ij} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า *i* ของประเทศ *j*

$\sum_j X_{ij}$ คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ *j*

$\sum_i X_{ij}$ คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า *i* ของโลก

$\sum_i \sum_j X_{ij}$ คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

ถ้าค่า RCA > 1 แสดงว่า ประเทศ *j* มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า *i* ไปยังตลาดโลก

ถ้าค่า RCA < 1 แสดงว่า ประเทศ *j* เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า *i* ไปยังตลาดโลก

ข้อดีของ RCA

- เป็นดัชนีวัดถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า
- ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของแต่ละประเทศในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า

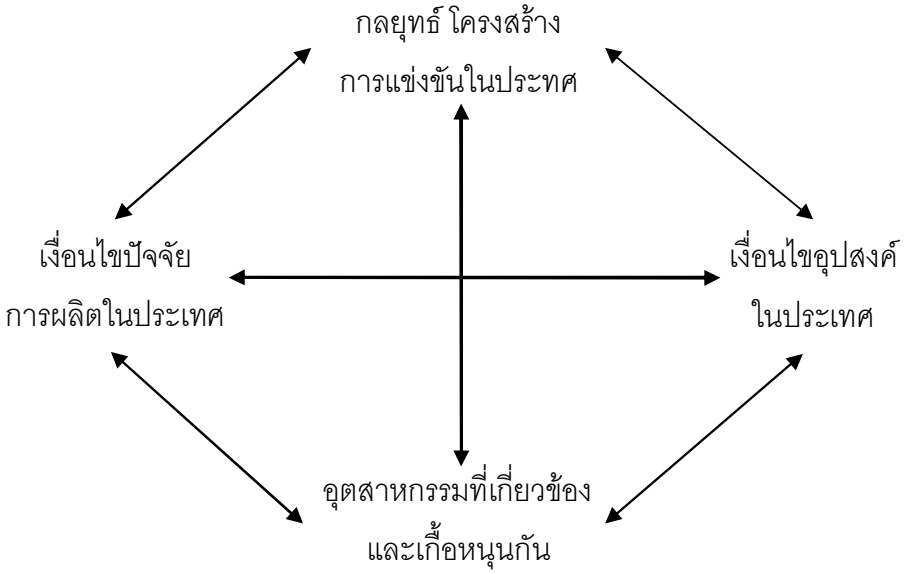
ข้อบกพร่องของ RCA

- ถ้า RCA > 1 หมายความว่า ประเทศ t มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า a แต่ไม่สามารถระบุได้ว่า ความได้เปรียบดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด
- ถ้าประเทศ 2 ประเทศมีค่า RCA >1 ทั้งคู่ จะไม่สามารถระบุแน่ชัดได้ว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกสินค้า a มากกว่าหรือน้อยกว่ากัน
- ค่า RCA ไม่สามารถแสดงผลของการกีดกันทางการค้าออกมาได้เลย

อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงปริมาณการส่งออกและนำเข้าที่เกิดขึ้นได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการที่นอกเหนือจากความสามารถในการแข่งขัน จึงจำเป็นอาศัยการวิเคราะห์แบบอื่นเพื่อการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศที่ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) ไม่สามารถอธิบายได้ สามารถหาเหตุผลมาอธิบายได้สมบูรณ์ขึ้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Comparative Advantage) มาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Comparative Advantage)

ตามแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของชาติ (Theory of Competitive Advantage of Nations) (สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536: 35-65) ของ Michael E.Porter เป็นทฤษฎีที่บอกว่า บริษัทใดบริษัทหนึ่งในอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจระหว่างประเทศ หรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศสอดคล้อง และส่งเสริมกับข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัทนั้น แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริม หรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัท บริษัทนั้นในอุตสาหกรรมนั้นก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นจึงได้มีการพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ตามระบบเพชรดังภาพประกอบ 4 ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย



ภาพประกอบ 4 ระบบเพชร

ที่มา: สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536: 35; อ้างอิงจาก Michael E. Porter. 1990. *The Comparative Advantage of Nations: With a new Introduction*.

1.2.1 สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่

- ทรัพยากรมนุษย์
- ทรัพยากรกายภาพ
- ทรัพยากรความรู้
- ทรัพยากรทุน
- โครงสร้างพื้นฐาน

ตามแนวความคิดนี้ ได้จัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตไว้ 2 วิธี คือ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ดังนี้

- ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานที่ไม่ชำนาญ แรงงานกึ่งชำนาญ และทุนประเภทหนี้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนาไม่มากนัก โดยปัจจัยพื้นฐานจะเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน
- ปัจจัยขั้นสูง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาในระดับสูง และสถาบันวิจัยต่างๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนามากพอสมควร โดยปัจจัยขั้นสูงจะมีความสำคัญมากในการเสริมสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง

วิธีที่สองในการจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิต คือ การแบ่งปัจจัยการผลิตเป็นปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง ดังนี้

- ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุนประเภทหนี้ และบุคลากรระดับปริญญาตรีที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด โดยปัจจัยเหล่านี้มักเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นต่ำ
- ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาเฉพาะทางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับจุดมุ่งหมายพิเศษเฉพาะทาง และวิทยากรความรู้ขั้นสูงเฉพาะทาง โดยปัจจัยเฉพาะทางจะเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นสูง

เป็นที่น่าสังเกตุว่ามาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับปัจจัยขั้นสูง และระหว่างปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางจะถูกยกระดับเพิ่มสูงขึ้นไปพร้อมๆ กับความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ดังนั้นในการพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศและของบริษัท มีความจำเป็นต้องยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

หรือในกรณีที่บางประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เกิดขึ้นจากการปัจจัยการผลิตมาก แต่ความได้เปรียบในลักษณะนี้เป็นความได้เปรียบขั้นต่ำและไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ในขณะที่บางประเทศมีความเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตอาจส่งผลทำให้เกิดแรงกดดันให้เกิดการพัฒนานวัตกรรม

เพื่อแก้ไขปัญหา ความเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตจะกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ แต่ความเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตนั้นต้องเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่นๆ และจะเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ อีกในภายหลัง

1.2.2 สภาวะอุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) อุปสงค์ในประเทศจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท โดยประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรม หรือในส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ของประเทศให้รูปแบบความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจน หรือเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่นรวมทั้งการที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้บริษัทต่างๆ ในประเทศพัฒนานวัตกรรมได้เร็วกว่าประเทศอื่นๆ อุปสงค์ในประเทศที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

- ขนาดของตลาด ถ้าตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่ รองรับการผลิตได้มากสร้างโอกาสลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย หรือการประหยัดจากขนาดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of scale) ได้มากตามขนาดของตลาด และผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลงได้จากการสะสมความชำนาญในการผลิตหลายๆ ครั้ง (Learning curve) อีกด้วย
- ผู้ซื้อที่รู้จริง ผู้ซื้อในประเทศรู้จริงในการซื้อในสินค้าและบริการใดแล้ว จะมีการตั้งมาตรฐานในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไว้สูง ซึ่งเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน ส่งผลทำให้ประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
- อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศแล้วจึงกลายเป็นอุปสงค์สากลที่เกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลังย่อมจะส่งผลทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นได้
- ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมหนึ่งๆ บางตลาดอาจมีลักษณะของอุปสงค์ที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก ซึ่งถ้าตลาดนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันนี้ จะส่งผลทำให้บริษัทสามารถมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดนี้ได้

1.2.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Support and Related Industries) การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ย่อมมีผลทำให้อุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนนั้นสนับสนุนอยู่มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เกิดขึ้น เกิดขึ้นเนื่องมาจาก

- ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ
- ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร

- มีความร่วมมือกันในด้านกระบวนการนวัตกรรมและกระบวนการยกระดับ และเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่างๆ ที่บริษัทสามารถประสานกิจกรรมหรือมีกิจกรรมร่วมกัน หรือหมายถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีสินค้าเสริมกัน โดยกิจกรรมที่ประสานกันหรือใช้ร่วมกันอาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการ เป็นต้น ซึ่งถ้าอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีบริษัทแม่อยู่ใกล้กันและมีวัฒนธรรมเดียวกัน จะทำให้มีการร่วมมือกันอย่างจริงจังอยู่ตลอดเวลา มีการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกันนั้นให้เพิ่มมากขึ้น

1.2.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท (Company Strategy Structure and Rivalry) เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันปัจจัยสุดท้ายในระบบเพชร ตัวกำหนดนี้จะช่วยส่งเสริม ให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นได้

- กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทในประเทศ วัฒนธรรมของประเทศมีผลกระทบต่อการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทในประเทศ แม้ว่าจะไม่มีประเทศใดที่ทุกบริษัทในประเทศนั้นเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างเดียวกันหมด แต่ส่วนมากในประเทศเดียวกันมักจะมีลักษณะร่วมกันบางประการที่แตกต่างจากบริษัทในประเทศอื่น และความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะสอดคล้องกับระบบการจัดการที่สะท้อนถึงลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น ตัวอย่างเช่น บริษัทอิตาลีเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมแตกย่อยต่าง ๆ ที่การลดต้นทุนด้วยการผลิตครั้งละมากๆ ไม่มีความสำคัญมากนักหรือสามารถทดแทนได้ด้วยวิธีอื่น บริษัทอิตาลีมักใช้ขอบเขตการแข่งขันแบบแคบ โดยหลีกเลี่ยงสินค้ามาตรฐานและเข้าครองส่วนตลาดขนาดเล็กด้วยสินค้าที่มีเอกลักษณ์ บริษัทอิตาลีมักบริหารงานด้วยเจ้าของเพียงคนเดียว ซึ่งส่งผลทำให้สามารถพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

- สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท สภาวะการแข่งขันในประเทศ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในระบบเพชรที่มีความสำคัญมากที่สุดในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ถ้าในประเทศมีการแข่งขันที่รุนแรงจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนา ต้องนวัตกรรม และต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ด้วยต้นทุนต่ำ ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันในต่างประเทศได้ในที่สุด รวมทั้งเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องส่งออก เพื่อขยายตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ เป็นบ่อเกิดสำคัญของความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น

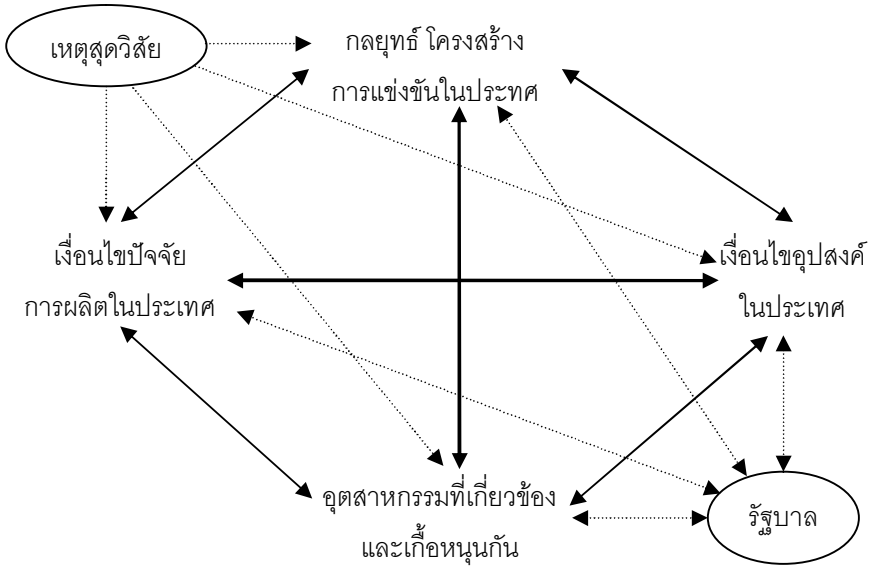
จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัจจัยภายในอุตสาหกรรมที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ตามแนวความคิดของ Michael E.Porter ดังภาพที่ 4 ยังได้ให้

ความสำคัญกับตัวแปรอีก 2 ตัว ที่มีบทบาทต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ซึ่งได้แก่ เหตุสุดวิสัย และรัฐบาล

1.2.5 เหตุสุดวิสัย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรม เหตุสุดวิสัยมีความสำคัญเนื่องมาจากว่าเหตุสุดวิสัยจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรมในระบบเพชร โดยเหตุสุดวิสัยอาจทำให้ผู้ที่เคยมีความได้เปรียบสูญเสียความได้เปรียบได้เช่นกัน

1.2.6 รัฐบาล รัฐบาลเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันต่างๆ ทั้ง 4 ข้างต้น โดยรัฐบาลสามารถที่จะส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างข้อได้เปรียบของด้านการแข่งขันของประเทศได้ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้โดยตรง แต่จะต้องกระทำผ่านการดำเนินนโยบายต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อบริษัทในอุตสาหกรรม แต่ในทางตรงกันข้ามถ้ารัฐบาลดำเนินนโยบายผิดพลาด ย่อมส่งผลทำให้อุตสาหกรรมไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศในตลาดโลกได้

จากตัวกำหนดต่างๆ ที่เป็นบ่อเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวกำหนดเหล่านั้น จะประกอบกันเป็นระบบเพชรที่สมบูรณ์ ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 ระบบเพชรที่สมบูรณ์

ที่มา: สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536: 65; อ้างอิงจาก Michael E. Porter. 1990. *The Comparative Advantage of Nations: With a new Introduction*.

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารฮาลาล

1. ความสำคัญและความหมายของอาหารฮาลาล (อรุณ บุญชม. 2551: 3-29)

ฮาลาล-ฮารอม ในอิสลามจึงมิได้หมายความเพียงการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงวิถีการดำเนิน ชีวิตในทุกด้าน เพราะอิสลามคือระบอบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาหารฮาลาลจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทั่วโลก

“อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้”

2. สัตว์ พืช และอาหารที่ห้ามนำมาบริโภค (ฮารอม)

2.1 สัตว์ที่ห้ามนำมาบริโภค (ตามระเบียบฯ ว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 ข้อ 25) คือ

- สุกร สุนัข หมูป่า ลิง แมว
- สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหารและมีกรงเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี
- สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมงป่อง
- สัตว์มีพิษและเป็นอันตราย เช่น งู
- สัตว์น่ารังเกียจ เช่น หนอน แมลงวัน
- สัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่า เช่น มด ผึ้ง นกหัวขวาน
- สัตว์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับลา เช่น ล่อ
- สัตว์ที่ตายเอง
- สัตว์ที่ถูกรัดคอตาย ถูกตีหรือขว้างจนตาย ตกจากที่สูงลงมาตาย ถูกขวิดตาย ถูกสัตว์อื่นกัดกินจนตาย
- สัตว์ที่ถูกเชือดเพื่อบูชายัญ
- สัตว์ที่ถูกเชือดโดยกล่าวนามอื่นนอกจากอัลลอฮฺ

2.2 พืชที่ห้ามนำมาบริโภค พืชมีพิษและมีอันตราย

2.3 อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตราย ต่อสุขภาพ

3. ประเทศไทยกับการผลิตอาหารฮาลาล

3.1 การผลิตเพื่อผู้บริโภคในประเทศ

ประเทศไทยมีมุสลิมซึ่งนับถือศาสนาอิสลามนับล้าน คนมุสลิมจำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาล ดังนั้นการผลิตอาหารฮาลาลในระยะแรกจึงเป็นเรื่องของผู้ประกอบการมุสลิมผลิตเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมด้วยกันจึงไม่จำเป็นต้องมีการรับรองอาหารฮาลาล

ต่อมาเมื่อจำนวนประชากรมุสลิมมีมากขึ้น ความต้องการอาหารฮาลาลมีเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการผลิต อาหารซึ่งมิใช่มุสลิมมองเห็นช่องทางการตลาดในหมู่ผู้บริโภคมุสลิม จึงต้องการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายแก่มุสลิม แต่มีปัญหาว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือว่าเป็นอาหารฮาลาล ในที่สุดผู้ประกอบการจึงขอให้ "จุฬาราชมนตรี" ดำเนินการตรวจและให้การรับรองฮาลาล

3.2 การผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก

เมื่อประเทศไทยมิใช่เป็นประเทศมุสลิมและผู้ประกอบการก็มิใช่มุสลิม การผลิตอาหารเพื่อส่งออกไปยัง ตลาดโลกมุสลิม จึงเป็นเรื่องยากที่จะได้รับการยอมรับเพราะผู้บริโภคมุสลิมต้องการอาหารฮาลาลเท่านัน ผู้ประกอบการเข้าใจถึงปัญหาและความจำเป็นดังกล่าว จึงต้องการให้จุฬาราชมนตรีหรือองค์กรศาสนาอิสลาม คือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองฮาลาลหรืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ ผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งจุฬาราชมนตรีก็สนองตอบความต้องการดังกล่าวโดยดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์และให้ การรับรองเมื่อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้นมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

การส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดโลกมุสลิม คาดว่าเริ่มขึ้นอย่างจริงจังประมาณปี 2538 จากการสำรวจเมื่อปี 2540 คาดว่ามีบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลประมาณ 200 บริษัท ปี 2545 มีบริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลประมาณ 800 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ ฮาลาลประมาณ 6,000 ผลิตภัณฑ์ ในปี 2549 มีบริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลทั้งหมดประมาณ1,700 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ฮาลาล ประมาณ 50,000 ผลิตภัณฑ์ ในปี 2550 มีบริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลทั้งหมดประมาณ 2,000 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ฮาลาลประมาณ 65,000 ผลิตภัณฑ์

4. ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล (Halal Standard) กับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุดตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้องถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนา ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกัน คือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหาร

ตาราง 5 ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล (Halal Standard) กับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 อัลลอฮฺ (ซ.บ.) พระผู้เป็นเจ้า 1.2 ศาสดามูฮำหมัด (ซ.ล.)	1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 องค์กรระหว่างประเทศ 1.2 องค์กรเอกชน
2. หลักการสำคัญ 2.1 ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม) 2.3 ตอยยิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม - ความสะอาด - ความปลอดภัยจากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน - คุณค่าทางโภชนาการ - รักษาสิ่งแวดล้อม	2. หลักการสำคัญ 2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด 2.2 การประกันคุณภาพ (Q.A.) - ความสะอาด - ความปลอดภัย - คุณค่าทางโภชนาการ
3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิมที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่
4. ระบบมาตรฐาน 4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาลซึ่งครอบคลุมทั้งควาถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 4.2 ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)	4. ระบบมาตรฐาน 4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อย หลายลักษณะ เช่น มาตรฐาน โรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น 4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP , ISO, HACCP

ตาราง 5 (ต่อ)

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
5. ปัจจัยการผลิต 5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” 5.2 กระบวนการผลิต จะต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน 5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิดและไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล 5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาดและไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล 5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่ง ที่ไม่ฮะลาล เพื่อป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค 5.6 การล้างวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	5. ปัจจัยการผลิต 5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมโดยไม่คำนึงว่าฮาลาลหรือไม่ 5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ
6. พนักงาน 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลในขณะผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ต้องเป็นมุสลิมมีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	6. พนักงาน 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม

ที่มา: อรุณ บุญชม. (2551). *คู่มือแนะนำ ฮาลาล – ฮารอม*. หน้า: 28-29.

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยนั้นได้แบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ 2 หัวข้อ คือ

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

ยะห์รินทร์ มะสกุล (2543) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือดัชนี RCA และการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง กุ้งกระป๋อง และปูกระป๋อง โดยใช้แบบจำลองตลาดคงที่เปรียบเทียบใน 4 ช่วงเวลา คือ ในช่วงปี 2531-2534 2535-2538 2539-2540 และ 2540-2541 ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง 4 ช่วงเวลา ไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 แต่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศคู่แข่งคือ ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ส่วนในตลาดสหภาพยุโรป พบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1แต่มีแนวโน้มลดลง มีประเทศคู่แข่งคือ สเปนและซีนีกัลป์ ขณะที่ในตลาดญี่ปุ่นพบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น มีประเทศคู่แข่งคือ ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย สำหรับการส่งออกกุ้งกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง 4 ช่วงเวลา ไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีประเทศคู่แข่งคือ อินโดนีเซีย สำหรับในตลาดญี่ปุ่น พบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น มีประเทศคู่แข่งคือ จีนและอินโดนีเซีย สำหรับการส่งออกปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง 4 ช่วงเวลา พบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น มีประเทศคู่แข่งคือ เม็กซิโกและอินโดนีเซีย ส่วนในตลาดสหภาพยุโรป ไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 แต่มีแนวโน้มลดลง มีประเทศคู่แข่งคือ แคนาดาและชิลี

วรรณพร หาญวิริยะพันธ์ (2546) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อความสามารถการส่งออกกุ้งกระป๋องของประเทศส่งออกรายสำคัญในตลาดโลก และของประเทศไทยและอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2542 ประเทศส่งออกรายสำคัญมีค่า RCA ในตลาดโลกมากกว่า 1 ทุกประเทศ โดยประเทศกรีนแลนด์มีค่า RCA มากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศไอซ์แลนด์และประเทศไทยตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ค่า RCA ในตลาดสหรัฐอเมริกาและ

ญี่ปุ่นของประเทศไทยและอินโดนีเซีย ช่วงปี พ.ศ. 2536-2542 พบว่า ทั้งสองประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 โดยประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่าประเทศอินโดนีเซีย

วนิดา ศักดี (2550) ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตและการส่งออกอาหารทะเลฮาลาลของไทย และศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยและประเทศคู่แข่งโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทยโดยใช้แบบจำลองเพชร

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายสำคัญของโลก และอาหารทะเลแปรรูปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทุกผลิตภัณฑ์ในตลาดโลกและตลาดส่งออกสำคัญ สำหรับตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียยเทียบเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าแปรรูปและปลาซาร์ดีนแปรรูป อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยมีศักยภาพการแข่งขันในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรที่มีความชำนาญในการผลิต นอกจากนี้คุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตของไทยยังเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับปัญหาที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยลดลงมากที่สุดคือ การขาดแคลนและการลดลงของคุณภาพวัตถุดิบ ทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น รวมทั้งการไม่มีบทบาทในเวทีการค้าโลกทำให้ประเทศไทยไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานสินค้าอาหารต่างๆ

เค็ลต์ ลอร์เซน (Keld Laursen. 1998) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและเครื่องมือวัดความชำนาญของแต่ละประเทศ ซึ่งแสดงการใช้ค่า RCA เพื่อปรับใช้ในการวัดความชำนาญทางการค้าระหว่างประเทศ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบาลาสซาตั้งอยู่บนพื้นฐานการทดสอบข้อผิดพลาดจากค่าถดถอยของ Jarque-Bera ทั้งค่า RCA และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เท่ากัน (ค่า RSCA) ระหว่าง 2 ช่วงเวลา (t-1 และ t)

ผลการศึกษาพบว่า ในขณะที่การใช้ค่า RCA ในขณะที่การใช้ค่า RCA ยังไม่แพร่หลาย เมื่อความชำนาญลดลงในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1971-1991 จะได้ผลบิดเบือนความจริง แต่เมื่อทฤษฎีของบาลาสซาถูกนำมาประยุกต์ใช้ ข้อผิดพลาดมีน้อยมากค่าถดถอยหายไป 2 ค่าใน 19 ค่า (คิดเป็น 10%) สำหรับการวิเคราะห์ค่า RSCA เปรียบเทียบกับเครื่องมือการวัดความชำนาญทางการค้าระหว่าง

ประเทศ ได้แก่ ค่าดัชนี Michaely และค่าไคว์สแควร์ โดยวิเคราะห์ค่าดัชนี Michaely และค่าไคว์สแควร์เปรียบเทียบใน 22 ส่วน ในระยะเวลา 24 ปี (ค.ศ. 1970-1993) จากการวิเคราะห์นี้สรุปได้ว่าค่า RCA เป็นเครื่องมือวัดที่ดีที่สุดในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องมือวัดอื่นๆ

ซีกฟรีด เบ็นเดอร์ และกุ๊ยไว ลี (Siegfried Bender; & Kui-Wai Li. 2002) ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของทวีปเอเชียและละตินอเมริกา เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น และศึกษาการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าที่มีผลกระทบต่อการค้าในแต่ละภูมิภาค ซึ่งใช้พื้นฐานทางทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบาลาสซาในการวิเคราะห์ โดยพิจารณาปริมาณการส่งออกในทวีปเอเชียและละตินอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 1981-1997 และหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในแถบเอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเชียงใต้ และลาตินอเมริกา

ผลการศึกษาพบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจะแสดงถึงการค้าเสรีที่เพิ่มขึ้น แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วยังคงมีการกีดกันทางการค้ามาก ซึ่งผลจากการกีดกันทางการค้าเหล่านั้นไม่สามารถวัดได้ด้วยค่า RCA แต่บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในแต่ละภูมิภาค จากการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของทั้ง 2 ภูมิภาค ละตินอเมริกาเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบโดยเฉพาะประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินในปี ค.ศ. 1997 ทำให้ค่า RCA ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงระบบเศรษฐกิจที่อ่อนแอ และค่า RCA ลดลงอย่างมาก ในปี ค.ศ. 1998 เนื่องจากเกิดผลอุปทานส่วนเกิน สำหรับกลุ่มละตินอเมริกาเป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงทศวรรษ 1990 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและการเปลี่ยนแปลงทางการค้าสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายการค้าของรัฐบาลและกลยุทธ์การค้าเสรีมากกว่าการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยการผลิต เมื่อก่อนส่วนแบ่งตลาดของละตินอเมริกาในตลาดโลกมีน้อย ทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ต่อมาในช่วงปลายทศวรรณ 1980 มีการพัฒนาในกลุ่มละตินอเมริกาโดยจัดตั้งกลุ่มการค้าโดยรวมเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโกเข้าด้วยกันเป็นกลุ่มการค้า NAFTA จึงทำให้กลุ่มละตินอเมริกามีการสร้างเขตการค้าที่มั่นคงสร้างประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อมาในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ประเทศอาร์เจนตินามีเศรษฐกิจที่มั่นคงขึ้นและมีการพัฒนาการส่งออกอย่างชัดเจน โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์การการค้า MERCOSUL ในช่วงปี ค.ศ. 1970-1980 ในขณะที่ประเทศชิลีก็เปิดการค้าเสรีโดยวางนโยบายโครงสร้างการผลิตของเศรษฐกิจใหม่ทั้งหมดจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นผลสะท้อนกลับต่อการพัฒนาการค้าของเศรษฐกิจของประเทศชิลี และเปรูซึ่งเป็นประเทศแถบละตินอเมริกา ทำให้กลุ่มละตินอเมริกา

ประสบความสำเร็จในการสร้างเศรษฐกิจใหม่ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 และส่งผลให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของประเทศอาร์เจนติน่า เปรู และเม็กซิโก เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

พาสิริ พุฒิโภคิน (2544) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป โครงสร้างการผลิต การส่งออกของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบระหว่างช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน และการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันสำคัญคือประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเหนือประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียในทุกปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ยกเว้นปัจจัยด้านสภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศในส่วนของการขาดแคลนวัตถุดิบและค้าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก โดยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกตลาดส่งออกสำคัญทั้งช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียไม่มีศักยภาพในการส่งออกโดยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดออสเตรเลีย อย่างไรก็ตามในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงในตลาดสหภาพยุโรป แคนาดา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เนื่องจากประเทศไทยเสียเปรียบคู่แข่งในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับประสบสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สูงขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าให้สูงกว่าประเทศคู่แข่งขันสำคัญที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าและมีเทคโนโลยีการผลิตที่ล้าสมัยกว่าประเทศไทย รวมทั้งควรขยายการส่งออกไปตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อทดแทนการส่งออกเดิมที่สูญเสียความสามารถในการส่งออก

มนสิทธิ์ หลักชัยมงคล (2547) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งไทย โดยศึกษาผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันโดยใช้แบบจำลองไดมอนด์

ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยมีค่าดัชนี RCA ลดลงตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา (พ.ศ. 2537-2544) แต่ประเทศไทยก็ยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งแช่แข็ง เนื่องจากค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 ส่วนการส่งออกกุ้งแช่แข็งของประเทศคู่แข่งของไทยก็มีค่า

RCA มากกว่า 1 ในทุกประเทศ (ยกเว้นประเทศจีน) โดยประเทศที่มีค่า RCA มากที่สุด คือ ประเทศเอกวาดอร์ เวียดนาม บังคลาเทศ อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา และเม็กซิโกตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันพบว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตลดลง ไม่ว่าจะเป็นการผลิตวัตถุดิบกุ้งมีคุณภาพลดลงแต่มีต้นทุนเพิ่มขึ้น ค่าจ้างแรงงานแพงขึ้น การขาดแคลนบุคลากร การขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้ความต้องการภายในประเทศก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน แต่ก็สามารถทดแทนได้ด้วยอุปสงค์จากต่างประเทศ ซึ่งกดดันให้ผู้ผลิตต้องพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ในส่วนอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมแต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากยังขาดการประสานงานที่เป็นระบบและยังไม่มีหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเต็มศักยภาพ สำหรับกลยุทธ์ในการแข่งขันของไทยใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางด้านคุณภาพมากขึ้น ทำให้ประเทศคู่แข่งมีต้นทุนในการเลียนแบบการผลิตสินค้า นอกจากนี้ไทยยังเปลี่ยนรูปแบบการส่งออกจากวัตถุดิบกุ้งแช่แข็งมาเป็นกุ้งแปรรูปมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อรสนิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ริชาร์ด เอ็ม. ฮอตเก็ตส์ (Richard M. Hodgetts. 1993) ได้วิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเม็กซิโก โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศเม็กซิโกมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโต-เลียม และอุตสาหกรรมยานยนต์ ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ในอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่นเข้าไปลงทุนในเม็กซิโกเนื่องจากสภาพปัจจัยการผลิตในประเทศที่มีแรงงานต้นทุนต่ำ แหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ และภูมิประเทศใกล้ตลาดรถยนต์ที่ใหญ่ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา การเติบโตของอุปสงค์ภายในประเทศ มีทรัพยากรที่แข็งแกร่ง ประชากรในประเทศมากกว่าครึ่งหนึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปีซึ่งเป็นแรงงานที่สามารถปรับตัวได้ดี และมีทักษะ มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่แข็งแกร่ง ประกอบด้วยบริษัทประมาณ 400 บริษัท แรงงานประมาณ 125,000 คน ผลิตรถยนต์เพื่อป้อนตลาดในประเทศร้อยละ 51 ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการเข้าไปลงทุนของผู้ผลิตรถยนต์จากประเทศสหรัฐอเมริกา ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าภายในประเทศ แต่อัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ ปี 2529 ส่งออกร้อยละ 17 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32 ในปี 2531 ร้อยละ 34 ในปี 2533 และร้อยละ 50 ในปี 2538 ซึ่งการขยายตัวของตลาดรถยนต์จะช่วยส่งเสริมความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเม็กซิโก

ตาราง 6 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	ผลการศึกษา
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย	ยะหริน์ทร์ มะสกุล (2543)	ปลาทูน่ากระป๋อง – ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แต่มีแนวโน้มลดลงในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป แต่ตลาดญี่ปุ่นไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กุ้งกระป๋อง - ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกตลาด ปูกระป๋อง - ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แต่มีแนวโน้มลดลงในตลาดสหภาพยุโรป
การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย	วรรณพร หาญวิริยะพันธ์ (2546)	ตลาดโลก - ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 และมากเป็นอันดับที่ 3 รองจากกรีนแลนด์ และไอซ์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น - ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 และมากกว่าอินโดนีเซียที่เป็นคู่แข่ง
การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหาร ฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป	วนิดา ศักดี (2550)	ตลาดโลก - ไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ในทุกผลิตภัณฑ์ ตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม - ไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 เฉพาะปลาทูน่าแปรรูปและปลาซาร์ดีนแปรรูป ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากรที่มีความชำนาญ คุณภาพและมาตรฐานสินค้าเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ แต่ปัจจัยที่ทำให้ความได้เปรียบลดลงคือ การขาดแคลนและลดลงของคุณภาพวัตถุดิบ
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและเครื่องมือวัดความชำนาญของแต่ละประเทศ	เค็ลต์ ลอร์เซน (1998)	การทดสอบข้อผิดพลาดจากค่าถดถอยของ Jarque-Bera ทั้งค่า RCA และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เท่ากัน (ค่า RSCA) ระหว่าง 2 ช่วงเวลา (t-1 และ t) RCA มีข้อผิดพลาดมีน้อยมากค่าถดถอยหายไป 2 ค่าใน 19 ค่า (คิดเป็น 10%) RCA เป็นเครื่องมือวัดที่ดีที่สุดในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องมือวัดอื่นๆ

ตาราง 6 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	ผลการศึกษา
การเปลี่ยนแปลงทางการค้าและค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของทวีปเอเชียและละตินอเมริกา	ซีกฟรีด เบ็นเดอร์ และกุ๊ยไว ลี (2002)	เอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเชียงใต้ และลาตินอเมริกา - พบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจะแสดงถึงการค้าเสรีที่เพิ่มขึ้น แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วยังคงมีการกีดกันทางการค้ามาก ซึ่งไม่สามารถวัดได้ด้วยค่า RCA แต่บ่งบอกการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในแต่ละภูมิภาค ละตินอเมริกา – พบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและการเปลี่ยนแปลงทางการค้าสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายการค้าของรัฐบาลและกลยุทธ์การค้าเสรีมากกว่าการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยการผลิต ซึ่งการเปิดเขตการค้าเสรีส่งผลให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของประเทศอาร์เจนตินา เปรู และเม็กซิโก เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย	พาสิริ พุฒิโภคิน (2544)	ไทยมีความได้เปรียบประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียในทุกปัจจัยกำหนด ยกเว้นปัจจัยการผลิตในประเทศและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น โดยมีค่า RCA ของไทยมากกว่า 1 ในทุกตลาดส่งออกสำคัญทั้งช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน
การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งไทย	มนสิทธิ์ หลักชัยมงคล (2547)	ไทยมีความได้เปรียบลดลงทั้งทางด้านปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพลดลงแต่ราคากลับสูงขึ้น ค้าจ้างแรงงานที่แพงขึ้นและยังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ความต้องการภายในประเทศไม่เอื้อต่อการพัฒนา อุตสาหกรรมสนับสนุนมีความพร้อมแต่ขาดการประสานงานที่ดี และกลยุทธ์ด้านคุณภาพในการแข่งขัน
ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเม็กซิโก โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการวิเคราะห์	ริชาร์ด เอ็ม. ฮอตเก็ตส์ (1993)	เม็กซิโกมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตเลียม และอุตสาหกรรมยานยนต์ เนื่องจากปัจจัยการผลิตในประเทศที่มีแรงงานมีจำนวนมาก เป็นแรงงานฝีมือแต่ต้นทุนต่ำ แหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ ภูมิประเทศใกล้ตลาดส่งออกหลัก มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่แข็งแกร่ง และมีการขยายตัวของตลาดในประเทศสูง

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล รวมทั้งใช้ข้อมูลทุติภูมิจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตามความมุ่งหมายของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดกลุ่มประชากร
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยตามความมุ่งหมายที่ 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Comparative Advantage Theory) จากข้อมูลการส่งออก และการนำเข้าภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โม-ไนซ์ (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO) นำมาวิเคราะห์เป็นรายพิกัดในช่วงปี 2545-2550 รวมระยะเวลา 6 ปี โดยพิกัดที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

ตาราง 7 พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ประเภท	ประเภทย่อย	รายการ
16.04	1604.13	ปลาซาร์ดีน ปลาซาร์ดีนเนลล่า และปลาบริสลิง หรือปลาสแปรต
	1604.14	ปลาทูน่า ปลาสคิปแจ็ก และปลาโบนิโต (ชนิดซาร์ดา)
16.05	1605.10	ปู
	1605.20	กุ้ง
	1605.90	เป๋าฮื้อ หอยลาย ปลาหมึก

ที่มา: กรมศุลกากร. (2552). (ออนไลน์).

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ตามความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยนั้น ใช้การวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลองเพชร (Diamond Model) เป็นต้นแบบในการศึกษา โดยจะมีการสำรวจข้อมูลที่ต้องการศึกษาโดยอาศัยแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยการวิเคราะห์ คือ บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออก ที่ได้รับเครื่องหมายและมาตรฐานอาหารฮาลาลทั่วประเทศจำนวน 25 บริษัท ดังรายละเอียดในตาราง 8

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยนั้น เป็นบริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออก ที่ได้รับเครื่องหมายและมาตรฐานอาหารฮาลาล จำนวน 5 บริษัท โดยได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sample) ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-stage Sampling) ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) สามารถแบ่งออกเป็น 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ภาคกลาง พื้นที่ภาคตะวันออก และพื้นที่ภาคใต้ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่ จะได้กลุ่มตัวอย่างจากเขตพื้นที่ภาคกลางจำนวน 3 บริษัท จากทั้งหมด 15 บริษัท จากเขตพื้นที่ภาคตะวันออกจำนวน 1 บริษัท จากทั้งหมด 3 บริษัท และจากเขตพื้นที่ภาคใต้จำนวน 1 บริษัท จากทั้งหมด 7 บริษัท โดยมีผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องที่มีการส่งออกต่างๆ ดังนี้

บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 15 บริษัท สุ่ม 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด, บริษัท ไฮคิว ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และบริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จำนวน 3 บริษัท สุ่ม 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท อีสเทิร์นดีไลท์ ฟู้ดส์ จำกัด

บริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลในเขตพื้นที่ภาคใต้ จำนวน 7 บริษัท สุ่ม 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ตาราง 8 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล

เขตพื้นที่	ชื่อผู้ประกอบการ	จังหวัด
ภาคกลาง	1 บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด	กรุงเทพมหานคร
	2 บริษัท รอแยล แคนนิ่ง จำกัด	กรุงเทพมหานคร
	3 บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด	กรุงเทพมหานคร
	4 บริษัท เอ บี ดี กาญจน์ จำกัด	กรุงเทพมหานคร
	5 บริษัท ไอ.เอส.เอ. แวลู จำกัด	กรุงเทพมหานคร
	6 บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	สมุทรปราการ
	7 บริษัท เซ้าท์อีสต์ เอเชี่ยน แพคเกจจิ่ง แอนด์ แคนนิ่ง จำกัด	สมุทรปราการ
	8 บริษัท เอส พี ไอ แคนนิ่ง จำกัด	สมุทรปราการ
	9 บริษัท อาร์ เอส แคนเนอรี่ จำกัด	สมุทรปราการ
	10 บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	สมุทรสาคร
	11 บริษัท ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม จำกัด	สมุทรสาคร
	12 บริษัท เอส.เค.ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สมุทรสาคร
	13 บริษัท เอส.วี.ฟูดส์ จำกัด	สมุทรสาคร
	14 บริษัท สุรใจ ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด	สมุทรสงคราม
	15 บริษัท จุมพลฟู้ด จำกัด	นครปฐม
ภาคตะวันออก	16 บริษัท เอส. แอนด์. แอล. แคนโปรดักส์ จำกัด	ระยอง
	17 บริษัท อีสเทิร์นดีไลท์ ฟู้ดส์ จำกัด	ระยอง
	18 บริษัท แคนนี่ แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ระยอง
ภาคใต้	19 บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกว้างไพศาล จำกัด (มหาชน)	ตรัง
	20 บริษัท ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องสยาม จำกัด	สตูล
	21 บริษัท ปัตตานีผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	ปัตตานี
	22 บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน)	สงขลา
	23 บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สงขลา
	24 บริษัท คิงฟิชเชอร์ โฮลดิ้งส์ จำกัด	สงขลา
	25 บริษัท ทวีชัย ฟู้ด แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	สงขลา

ที่มา : The Central Islamic Committee of Thailand. (2008). *Directory of Members.* p. 229-239.

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการสร้างเครื่องมือตามความมุ่งหมายในการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ทำการศึกษาเอกสาร งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ และสำหรับการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเพื่อกำหนดเป็นคะแนนอันแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทย

2. สร้างแบบสอบถาม/สัมภาษณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวความคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการออกแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือข้อ 5

3. สร้างตัวบ่งชี้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวความคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการสร้างตัวบ่งชี้ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือข้อ 5

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม/สัมภาษณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และอาจารย์ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล อาจารย์ประจำสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และนำไปแก้ไขปรับปรุง

5. การให้คะแนนจากข้อมูลปฐมภูมิ

การให้คะแนนสำหรับข้อมูลปฐมภูมิผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ มาใช้เป็นกรอบในการออกแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถกำหนดเป็นคะแนนรวม อันแสดงระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยได้ และผู้วิจัยได้ระบุว่าข้อคำถามแต่ละข้อนั้นจะใช้เป็นตัวบ่งชี้ในปัจจัยแวดล้อมด้านใดตามแนวความคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ ดังมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) มีรายละเอียดในการพิจารณาดังนี้

- ตัวบ่งชี้ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน อันเป็นบ่อเกิดของความสามารถในการผลิตสินค้า ดังนั้น ถ้าผู้ผลิตมีความพร้อมจะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน และในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ผลิตไม่มีความพร้อมจะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้การจัดหาวัตถุดิบของสถานประกอบการ จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้านการจัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตจากภายในประเทศ หากสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่วัตถุดิบภายในประเทศ จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่วัตถุดิบจากต่างประเทศ จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้สัดส่วนของแรงงาน จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้านทรัพยากรบุคลากร ถ้าผู้ผลิตมีสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่แรงงานในประเทศ จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ผลิตมีสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่แรงงานต่างชาติ จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้แหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการ จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดแหล่งเงินทุน ถ้าผู้ผลิตสามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนได้ จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ผลิตไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนได้ จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม จะพิจารณาถึงความเอาใจใส่สิ่งแวดล้อม ถ้าผู้ผลิตมีการลงทุนในระบบการดูแลสิ่งแวดล้อม จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ถ้าถ้าผู้ผลิตไม่เคยมีการลงทุนในระบบการดูแลสิ่งแวดล้อม จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้ลักษณะของเทคโนโลยีการผลิต จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้านเทคโนโลยีการผลิต ถ้าผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูงในการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 2 คะแนน แต่ถ้าผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนปานกลางในการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน และถ้าผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนต่ำในการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้การปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยี จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้านการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ถ้าผู้ผลิตมีการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 2 คะแนน แต่ถ้าผู้ผลิตกำลังเตรียมการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน และถ้าผู้ผลิตไม่มีการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้สำหรับปัจจัยการผลิตในประเทศ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 17 คะแนน สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 9

ตาราง 9 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
ปัจจัยการผลิตในประเทศ		
1) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน		
-ไฟฟ้า	มีความพร้อม	1
	ไม่มีความพร้อม	0
-ประปา	มีความพร้อม	1
	ไม่มีความพร้อม	0
-โทรศัพท์	มีความพร้อม	1
	ไม่มีความพร้อม	0
-ระบบสารสนเทศ	มีความพร้อม	1
	ไม่มีความพร้อม	0
2) การจัดหาวัตถุดิบของสถานประกอบการ	หากสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่วัตถุดิบภายในประเทศ	1
	หากสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่วัตถุดิบจากต่างประเทศ	0
3) สัดส่วนของแรงงาน	หากสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่แรงงานในประเทศ	1
	หากสัดส่วนที่สูงที่สุดอยู่ที่แรงงานต่างชาติ	0
4) แหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการ		
-เงินทุนของเจ้าของ และบุคคลในครอบครัว	เงินทุนมาจากเจ้าของและบุคคลในครอบครัว	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0
-สินเชื่อทางการค้า	เงินทุนมาจากสินเชื่อทางการค้า	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0
-เงินกู้จากสถาบันการเงินของรัฐบาลในประเทศ	เงินทุนมาจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินของรัฐบาลในประเทศ	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0
-เงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินของเอกชนในประเทศ	เงินทุนมาจากการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินของเอกชนในประเทศ	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0
-เงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างประเทศ	เงินทุนมาจากการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนต่างประเทศ	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0
-อื่นๆ	เงินทุนมาจากแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุไว้	1
	เงินทุนมาจากแหล่งอื่น	0

ตาราง 9 (ต่อ)

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
5) การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม	มี	1
	ไม่มี	0
6) ลักษณะของเทคโนโลยีการผลิต	มีความซับซ้อนสูง	2
	มีความซับซ้อนปานกลาง	1
	มีความซับซ้อนต่ำ	0
7) การปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	ได้รับการปรับปรุงแล้ว	2
	กำลังเตรียมการ	1
	ไม่มีการปรับปรุง	0
รวม		17

5.2 อุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) มีรายละเอียดในการพิจารณาดังนี้

- ตัวบ่งชี้ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ โดยถ้าความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศอันแสดงถึงการมีส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับต่างประเทศย่อมจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และจะได้รับคะแนน 0 คะแนนถ้าไม่มีความคล้ายคลึงกัน

- ตัวบ่งชี้ผู้ซื้อที่รู้จริง ผู้ซื้อที่รู้จริงก็จะตั้งมาตรฐานไว้สูงซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนา ดังนั้นถ้าผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ จะส่งผลให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าผู้บริโภคมีความคาดหวังที่ต่ำกว่าก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ฉะนั้นถ้าตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศย่อมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวน้อยกว่าตลาดต่างประเทศก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ตลาดขนาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดขนาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆ ครั้ง (Learning Curve)

ฉะนั้นขนาดของตลาดภายในประเทศหากมีขนาดใหญ่จะสะท้อนถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าไม่ใช่จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้สำหรับปัจจัยการผลิตในประเทศ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 4 คะแนน สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 10

ตาราง 10 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ	ไม่คล้ายคลึงกัน	0
	มีความคล้ายคลึงกัน	1
2) ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ	มีความคาดหวังต่ำกว่า	0
	มีความคาดหวังสูงกว่า	1
3) ตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายใน ประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ	ขยายตัวน้อยกว่า	0
	ขยายตัวมากกว่า	1
4) ขนาดของตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีขนาดใหญ่	ตลาดมีขนาดเล็ก	0
	ตลาดมีขนาดใหญ่	1
รวม		4

5.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting) อันประกอบด้วย อุตสาหกรรมประมง อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ในการผลิต อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน โดยจะพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายและติดต่อกันสม่ำเสมอ อันสะท้อนให้เห็นถึงการมีช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในประเทศ อันจะส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน พิจารณาจากการติดต่อกันสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือกันมากกว่าอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีการติดต่อกันอันสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการเข้าถึงได้ง่าย พิจารณาจากการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี เกิดการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน ทำให้อัตราความเร็วในการนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องถูกเร่งให้เกิดเร็วขึ้น ดังนั้นจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ ดังมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละอุตสาหกรรม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เช่น อุตสาหกรรมประมง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป โดยพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอ การจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน และการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปต่ออุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 3 คะแนน แต่ถ้าไม่เลือกเลยจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เช่น ผู้ผลิตเครื่องจักร ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นกลางของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ทำหน้าที่ผลิตผลผลิตจากอุตสาหกรรมขั้นต้นของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป โดยจะพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอ การจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน และการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปต่ออุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 3 คะแนน แต่ถ้าไม่เลือกเลยจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และซุปเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นปลายของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ทำหน้าที่จำหน่ายผลผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปให้ไปถึงมือผู้บริโภค โดยพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอ การจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน และการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปต่ออุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่าย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือก

การเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกันจะได้รับคะแนน 3 คะแนน แต่ถ้าไม่เลือกเลยจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้สำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 9 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 11

ตาราง 11 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) อุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ	1
	มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน	2
	มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	3
2) อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ	1
	มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน	2
	มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	3
3) กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ	1
	มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจร่วมกัน	2
	มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหา และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	3
รวม		9

5.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) จะพิจารณาการจัดการของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปทางด้านการกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดโครงสร้าง เพื่อสนับสนุนการขายอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันภายในประเทศของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปอันจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของแต่ละปัจจัยดังมีรายละเอียดในการให้คะแนนดังนี้

- การกำหนดกลยุทธ์ จะพิจารณาในส่วนของการมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจในหลายรูปแบบของบริษัทอันจะแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น ดังนั้นถ้าบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์จะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าไม่มีการกำหนดกลยุทธ์จะได้รับคะแนน 0 คะแนน โดยมีรูปแบบของกลยุทธ์ดังตาราง 16

- การกำหนดโครงสร้าง ในการจัดการโครงสร้างของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการบริหาร สายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ การประสานงาน ความสัมพันธ์ของหน่วยงาน และถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้การวางกลยุทธ์ในธุรกิจประสบความสำเร็จ อันจะเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจมีความสารถในการแข่งขันอีกทางหนึ่ง ดังนั้นปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้แก่

- บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง เพื่อแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- บริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้สูงขึ้น ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกที่เข้มแข็งกว่าบริษัทที่ไม่มีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการส่งออก ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- สภาพการแข่งขัน สภาพการแข่งขันภายในประเทศนั้นจะส่งผลถึงวิธีการกำหนดกลยุทธ์ และโครงสร้างของบริษัทเพื่อที่จะผลักดันให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันให้ได้ ถ้าบริษัทต่างๆ ในประเทศมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ก็จะเกิดแรงกดดันแก่กันและกันให้ต้องพัฒนาและนวัตกรรม ส่วนในเรื่องของการหาปริมาณเพิ่มเติมเพื่อใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นจากการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ นั้น ก็หาได้จากตลาดต่างประเทศ โดยไม่ได้พึ่งพาตลาดในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

- ตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูง สะท้อนถึงการมีแรงกดดันแก่กันและกันให้ต้องพัฒนาและนวัตกรรม ดังนั้นถ้าตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าตลาดในประเทศไม่มีการแข่งขันสูงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออก สะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการขยายตลาดไปยังตลาดต่างประเทศจะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้สำหรับกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 10 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 12

ตาราง 12 การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
กลยุทธ์		
1) บริษัทมีการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
2) บริษัทใช้กลยุทธ์ราคาต่ำในการแข่งขัน	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
3) บริษัทให้ความสำคัญคุณภาพสินค้า	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
4) บริษัทให้ความสำคัญการส่งมอบสินค้าตรงเวลา	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
5) บริษัทใช้ยี่ห้อ(Brand Name)ของบริษัทเป็นจุดขาย	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
6) บริษัทมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจ	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์	0
	มีการกำหนดกลยุทธ์	1
โครงสร้าง		
1) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง	ไม่มีการกำหนดโครงสร้าง	0
	มีการกำหนดโครงสร้าง	1
2) บริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้สูงขึ้น	ไม่มีการกำหนดเป้าหมาย	0
	มีการกำหนดเป้าหมาย	1
สภาพการแข่งขัน		
1) ตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูง	ไม่มีการแข่งขัน	0
	มีการแข่งขันสูง	1
2) การแข่งขันภายในประเทศผลักดันให้ต้องทำการตลาดต่างประเทศ	ไม่มีผลผลักดันให้ส่งออก	0
	มีผลผลักดันให้ส่งออก	1
รวม		10

6. การให้คะแนนจากข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเพื่อสร้างตัวบ่งชี้ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

6.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) อันประกอบไปด้วย เงินทุน วัตถุดิบ และแรงงาน ดังมีรายละเอียดดังนี้

- ตัวบ่งชี้เงินทุน ได้พิจารณาถึงแหล่งที่มาของเงินทุน จากค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในช่วงปี 2545-2550 อันจะแสดงถึงแหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดว่ามาจากการกู้ยืมหรือจากเจ้าหนี้ในสัดส่วนเท่าใด โดยถ้าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะแสดงถึงภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้น ซึ่งหมายถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงจึงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่ถ้ามีสัดส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมไม่เปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากมีสัดส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 2 คะแนนเนื่องจากแสดงว่ามีการใช้เงินทุนจากเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินต่ำกว่าและยังมีโอกาสหาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมได้เพิ่มเติมซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

- ตัวบ่งชี้วัตถุดิบ และแรงงาน ได้พิจารณาถึงตัวบ่งชี้ค่าเฉลี่ยต้นทุนขายต่อยอดขายของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในช่วงปี 2545-2550 อันจะแสดงถึงประสิทธิภาพการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน และการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป โดยถ้าต้นทุนขายต่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นย่อมแสดงถึงการไม่มีความสามารถในการแข่งขันจึงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน ถ้าต้นทนขายต่อยอดขายไม่เปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากต้นทุนขายต่อยอดขายเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 4 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 13

ตาราง 13 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ในกลุ่มปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	2
2) ค่าเฉลี่ยต้นทุนขายต่อยอดขายของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	2
รวม		4

6.2 อุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) พิจารณาในประเด็นของการขยายของตลาดในประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันโดยพิจารณาจากปริมาณการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศ คือ หากปริมาณการบริโภคสูงย่อมหมายถึงการที่อุตสาหกรรมนั้นมีความสามารถในการแข่งขันที่สูง

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 2 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 14

ตาราง 14 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
ปริมาณการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศ	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
รวม		2

6.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting) พิจารณาจาก

- ตัวบ่งชี้จำนวนการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม โดยถ้าหากอุตสาหกรรมไม่มีการรวมกลุ่มของสมาคม หรือชมรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมจะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่หากมีการรวมกลุ่มกันจำนวน 1 กลุ่มจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีการรวมกลุ่มกันมากกว่า 1 กลุ่มจะได้รับคะแนน 2 คะแนน เพื่อแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 2 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 15

ตาราง 15 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
จำนวนการรวมกลุ่ม	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
รวม		2

6.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) พิจารณาใน 2 ประเด็นดังนี้

- ตัวบ่งชี้สภาพการแข่งขัน โดยพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียนในช่วงปี 2545-2550 อันสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงหรือสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม กล่าวคือ หากมีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นย่อมหมายถึงสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นโดยหากไม่มีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2545-2550 อันแสดงถึงสภาวะการแข่งขันที่ไม่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศลดลง จะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่หากจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจำนวน 1 รายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 รายจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

- ตัวบ่งชี้กลยุทธ์และโครงสร้าง จะพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับรองระบบมาตรฐานระดับสากลในช่วงปี 2545-2550 อันจะสะท้อนให้เห็นการมีการจัดการทางด้านยุทธการ โครงสร้าง ที่มีประสิทธิภาพจนสามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับ

สากล โดยหากปีใดไม่มีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลจะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่หากมีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลจำนวน 1 รายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 รายจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ จะมีคะแนนรวมสูงสุดอยู่ที่ 4 คะแนน สามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 16

ตาราง 16 การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) จำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียน	ไม่มีการจดทะเบียน	0
	มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงลดลง	1
	มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
2) จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับรองระบบมาตรฐานระดับสากล	ไม่ได้รับการรับรอง	0
	ได้รับการรับรองเปลี่ยนแปลงลดลง	1
	ได้รับการรับรองเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
รวม		4

การเก็บรวมรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลได้จากการออกแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป รวมถึงผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมนี้ในด้านกระบวนการผลิต การตลาด การค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการจัดการภายในสถานประกอบการและการจัดการภายในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป นำมาใช้ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ประเด็นในการศึกษาตามแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิเช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง สถาบันอาหาร คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย องค์กรสหประชาชาติ รวมถึงข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่างๆ และข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตที่จะเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยข้อ 1 ซึ่งใช้การหาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มีการจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยนั้น จะใช้การคำนวณความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ได้แก่ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ โดยใช้ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกในช่วงปี 2545-2550 ในการคำนวณเพื่อให้ได้ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังนี้

$$RCA_{ijw} = \frac{X_{ijw} / \sum X_{jw}}{X_{iw} / \sum X_{w}}$$

โดยที่ RCA_{ijw} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกชนิด *i* ของประเทศ *j* ไปประเทศ *w*

X_{ijw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า *i* ของประเทศ *j* ไปประเทศ *w*

$\sum X_{jw}$ คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ *j* ไปประเทศ *w*

X_{iw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า *i* ทั้งหมดจากทั่วโลกไปประเทศ *w*

$\sum X_{w}$ คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลกไปประเทศ *w*

w คือ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

i (1, 2, 3, 4, 5) คือ ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป, ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป, ปูกระป๋องและแปรรูป, กุ้งกระป๋องและแปรรูป, หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป ตามลำดับ

j (1, 2, 3,..., 9) คือ จีน, ญี่ปุ่น, เดนมาร์ก, ฟิลิปปินส์, โมร็อกโก, สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, อินเดีย, อินโดนีเซีย ตามลำดับ

ถ้า RCA > 1 หมายความว่า ประเทศ *j* มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า *i* เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในประเทศ *w*

ถ้า RCA < 1 หมายความว่า ประเทศ *j* มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า *i* เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในประเทศ *w*

ถ้า RCA = 1 หมายความว่า ประเทศ *j* ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า *i* เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในประเทศ *w*

โดยในการวิเคราะห์จะทำการเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในสินค้าพิกัด 160413, 160414, 160510, 160520 และ 160590 ของประเทศไทย กับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ ที่มีกับราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยผลการคำนวณแสดงไว้ในบทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

2. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยข้อ 2 ผู้วิจัยได้มีการจัดกระทำข้อมูล คือ จากข้อมูลตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลตัวบ่งชี้ข้อมูลทุติยภูมิ ตามรายละเอียดการให้คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้วโดยมีการจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

จากการให้คะแนนตามที่ได้กล่าวไปแล้วในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแก่ตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิและจากข้อมูลทุติยภูมินั้น จะนำคะแนนที่ได้รับในข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิมาคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ย เพื่อแสดงถึงระดับปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยทั้งในข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีเกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิดังตาราง 17 และข้อมูลทุติยภูมิดังตาราง 18 ดังนี้

$$\text{คะแนนร้อยละเฉลี่ยจากข้อมูลปฐมภูมิ} = \frac{\text{คะแนนเฉลี่ยของข้อมูลปฐมภูมิ}}{\text{คะแนนเต็มของข้อมูลปฐมภูมิ}}$$

$$\text{คะแนนร้อยละเฉลี่ยจากข้อมูลทุติยภูมิ} = \frac{\text{คะแนนเฉลี่ยของข้อมูลทุติยภูมิ}}{\text{คะแนนเต็มของข้อมูลทุติยภูมิ}}$$

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณาแบ่งแยกเป็น 5 ระดับโดยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{100 - 0}{5}$$

$$= 20$$

ตาราง 17 เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

คะแนนรวม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
33 - 40	80.01-100.00	สูง
25 – 32	60.01-80.00	ค่อนข้างสูง
17 - 24	40.01-60.00	ปานกลาง
9 – 16	20.01-40.00	ค่อนข้างต่ำ
0 - 8	00.00-20.00	ต่ำ

ตาราง 18 เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

คะแนนรวม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
13 - 16	80.01-100.00	สูง
10 - 12	60.01-80.00	ค่อนข้างสูง
7 - 9	40.01-60.00	ปานกลาง
4 - 6	20.01-40.00	ค่อนข้างต่ำ
0 - 3	00.00-20.00	ต่ำ

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) เพื่อให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยไปยังตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งประเทศที่เลือกทำการศึกษา คือ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้า โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี 2545-2550

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะจำแนกเป็นกลุ่มภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดระบบฮาร์โมไนซ์ (The Harmonized Commodity Description and Coding System : HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) ได้แก่ ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป (HS 160413), ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป (HS 160414), ปูกระป๋องและแปรรูป (HS 160510), กุ้งกระป๋องและแปรรูป (HS 160520),หอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูป (HS 160590) ซึ่งสถิติมูลค่าการส่งออกของแต่ละผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมอ้างอิงตามสถิติการส่งออกของ United Nations Commodity Trade Statistics Division (http://comtrade.un.org)

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

1.1 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160413 ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

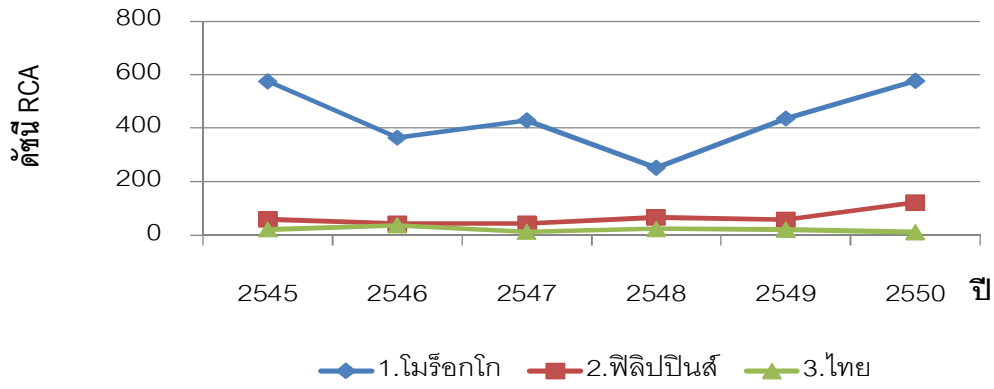
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดีอาระเบียของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ โมร็อกโก และฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าโมร็อกโก ฟิลิปปินส์ และไทย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบีย ดังแสดงในตาราง 19 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าโมร็อกโกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าฟิลิปปินส์ และไทยสูงมาก โดยในปี 2550 โมร็อกโกมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 577.28 ส่วนฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 122.27 และไทยมีค่า RCA เท่ากับ 12.40

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 6 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของโมร็อกโกมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี 2545-2548 จาก 575.77 เหลือ 252.75 ก่อนปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2549-2550 คือ 436.62 และ 577.28 ตามลำดับ ส่วนฟิลิปปินส์มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 60.67 เพิ่มขึ้นเป็น 122.27 ในปี 2550 และไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 22.29 เหลือเพียง 12.40 ในปี 2550

ตาราง 19 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.โมร็อกโก	575.77	365.34	429.81	252.75	436.62	577.28
2.ฟิลิปปินส์	60.67	43.96	44.30	67.04	58.18	122.27
3.ไทย	22.29	37.23	13.25	24.43	21.73	12.40

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 6 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

1.2 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160414 ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

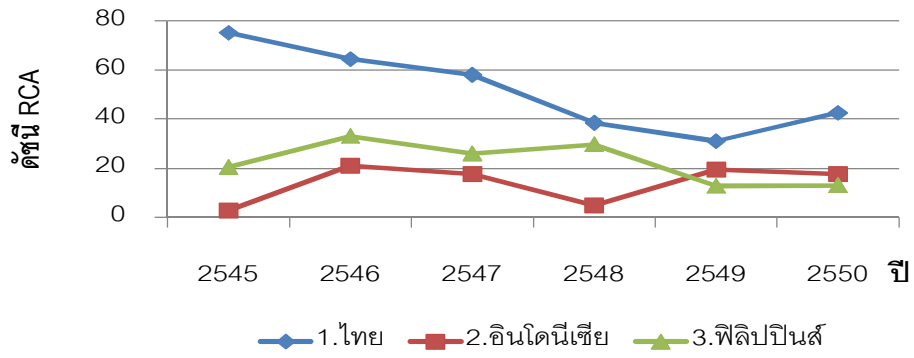
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดีอาระเบียของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบีย ดังแสดงในตาราง 20 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ค่อนข้างมาก โดยในปี 2550 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 42.54 ส่วนอินโดนีเซียมีค่า RCA เท่ากับ 17.57 และฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 13.12 ซึ่งห่างจากอินโดนีเซียเพียงเล็กน้อย

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 7 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 75.15 เหลือเพียง 42.54 ในปี 2550 ส่วนอินโดนีเซียมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 2.76 เพิ่มขึ้นเป็น 17.57 ในปี 2550 และฟิลิปปินส์มีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 20.48 เหลือเพียง 13.12 ในปี 2550

ตาราง 20 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.ไทย	75.15	64.41	58.00	38.47	30.97	42.54
2.อินโดนีเซีย	2.76	21.04	17.68	4.83	19.52	17.57
3.ฟิลิปปินส์	20.48	33.15	26.02	29.75	12.87	13.12

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 7 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

1.3 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160510 ปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดีอาระเบียของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าไทยมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545, 2548-2550 ส่วนญี่ปุ่นมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545 และ 2550 และสหรัฐอเมริกามีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545, 2547-2548 ซึ่งหมายความว่าไทย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบียเฉพาะในปีดังกล่าว แสดงค่าดัชนี RCA ใน

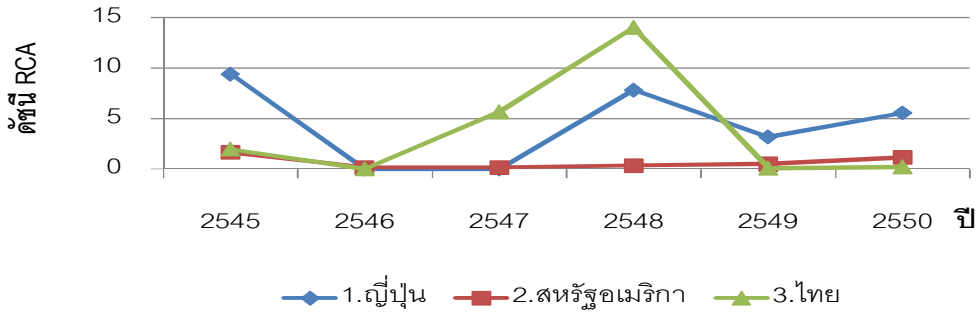
ตาราง 21 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2550 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 5.57 ส่วนญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 1.15

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 8 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 9.43 เหลือ 5.57 ในปี 2550 ส่วนญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยจากปี 2545 เท่ากับ 1.65 เหลือ 1.15 ในปี 2550 เช่นกัน

ตาราง 21 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.ไทย	9.43	-	-	7.83	3.17	5.57
2.ญี่ปุ่น	1.65	0.14	0.15	0.34	0.50	1.15
3.สหรัฐอเมริกา	1.95	-	5.67	14.04	0.08	0.21

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 8 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

1.4 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160520 กุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

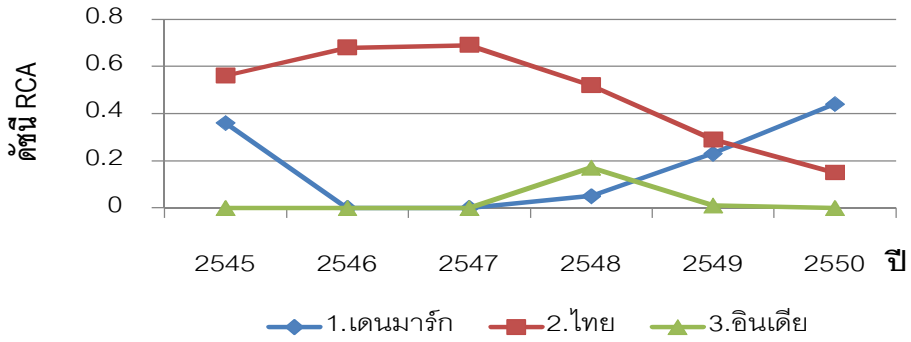
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ เดนมาร์ก และอินเดีย ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าทั้ง 3 ประเทศมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 ซึ่งแสดงถึงความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบีย ดังแสดงในตาราง 22

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 9 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเดนมาร์ก และอินเดียไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ส่วนของไทยมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2545 เท่ากับ 0.56 เหลือ 0.15 ในปี 2550

ตาราง 22 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.เดนมาร์ก	0.36	-	-	0.05	0.23	0.44
2.ไทย	0.56	0.68	0.69	0.52	0.29	0.15
3.อินเดีย	-	-	-	0.17	0.01	-

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 9 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

1.5 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160590 หอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

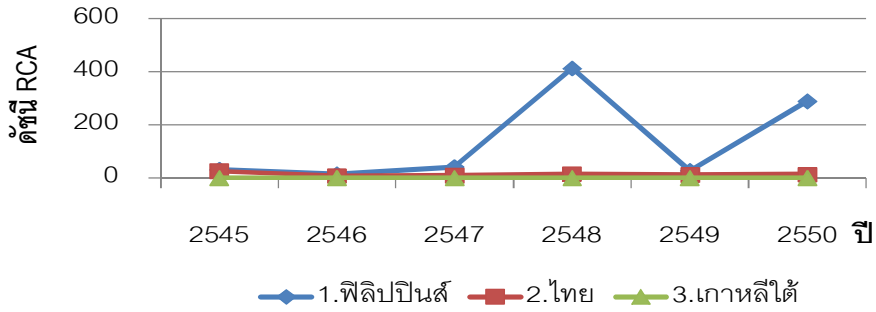
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และเกาหลีใต้ ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าฟิลิปปินส์ และไทยมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าฟิลิปปินส์ และไทย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบีย ส่วนเกาหลีใต้มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดซาอุดีอาระเบีย เพราะว่าค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 ดังแสดงในตาราง 23 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าไทยมาก โดยในปี 2550 ฟิลิปปินส์มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 288.93 ส่วนไทยมีค่า RCA เท่ากับ 13.52

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 10 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 31.70 เพิ่มขึ้นเป็น 288.93 ในปี 2550 ส่วนไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 25.51 เหลือ 13.52 ในปี 2550 และเกาหลีใต้มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคงที่

ตาราง 23 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.ฟิลิปปินส์	31.70	14.38	41.48	412.72	27.77	288.93
2.ไทย	25.51	7.67	9.48	14.94	11.84	13.52
3.เกาหลีใต้	0.27	0.07	0.10	0.07	0.06	0.26

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 10 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

2.1 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160413 ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

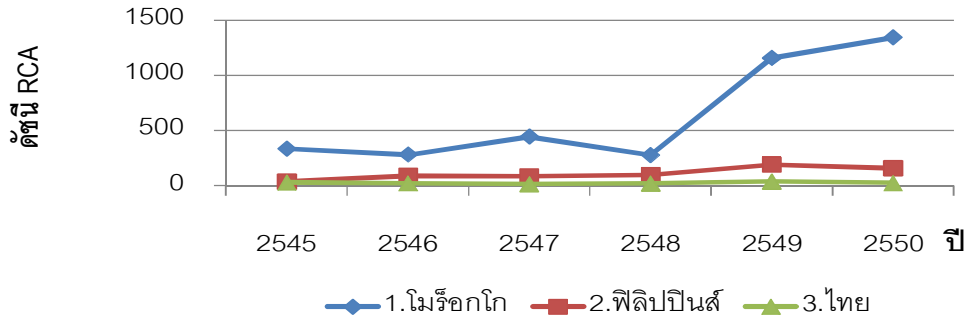
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ โมร็อกโก และฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าโมร็อกโก ฟิลิปปินส์ และไทย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ดังแสดงในตาราง 24 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าโมร็อกโกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าฟิลิปปินส์ และไทยสูงมาก โดยในปี 2550 โมร็อกโกมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 1,343.69 ส่วนฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 155.95 และไทยมีค่า RCA เท่ากับ 22.56

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 11 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของโมร็อกโกมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี 2545-2548 จาก 333.82 เหลือ274.75 ก่อนปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2549-2550 คือ 1,155.87 และ 1,343.69 ตามลำดับ ส่วนฟิลิปปินส์มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 34.86 เพิ่มขึ้นเป็น 155.95 ในปี 2550 และไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงเล็กน้อยจากปี 2545 เท่ากับ 26.48 เหลือเพียง 22.56 ในปี 2550

ตาราง 24 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอ-มิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.โมร็อกโก	333.82	280.05	443.58	274.75	1,155.87	1,343.69
2.ฟิลิปปินส์	34.86	86.86	82.66	93.11	188.88	155.95
3.ไทย	26.48	19.85	11.59	18.62	35.24	22.56

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 11 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

2.2 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160414 ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และสหราชอาณาจักรในช่วงปี 2545-2550 พบว่าฟิลิปปินส์ และไทยมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าฟิลิปปินส์ และไทย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนสหราชอาณาจักรมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพราะว่าค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 ดังแสดงในตาราง 25 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดย

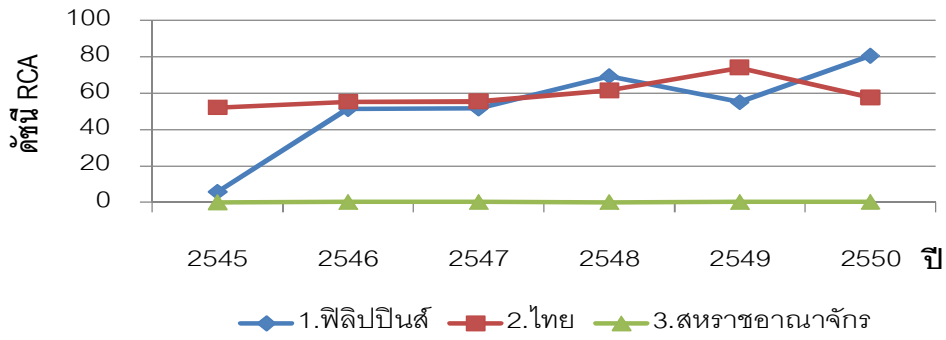
เปรียบเทียบที่สูงกว่าไทย โดยในปี 2550 ฟิลิปปินส์มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 80.60 ส่วนไทยมีค่า RCA เท่ากับ 57.80

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 12 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 5.92 เพิ่มขึ้นเป็น 80.60 ในปี 2550 ส่วนไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 52.20 เป็น 74.08 ในปี 2549 แล้วลดลงเหลือ 57.80 ในปี 2550

ตาราง 25 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.ฟิลิปปินส์	5.92	51.39	51.54	69.43	55.15	80.60
2.ไทย	52.20	55.32	55.37	61.72	74.08	57.80
3.สหราชอาณาจักร	0.04	0.17	0.23	0.10	0.15	0.26

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 12 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

2.3 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160510 ปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

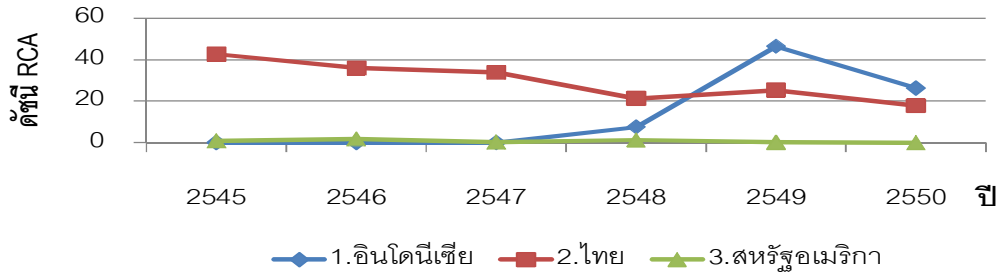
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าอินโดนีเซียมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2548-2550 ส่วนไทยมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545-2550 และสหรัฐอเมริกามีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2546 และ 2548 ซึ่งหมายความว่าอินโดนีเซีย ไทย และสหรัฐอเมริกา อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เฉพาะในปีดังกล่าว แสดงค่าดัชนี RCA ในตาราง 26 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าไทย และสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2550 อินโดนีเซียมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 26.28 ส่วนไทยมีค่า RCA เท่ากับ 17.80

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 13 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 7.58 ในปี 2548 เป็น 26.28 ในปี 2550 ส่วนไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 42.64 เหลือ 17.80 ในปี 2550 และสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลงเช่นกันจากปี 2545 เท่ากับ 0.98 เหลือ 0.09 ในปี 2550

ตาราง 26 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.อินโดนีเซีย	-	-	-	7.58	46.37	26.28
2.ไทย	42.64	35.93	33.81	21.27	25.24	17.80
3.สหรัฐอเมริกา	0.98	1.78	0.38	1.33	0.22	0.09

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 13 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

2.4 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160520 กุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

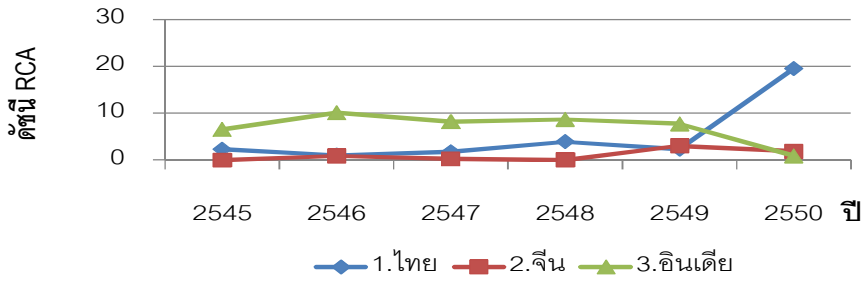
จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ จีน และอินเดีย ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าไทยมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545-2550 ส่วนจีนมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2549-2550 และอินเดียมีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545-2549 ซึ่งหมายความว่าไทย จีน และอินเดีย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เฉพาะในปีดังกล่าว แสดงค่าดัชนี RCA ในตาราง 27 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าจีน และอินเดีย โดยในปี 2550 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 19.57 ส่วนจีนมีค่า RCA เท่ากับ 1.85 และอินเดียมีค่า RCA เท่ากับ 0.93

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 14 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 2.31 ในปี 2545 เป็น 19.57 ในปี 2550 ส่วนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2546 เท่ากับ 0.88 เป็น 1.85 ในปี 2550 และอินเดียมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 6.55 เหลือ 0.93 ในปี 2550

ตาราง 27 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.ไทย	2.31	1.05	1.83	3.94	2.33	19.57
2.จีน	-	0.88	0.23	0.04	3.07	1.85
3.อินเดีย	6.55	10.12	8.19	8.68	7.72	0.93

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 14 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

2.5 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด HS 160590 หอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

จากการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญ คือ เดนมาร์ก และญี่ปุ่น ในช่วงปี 2545-2550 พบว่าเดนมาร์ก และไทย มีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่า เดนมาร์ก และไทย อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนญี่ปุ่นมีค่าดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545-2546 และ 2548-2550 ซึ่งหมายความว่าญี่ปุ่นอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในปีดังกล่าว แสดงในตาราง 28 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าดัชนี RCA พบว่าเดนมาร์กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

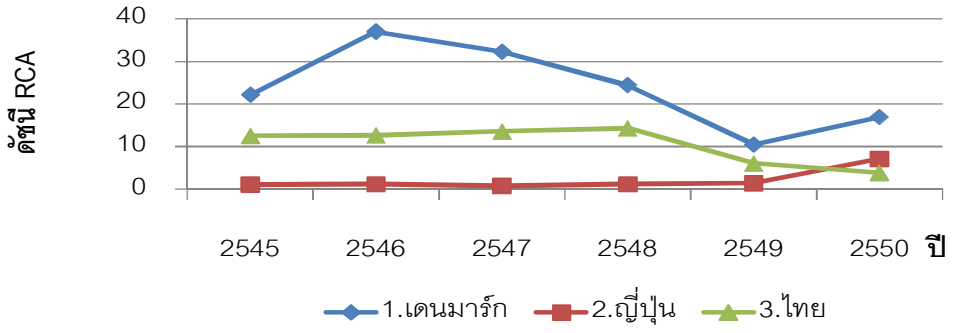
ที่สูงกว่าไทย โดยในปี 2550 เดนมาร์ก มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 คือ 16.94 ส่วนญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 7.16 และไทยมีค่า RCA เท่ากับ 3.91

และเมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังภาพประกอบ 15 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเดนมาร์กเพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 22.14 เป็น 32.23 ในปี 2547 ก่อนจะปรับตัวลดลงเหลือ 16.94 ในปี 2550 ส่วนญี่ปุ่นมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 1.13 เพิ่มขึ้นเป็น 7.16 ในปี 2550 และไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี 2545 เท่ากับ 12.57 เหลือ 3.91 ในปี 2550

ตาราง 28 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ประเทศผู้ส่งออก	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1.เดนมาร์ก	22.14	36.95	32.23	24.43	10.48	16.94
2.ญี่ปุ่น	1.13	1.19	0.83	1.27	1.43	7.16
3.ไทย	12.57	12.70	13.59	14.33	6.11	3.91

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 15 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งขันในช่วงปี 2545-2550

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิเพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในส่วนนี้นั้น ได้นำแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Comparative Advantage) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ หรือแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาวิเคราะห์มีรายละเอียดในการวิเคราะห์ใน 2 ส่วนดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 29 พบว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทยมีความเข้มแข็งจากปัจจัยสนับสนุนหลายด้านด้วยกัน ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง ตามมาด้วยปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีคะแนนร้อยละเฉลี่ยใกล้เคียงกัน และมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยอุปสงค์ในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ดังมีรายละเอียดการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ตาราง 29 การวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ	11.40	17.00	67.06	ค่อนข้างสูง
2.อุปสงค์ในประเทศ	1.40	4.00	35.00	ค่อนข้างต่ำ
3.อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	5.60	9.00	62.22	ค่อนข้างสูง
4.กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ	9.20	10.00	92.00	สูง
ภาพรวม	27.60	40.00	69.00	ค่อนข้างสูง

ที่มา: จากการคำนวณ

2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 30 พบว่าปัจจัยการผลิตในประเทศมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่มีสาธารณูปโภคเข้าถึงและพร้อมต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ สัดส่วนของแรงงานซึ่งเป็นแรงงานชาวไทยใสสัดส่วนที่สูงกว่าแรงงานชาวต่างชาติ และการลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาระบบนิเวศให้คงอยู่อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสายตาผู้บริโภคอีกด้วย โดยทั้ง 3 ปัจจัยมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง

ปัจจัยลักษณะของเทคโนโลยีการผลิต และการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีการผลิต จึงพยายามปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของตนให้ทันสมัยอยู่เสมอ แต่ด้วยมูลค่าของเทคโนโลยีที่มีราคาสูงจึงทำให้มีการใช้และพัฒนาจำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการรายใหญ่

ส่วนการจัดหาวัตถุดิบของสถานประกอบการมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีความจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพราะอุตสาหกรรมประมงในประเทศมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ และมีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานที่ต้องการ

ตาราง 30 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

	รายการ	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1)	ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน	4.00	4.00	100.00	สูง
2)	การจัดหาวัตถุดิบของสถานประกอบการ	0.60	1.00	60.00	ปานกลาง
3)	สัดส่วนของแรงงาน	1.00	1.00	100.00	สูง
4)	แหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการ	2.00	6.00	33.33	ค่อนข้างต่ำ
5)	การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม	1.00	1.00	100.00	สูง
6)	ลักษณะของเทคโนโลยีการผลิต	1.40	2.00	70.00	ค่อนข้างสูง
7)	การปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	1.40	2.00	70.00	ค่อนข้างสูง
	ภาพรวม	11.40	17.00	67.06	ค่อนข้างสูง

ที่มา: จากการคำนวณ

ปัจจัยแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ไม่คุ้มค่ากับการกู้ยืมมาลงทุนในช่วงเวลานี้ ทำให้ผู้ประกอบการระงับแผนการขยายการลงทุนของกิจการเอาไว้ก่อน และใช้แต่เพียงที่จำเป็นเท่านั้น

2.1.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 31 พบว่าปัจจัยอุปสงค์ในประเทศมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือ ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง ส่วนปัจจัยที่ไม่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน คือ ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ ตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ และขนาดของตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีขนาดใหญ่ เพราะว่าผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย ราคาถูก และมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ตาราง 31 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

รายการ		คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1)	ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ	1.00	1.00	100.00	สูง
2)	ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ	0.40	1.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ
3)	ตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ	-	1.00	-	ต่ำ
4)	ขนาดของตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีขนาดใหญ่	-	1.00	-	ต่ำ
	ภาพรวม	1.40	4.00	35.00	ค่อนข้างต่ำ

ที่มา: จากการคำนวณ

2.1.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 32 การพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีส่วนร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ 3 อุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และกลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป พบว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ตาราง 32 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

	รายการ	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1)	อุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	3.00	3.00	100.00	สูง
2)	อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1.20	3.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ
3)	กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1.40	3.00	46.67	ปานกลาง
	ภาพรวม	5.60	9.00	62.22	ค่อนข้างสูง

ที่มา: จากการคำนวณ

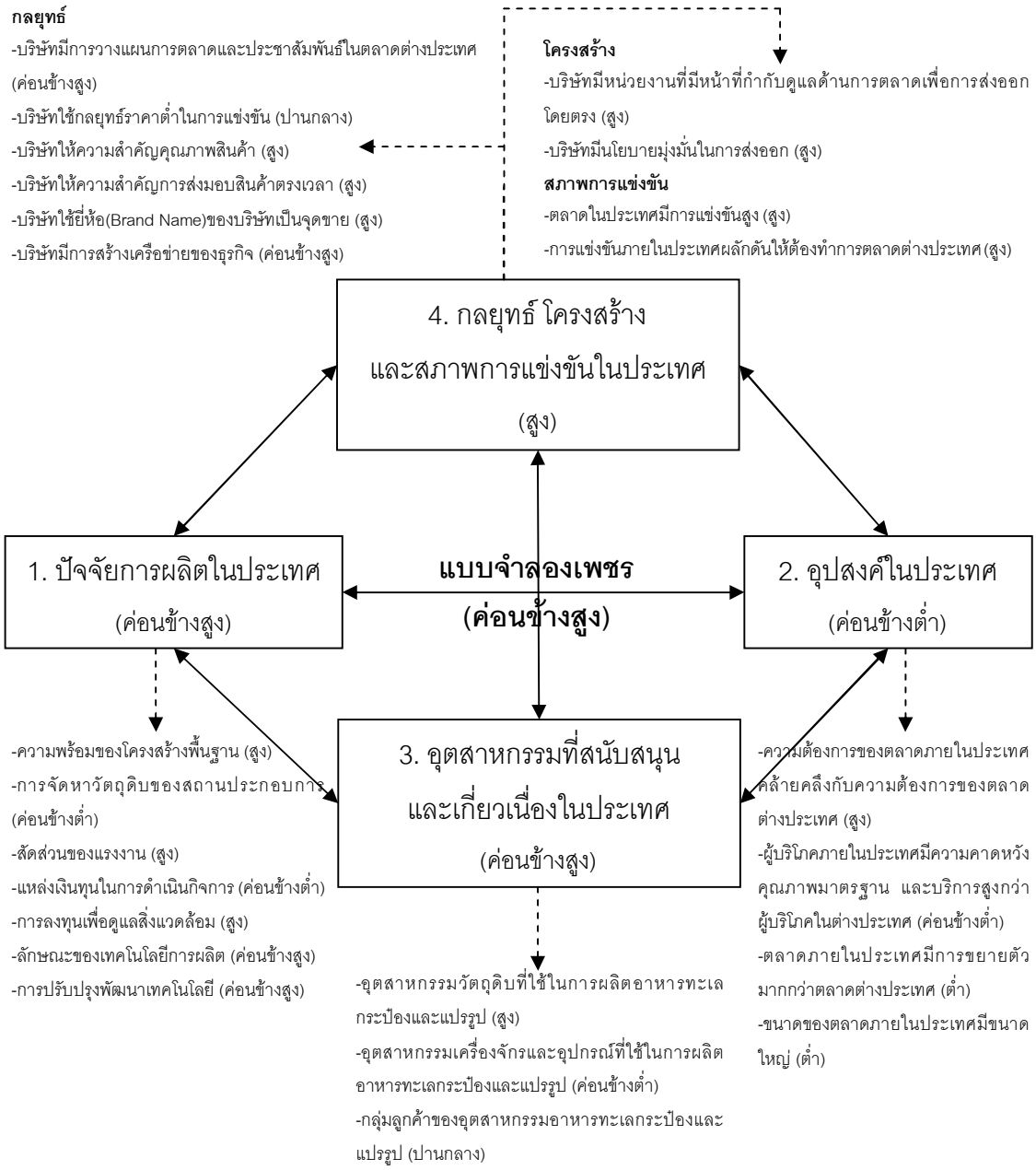
2.1.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 33 พบว่ากลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง เพราะผู้ประกอบการมีการวางแผนการตลาดที่ดี สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และสร้างเครือข่ายธุรกิจได้อย่างมั่นคง มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งออกโดยตรงช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน และการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีทั้งเชิงรุกและรับเพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน

ตาราง 33 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
กลยุทธ์				
1) บริษัทมีการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ	0.80	1.00	80.00	ค่อนข้างสูง
2) บริษัทใช้กลยุทธ์ราคาต่ำในการแข่งขัน	0.60	1.00	60.00	ปานกลาง
3) บริษัทให้ความสำคัญคุณภาพสินค้า	1.00	1.00	100.00	สูง
4) บริษัทให้ความสำคัญการส่งมอบสินค้าตรงเวลา	1.00	1.00	100.00	สูง
5) บริษัทใช้ยี่ห้อ(Brand Name)ของบริษัทเป็นจุดขาย	1.00	1.00	100.00	สูง
6) บริษัทมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจ	0.80	1.00	80.00	ค่อนข้างสูง
โครงสร้าง				
1) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง	1.00	1.00	100.00	สูง
2) บริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้สูงขึ้น	1.00	1.00	100.00	สูง
สภาพการแข่งขัน				
1) ตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูง	1.00	1.00	100.00	สูง
2) การแข่งขันภายในประเทศผลักดันให้ต้องทำการตลาดต่างประเทศ	1.00	1.00	100.00	สูง
ภาพรวม	9.20	10.00	92.00	สูง

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 16 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

จากการให้คะแนนจากข้อมูลทุติยภูมินั้นทำให้พบว่าปัจจัยกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง อุปสงค์ในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยรวมทั้ง 4 ปัจจัยกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง ดังรายละเอียดในตาราง 34

ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ	2.40	4.00	60.00	ปานกลาง
2.อุปสงค์ในประเทศ	0.80	2.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ
3.อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	1.00	2.00	50.00	ปานกลาง
4.กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ	3.00	4.00	75.00	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	7.20	12.00	60.00	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

2.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม จากตาราง 35 พบว่าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเฉลี่ยในช่วงปี 2545-2550 พบว่ามีสัดส่วนเงินทุนมาจากการกู้ยืมที่ลดลง 0.05 เท่าในปี 2546 ส่วนปี 2547 มีสัดส่วนเงินทุนมาจากการกู้ยืมที่ลดลง 0.01 เท่าและลดลงอย่างมากในปี 2548 และลดลงเท่ากับ 0.18 เท่าก่อนจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2549-2550 เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.01 และ 0.03 เท่าตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มการมีภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นที่ลดลง จากตาราง 35 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 60.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง

- การบริหารจัดการวัตถุดิบ แรงงาน และการผลิตสินค้า จากตาราง 34 พบว่าสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีต้นทุนขายประมาณ 0.93 ถึง 0.94 เท่าของ

ยอดขายในช่วงปี 2545-2546 และปรับตัวลดลงเล็กน้อยในปี 2547-2548 อยู่ที่ 0.91 และ 0.89 ตามลำดับ ก่อนที่จะปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งในปี 2549-2550 อยู่ที่ 0.94 และ 0.92 เท่า อันแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไม่สามารถควบคุมด้านการจัดการ การจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน และกระบวนการผลิตสินค้าจนทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่คงที่ได้และต้นทุนอยู่ในระดับที่สูง จากตาราง 36 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 60.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง

ตาราง 35 ข้อมูลตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549	2550
1) อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (เท่า)	0.79	0.74	0.73	0.55	0.56	0.59
2) อัตราต้นทุนขายต่อยอดขายของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (เท่า)	0.93	0.94	0.91	0.89	0.94	0.92

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, (2552), (ออนไลน์).

ตาราง 36 คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2546	2547	2548	2549	2550	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1) ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (เท่า)	2	2	2	-	-	1.20	2.00	60.00	ปานกลาง
2) ค่าเฉลี่ยอัตราต้นทุนขายต่อยอดขายของสถานประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (เท่า)	-	2	2	-	2	1.20	2.00	60.00	ปานกลาง
คะแนนรวม	2	4	4	-	2	2.40	4.00	60.00	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

2.2.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

จากการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของผู้บริโภคภายในประเทศจากตาราง 37 พบว่ามีปริมาณการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการผลิต จากตาราง 38 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 40.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 37 สถิติอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในประเทศ ปี 2545-2550

หน่วย : ตัน

ปี		ปลาทูน่ากระป๋อง	ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	กุ้งแช่แข็ง	ปลาแช่แข็ง	ปลาหมึกแช่แข็ง	รวม
2545	ผลิต	301,732.18	34,345.81	92,920.13	46,134.39	38,196.68	513,329.19
	จำหน่าย	14,869.81	32,306.56	3,335.32	2,699.14	1,862.25	55,073.08
2546	ผลิต	350,368.25	31,566.14	92,462.82	50,469.02	38,115.65	562,981.88
	จำหน่าย	16,917.28	30,723.19	3,157.25	3,826.08	2,499.64	57,123.44
2547	ผลิต	337,378.25	34,250.84	67,595.41	52,018.88	39,761.95	531,005.33
	จำหน่าย	21,044.93	28,309.02	3,356.69	5,726.76	2,830.85	61,268.25
2548	ผลิต	411,511.29	31,786.79	97,989.57	51,100.66	37,571.95	629,960.26
	จำหน่าย	9,653.93	20,367.00	10,799.39	8,046.91	3,865.84	52,733.07
2549	ผลิต	435,853.18	31,716.39	106,201.63	46,762.99	37,294.71	657,828.90
	จำหน่าย	13,138.53	16,807.00	8,022.74	9,905.55	3,501.24	51,375.06
2550	ผลิต	370,501.66	37,622.63	107,382.62	48,156.27	33,870.67	597,533.85
	จำหน่าย	14,335.46	14,187.00	5,646.10	10,970.49	2,338.81	47,477.86
ค่าเฉลี่ย	ผลิต	367,890.80	33,548.10	94,092.03	49,107.04	37,468.60	582,106.57
	จำหน่าย	14,993.32	23,783.30	5,719.58	6,862.49	2,816.44	54,175.13

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, (2553), (ออนไลน์).

ตาราง 38 คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2546	2547	2548	2549	2550	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1) ปริมาณการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	2	2	-	-	-	0.80	2.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ
คะแนนรวม	2	2	-	-	-	0.80	2.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ

ที่มา: จากการคำนวณ

2.2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมจากตาราง 39 พบว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม ได้แก่ สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป และสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย จากตาราง 40 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 20.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับต่ำ

ตาราง 39 ข้อมูลตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

การรวมกลุ่ม	จำนวนการรวมกลุ่ม					
	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สมาคม	2	2	2	2	2	2

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, (2552), (ออนไลน์).

ตาราง 40 คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2546	2547	2548	2549	2550	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1) สมาคม	1	1	1	1	1	1.00	2.00	50.00	ปานกลาง
คะแนนรวม	1	1	1	1	1	1.00	2.00	50.00	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

2.2.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติย-ภูมิ

- ตัวบ่งชี้ของสภาพการแข่งขัน โดยพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียนในช่วงปี 2545-2550 อันสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงหรือสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม จากตาราง 40 พบว่าตั้งแต่ช่วง 2545-2550 มีผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจดทะเบียนกับทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นจำนวนรวมเท่ากับ 22 29 15 21 22 และ 35 บริษัท ตามลำดับ โดย

มีการจดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัดมากที่สุด จากตาราง 41 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 80.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับค่อนข้างสูง

ตาราง 41 จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจัดตั้งแยกตามประเภทนิติบุคคลในปี 2545-2550

ประเภทนิติบุคคล	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	-	-	-	-	-	-
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	7	11	6	6	13	15
บริษัทจำกัด	15	18	9	14	9	20
บริษัทมหาชนจำกัด	-	-	-	1	-	-
รวมทั้งหมด	22	29	15	21	22	35

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, (2552), (ออนไลน์).

- ตัวบ่งชี้ของกลยุทธ์ โครงสร้าง จะพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลในช่วงปี 2545-2550 อันจะสะท้อนให้เห็นการมีการจัดการทางด้านกลยุทธ์ โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพจนสามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล ตางราง 42 พบว่าในปี 2545-2547 มีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลเพิ่มขึ้นเป็นลำดับจำนวน 11 16 และ 17 แห่ง และเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงในปี 2548-2549 จำนวน 6 และ 4 แห่ง และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2550 จำนวน 11 แห่ง จากตาราง 42 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 80.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับค่อนข้างสูง

จากตาราง 43 พบว่าตัวบ่งชี้ทั้ง 2 ตัว ได้แก่ ตัวบ่งชี้ของสภาพการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียน และตัวบ่งชี้ของกลยุทธ์ โครงสร้าง ซึ่งพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล ที่ได้กล่าวข้างต้น พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับค่อนข้างสูง

ตาราง 42 จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่ได้รับรองมาตรฐานระดับสากลในปี 2545-2550

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ระบบการบริหารงานคุณภาพ ตามมาตรฐาน มอก.9000 (ISO 9000)	6	11	9	3	4	4
ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน มอก. 14000 (ISO 14000)	1	1	2	1	-	5
ระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ตามมาตรฐาน มอก.18001	1	1	2	1	-	0
ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP)	2	2	3	-	-	1
ระบบจัดการสุขลักษณะที่ดีในการสถานประกอบการ (GMP)	1	1	1	1	-	1
รวมทั้งหมด	11	16	17	6	4	11

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (2552), (ออนไลน์).

ตาราง 43 คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2546	2547	2548	2549	2550	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1) จำนวนนิติบุคคลจัดตั้ง	2	1	2	1	2	1.60	2.00	80.00	ค่อนข้างสูง
2) จำนวนนิติบุคคลที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล	2	2	1	1	2	1.60	2.00	80.00	ค่อนข้างสูง
คะแนนรวม	4	3	3	2	4	3.20	4.00	80.00	ค่อนข้างสูง

ที่มา: จากการคำนวณ

2.2.5 เหตุสุดวิสัย ในช่วงปี 2545-2550 มีปัจจัยหลายอย่างจากเหตุสุดวิสัยที่เป็นส่วนส่งเสริม และขัดขวางความสามารถในการแข่งขัน เช่น โรคระบาดในสัตว์ที่ไม่ใช่สัตว์น้ำ ภัยธรรมชาติ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และราคาน้ำมันโลก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- โรคระบาดในสัตว์ที่พบในช่วงปี 2545-2550 ประกอบด้วย โรควัวบ้า โรคไข้หวัดนก ในเป็ด ไก่ สัตว์ปีก โรคแอนแทรกซ์ในวัว และโรคเท้าเปื่อย ปากเปื่อยในวัว ควาย ซึ่งมีการแพร่ระบาดอยู่เป็นระยะก่อนที่จะมีการควบคุมสถานการณ์ไว้ได้ จึงทำให้ความต้องการบริโภคอาหารทะเลสูงขึ้นเพื่อนทดแทนเนื้อสัตว์ที่มีการระบาดของโรคอยู่

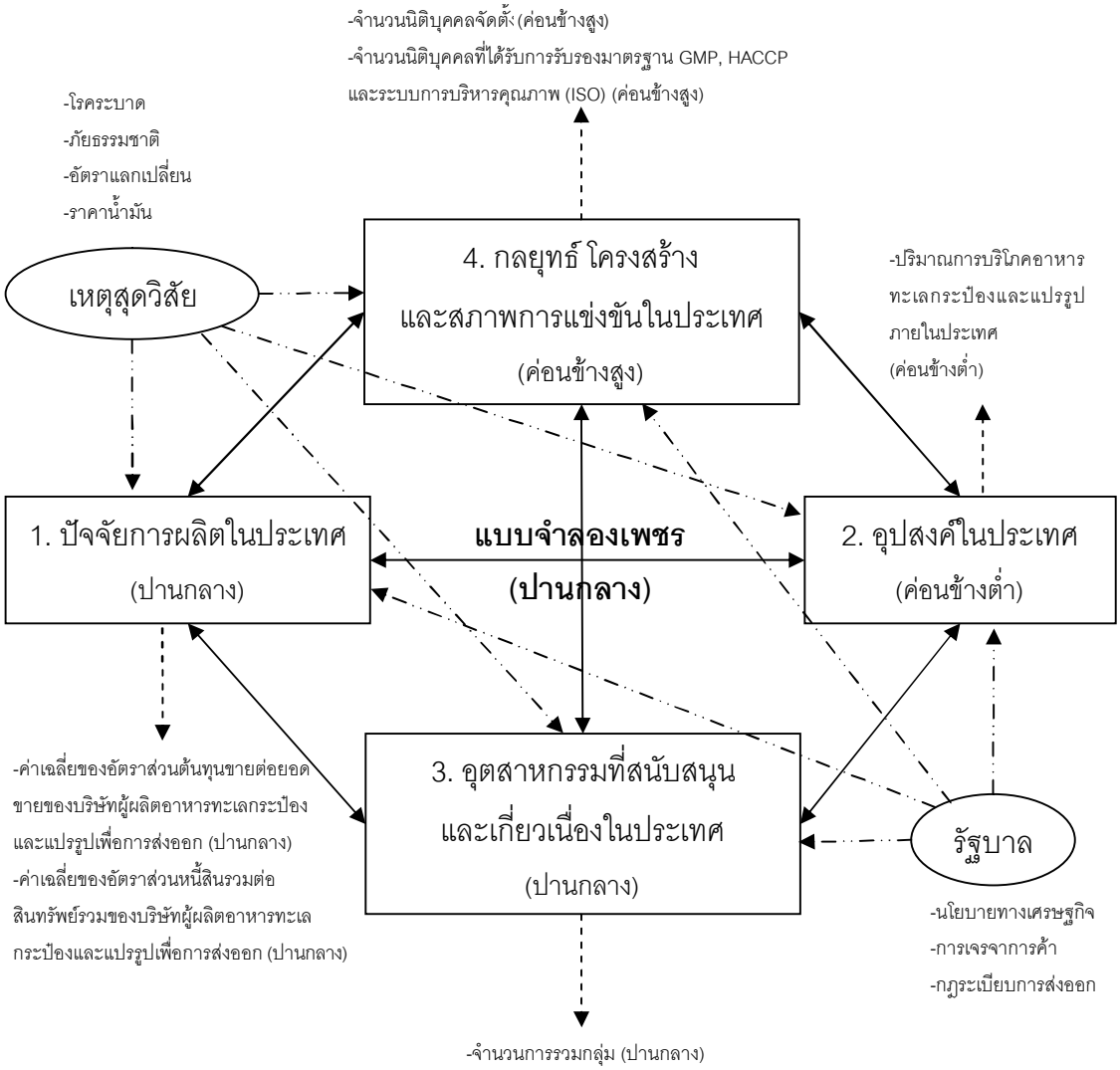
- ภัยธรรมชาติที่พบในช่วงปี 2545-2550 ประกอบด้วย สึนามิถล่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2547 ปรากฏการโลกร้อนทำให้ปริมาณสัตว์น้ำลดลง

- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเนื่องจากเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาชะลอตัวลงมีผลให้ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาอ่อนตัว ซึ่งกระทบต่อการส่งออกของไทย เนื่องจากสินค้าจากประเทศไทยจะมีราคาสูงขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งข้นอื่นๆ นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศถ้าพิจารณาในแง่การสั่งวัตถุดิบจากต่างประเทศจะมีความได้เปรียบในการที่เงินบาทแข็งค่า และยังเป็นโอกาสในการนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเนื่องจากราคาจะถูกลง

- ราคาน้ำมันโลก ปัญหาราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นส่งผลกับทุกประเทศทั่งโลก และส่งผลกระทบต่อสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาน้ำมันที่เป็นต้นทุนในการผลิต

2.2.6 รัฐบาล ด้านกฎระเบียบของภาครัฐที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการ ได้แก่ เรื่องการควบคุมมาตรฐานสินค้า เนื่องจากความซ้ำซ้อนของเอกสาร ระเบียบพิธีการยุ่งยาก ทำให้ใช้เวลานานและก่อให้เกิดความล่าช้า ส่วนบทบาทและหน่วยงานภาครัฐที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การดูแลคุณภาพวัตถุดิบ แนะนำกฎระเบียบใหม่ๆ ของประเทศผู้นำเข้า ช่วยแก้ไขปัญหาด้านมาตรการทางการค้า ออกเอกสารรับรองคุณภาพ เจรจาต่อรองทางการค้าในระดับเวทีการค้าโลก ซึ่งกำลังดำเนินการในการเปิดเขตการค้าเสรี ส่งผลให้กำแพงภาษีของประเทศคู่ค้าลดต่ำลง แต่อาจจะส่งผลกระทบต่อสินค้าเกษตรที่จะมีสินค้าจากจีนที่มีราคาถูกกว่าสินค้าในประเทศเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก

จากรายละเอียดการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิของปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปนั้น สามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ 17



ภาพประกอบ 17 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยทั้งหมด พร้อมทั้งอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม

2. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ

1.1 รวบรวมข้อมูลการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ ที่ใช้ในการคำนวณดัชนีความได้เปรียโดยเปรียบเทียบ (RCA)ในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในช่วงปี 2545-2550

1.2 คำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

2. ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการแข่งขันจากคะแนนที่ได้รับในข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ มาคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ยของข้อมูลปฐมภูมิ และคำนวณเป็นค่าร้อยละ

เฉลี่ยของข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อแสดงถึงระดับปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียในช่วงระยะเวลา 6 ปี (ปี 2545-2550) โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ใน 3 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป ส่วนปูกระป๋องและแปรรูปมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงระยะเวลา 4 ปี (ปี 2548-2550) และกุ้งกระป๋องและแปรรูปมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าน้อยกว่า 1 ในช่วงที่ทำการศึกษา แนวโน้มของทุกผลิตภัณฑ์มีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ แนวโน้มลดลง

ในประเทศคู่แข่งขันประเทศโมร็อกโกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง ด้วยเหตุเพราะโมร็อกโกมีทรัพยากรทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ จึงทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ และราคาต่ำ นอกจากนี้ปัจจัยด้านแรงงานก็มีความได้เปรียบมากกว่าไทยด้วยค่าแรงที่ต่ำ ในปัจจุบันมีนักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตอาหารทะเลในโมร็อกโก และการเข้าไปลงทุนในครั้งนี้ยังเป็นการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเข้าไปในโมร็อกโกอีกด้วย ทำให้ในอนาคตไทยต้องเตรียมรับมือกับคู่แข่งขันที่สำคัญอย่างโมร็อกโกให้ดี

ประเทศฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งขันกับประเทศไทยถึง 3 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงระยะเวลา 6 ปี (ปี 2545-2550) เช่นเดียวกับประเทศไทย แต่ต่างกันตรงที่แนวโน้มของปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มลดลงเป็นไปในทิศทางเดียวกับของไทย ซึ่งฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบไทยในด้านแรงงานที่มีค่าแรงต่ำกว่า ทำให้สินค้าจากฟิลิปปินส์มีต้นทุนจำหน่ายที่ถูกกว่าของไทย และความน่าเชื่อถือของมาตรฐานฮาลาล

ที่ผลิตโดยประเทศที่เป็นมุสลิมเหมือนกันก็ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคมากกว่าประเทศที่มิใช่มุสลิมอย่างประเทศไทย

ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปอันดับ 1 ของโลกมายาวนาน แต่ด้วยปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบปลาทูน่าที่ทำให้จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ต้นทุนการผลิตจึงผันแปรตามราคาปลาทูน่าในตลาดโลก ซึ่งเป็นจุดด้อยที่อินโดนีเซียพยายามก้าวข้ามและผลักดันให้ประเทศตนเองเป็นผู้ส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปโดยมีการพัฒนากองเรือทะเลน้ำลึกที่มีศักยภาพในขณะที่ไทยยังไม่มี และค่าแรงที่ถูกว่าไทย จึงเป็นข้อได้เปรียบที่มาช่วยส่งเสริมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปของอินโดนีเซีย

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในช่วงระยะเวลา 6 ปี (ปี 2545-2550) โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา โดยปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ปูกระป๋องและแปรรูป และหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และกุ้งกระป๋องและแปรรูปกับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์นี้มีแนวโน้มที่แตกต่างกับในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

ในประเทศคู่แข่งขันประเทศโมร็อกโกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงระยะเวลา 6 ปี (ปี 2545-2550) แนวโน้มมีทิศทางเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุเพราะโมร็อกโกมีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ และราคาต่ำ จึงมีความได้เปรียบมากกว่าไทย และให้ผลการศึกษาเช่นเดียวกับในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูป มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งต่างจากผลการศึกษาในตลาดราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย

ประเทศอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในปี 2545-2549 แนวโน้มมีการเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ประเทศเดนมาร์กและญี่ปุ่นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 แต่มีทิศทางที่ตรงข้ามกัน โดยประเทศเดนมาร์กมีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ พบว่าประเทศไทยมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง เนื่องจากการวางแผนการดำเนินกิจการและการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการไว้เป็นอย่างดี เช่น นโยบายทางการตลาด การมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งออกโดยตรงเพื่อลดความซ้ำซ้อนของงาน การทำการตลาดเชิงรุกเดินสายประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค การแข่งขันภายในประเทศที่ช่วยผลักดันให้มีการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ตามมาด้วยปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และการมีอยู่เป็นจำนวนมากของอุตสาหกรรมสนับสนุนทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ยังขาดในด้านความร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม ส่วนปัจจัยที่เป็นปัญหาและเป็นข้อเสียเปรียบความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยอุปสงค์ในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ทำให้การลงทุน การพัฒนา และการเสริมสร้างปัจจัยการผลิตเฉพาะทางเป็นไปอย่างจำกัด จึงไม่เอื้อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยจากข้อมูลทุติยภูมิ พบว่าประเทศไทยมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง เนื่องจากการจัดการทางด้านกลยุทธ์ โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพจนสามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่มขึ้นอันสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของการแข่งขันของอุตสาหกรรม การแข่งขันภายในประเทศที่ช่วยผลักดันให้มีการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ตามมาด้วยปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากมีสัดส่วนเงินทุนมาจากการกู้ยืมที่ลดลงทำให้มีภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นที่ลดลง ในด้านบริหารจัดการองค์กรผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมด้านการจัดการ การจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน และกระบวนการ

ผลิตสินค้าจนทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่คงที่ได้และต้นทุนอยู่ในระดับที่สูง และการที่อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีการรวมกลุ่มอยู่น้อย ส่งผลให้ขาดความร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม ส่วนปัจจัยที่เป็นปัญหาและเป็นข้อเสียเปรียบความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยอุปสงค์ในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป จึงไม่เอื้อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

การอภิปรายผล

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ในช่วงปี 2545-2550 สามารถแยกอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เมื่อพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์พบว่า การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศแต่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งสวนทางกับประเทศคู่แข่งขั้นที่สำคัญ คือ ประเทศโมร็อกโก และประเทศฟิลิปปินส์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา ศักดี ที่ทำการศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป พบว่าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป

การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศ ต่างกันตรงที่ในตลาดซาอุดิอาระเบียประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA สูงเป็นอันดับที่ 1 แต่มีแนวโน้มลดลง ส่วนในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA สูงเป็นอันดับที่ 2 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา ศักดี ที่ทำการศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป พบว่าในตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป และงานวิจัยของยะห์รินทร์ มะสกุล ที่ทำการศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย พบว่าดัชนี RCA มีแนวโน้มลดลงในตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ

การส่งออกปูกระป๋องและแปรรูป ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศ ต่างกันตรงที่ในตลาดซาอุดิอาระเบียประเทศไทยไม่ปรากฏตัวเลขมูลค่าการส่งออกใน 2 ปีที่ทำการศึกษา คือ 2546 และ 2547 และมีแนวโน้มลดลงในตลาดประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศ

การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป ในตลาดซาอุดิอาระเบียประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบตลอดทุกช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ส่วนในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA สูงเป็นอันดับที่ 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หาญวิริยะพันธ์ ที่ทำการศึกษาการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในตลาดโลก

การส่งออกหอยลาย, ปลาหมึก กระป๋องและแปรรูป ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศ แต่มีแนวโน้มลดลง

จากการแยกพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศคู่ค้าทั้งสองประเทศมีความแตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันก็ตาม จึงเป็นข้อสนับสนุนในการเข้าไปศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละประเทศที่ประเทศไทยจะต้องทำการค้าด้วย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการวางแผนการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการในแต่ละท้องถิ่น และวางแผนการตลาดได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย

ปัจจัยที่สร้างความสามารถเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทย สะท้อนได้จากองค์ประกอบของปัจจัยการแข่งขัน 4 ด้าน คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

จากการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ องค์ประกอบแรกของปัจจัยที่สร้างความสามารถเชิงแข่งขันได้ คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ เนื่องจากการวางแผนการดำเนินกิจการไว้เป็นอย่างดีของผู้ประกอบการ การมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งออกโดยตรงเพื่อลดความซ้ำซ้อนของงาน การทำการตลาดเชิงรุกเดินสายประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค การแข่งขันภายในประเทศที่มีการแข่งขันสูง ช่วยผลักดันให้มีการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

เมื่อพิจารณาปัจจัยการผลิตในประเทศ ประเทศขาดแคลนวัตถุดิบเพียงชนิดเดียว คือ ปลาทูน่า จึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เนื่องจากว่าในน่านน้ำไทยมีปลาทูน่าจำนวนน้อย และไม่ได้คุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ แม้ว่าประเทศไทยจะมีสิทธิในการจับปลาในน่านน้ำสากลแต่กลับไม่มีกองเรือทะเลน้ำลึกเป็นของตนเองจึงไม่สามารถออกไปจับปลาได้ ซึ่งภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กำหนดให้สินค้าประมงต้องมีแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) โดยถ้าใช้วัตถุดิบภายในประเทศของผู้ส่งออกร้อยละ 100 จะได้รับสิทธิการลดภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี แต่ประเทศไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าปลาทูน่าเป็นหลักจึงต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงกว่าประเทศผู้ส่งออกที่สามารถจับปลาทูน่าได้เอง

และปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ การมีอยู่เป็นจำนวนมากของอุตสาหกรรมสนับสนุนทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ยังขาดในด้านความร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม จึงไม่มีการพัฒนาและวางแผนดำเนินงานร่วมกัน

ส่วนปัจจัยอุปสงค์ในประเทศ ไม่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน เพราะผู้บริโภคในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เนื่องจากมีราคาถูก และนำมาปรุงอาหารได้หลายหลาย ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปแบบและรสติชาติของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถดึงดูดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่จะนำเสนอสู่ตลาดต่างประเทศ แต่อาหารเหล่านี้ก็ไม่เป็นที่นิยมเท่าไรนัก

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิทธิ์ หลักชัยมงคล ที่ทำการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งไทย โดยศึกษาผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตลดลงเนื่องจากวัตถุดิบมีคุณภาพลดลงแต่มีต้นทุนเพิ่มขึ้น ค่าจ้างแรงงานแพงขึ้น การขาดแคลนบุคลากร การขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้ความต้องการภายในประเทศก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ องค์ประกอบแรกของปัจจัยที่สร้างความสามารถเชิงแข่งขันได้ คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง เนื่องจากผู้ประกอบการมีการจัดการที่ดีได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลรองรับความต้องการของผู้บริโภคในบางประเทศที่ต้องการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ในอุตสาหกรรมตลอดสายโซ่อุปทาน ทำให้ประเทศผู้นำเข้าสามารถตรวจสอบได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่มขึ้นอันสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของการแข่งขัน

ของอุตสาหกรรม การแข่งขันภายในประเทศที่ช่วยผลักดันให้มีการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

ตามมาด้วยปัจจัยการผลิตในประเทศ เนื่องจากมีสัดส่วนเงินทุนมาจากการกู้ยืมที่ลดลงทำให้มีภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นที่ลดลง

และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และการที่อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีการรวมกลุ่มอยู่น้อย ส่งผลให้ขาดความร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม

ส่วนปัจจัยที่เป็นปัญหาและเป็นข้อเสียเปรียบความสามารถในการแข่งขัน คือ ปัจจัยอุปสงค์ในประเทศที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป จึงไม่เอื้อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐบาล

1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจำแนกเป็นรายผลิตภัณฑ์โดยอิงตามความต้องการของตลาด และรัฐมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างชัดเจน

2. ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรมด้วยการสนับสนุนด้านเงินทุน หรือการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีในอัตราที่สูงขึ้นหรือในอัตราก้าวหน้าแก่ผู้ประกอบการที่เพิ่มสัดส่วนของการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

3. ติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับมาตรการด้านการค้า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้อยู่ในรูปแบบข้อมูลอัจฉริยะ มีการปรับปรุงข้อมูลชนิดทันที (Real Time) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การกำหนดกลยุทธ์ และการปรับตัวของผู้ประกอบการ

4. ขยายตลาดและลดอุปสรรคทางการค้าโดยการจัดทำสมุดปกขาวเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การเป็นแหล่งผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และให้ความคุ้มครองสิทธิมนุษยชน

5. การพัฒนากองเรือจับปลาทะเลน้ำลึก เพื่อลดปริมาณการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศให้น้อยลง โดยการร่วมลงทุนวิจัยและพัฒนากับภาคเอกชน

6. การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวที่สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ และการขาดแคลนแรงงานให้มีความยืดหยุ่นเป็นไปในทิศทางเดียวกับความเป็นจริง เช่น กำหนดโควตาการใช้แรงงานต่างด้าว หรือสัดส่วนการนำเข้าแรงงานต่างด้าว

7. ผลักดันให้มีศูนย์ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เพื่อปรับลดขั้นตอนในการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับโดยยังคงคุณภาพ แต่เพิ่มความคล้องตัว ลดความซ้ำซ้อนในการตรวจสอบเอกสาร และตรวจสอบคุณภาพสินค้า

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับภาคเอกชน

1. สร้างภาพลักษณ์ความความเป็นสินค้าคุณภาพของไทยให้แข็งแกร่ง เพื่อให้ตลาดโลกเปิดรับสินค้าและมีความยินดีที่จะจ่ายสูงกว่าสำหรับสินค้าจากประเทศไทย

2. ลดความเสี่ยงด้วยการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ ลดความเสียเปรียบในเชิงการต่อรองของผู้ประกอบการไทยเมื่อต้องรับกับความต้องการที่หลากหลาย จะสามารถเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เข้มแข็ง และกลับมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดอื่นๆ

3. ส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการ เพื่อการบริหารจัดการปริมาณการผลิตวัตถุดิบป้อนโรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลดปัญหาสินค้าล้นตลาด และราคาสินค้าตกต่ำ

4. เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ด้วยความหลากหลายและแตกต่างในรูปแบบสินค้าและการสร้างแบรนด์ของผู้ผลิตเอง

5. ลงทุนขยายฐานการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำไปยังประเทศอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการขาดแคลนวัตถุดิบ และเป็นการสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทะเลที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ

6. รักษาฐานการผลิตไว้ในประเทศไทยสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง คือ ผู้ประกอบการเลือกผลิตแต่สินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงที่สุด เพื่อคุ้มกับต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นภายในประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในการศึกษา ซึ่งเป็นอาหารฮาลาลชนิดหนึ่งเท่านั้น แต่ในปัจจุบันพบว่าอาหารฮาลาลที่มีการส่งออกมีอยู่หลายผลิตภัณฑ์ด้วยกันที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและควรค่าแก่การศึกษา โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศนำมาเพิ่มมูลค่า เช่น อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เป็นต้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษารายละเอียดของสินค้าฮาลาลแต่ละชนิดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้เกิดข้อมูลเชิงลึกของสินค้ามากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาการส่งออกอาหารฮาลาลในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยมองภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปทั้งประเทศ ฉะนั้นรายละเอียดของปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมจึงเป็นประเด็นกว้าง เพื่อให้การศึกษาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในครั้งต่อไปได้ข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นจริงจากผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก และผู้บริโภคในประเทศที่ทำการส่งออก ควรศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์เป็นหลัก

3. การศึกษาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศที่ทำการส่งออกควบคู่กับไปด้วย เพื่อให้การศึกษาความสามารถในการแข่งขันอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และยังสามารถนำไปปรับใช้กับการวางแผนการผลิตของภาคเอกชนเพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมประมง. (2552). *ปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากแหล่งน้ำธรรมชาติปี 2545-2550*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2553, จาก http://www.fisheries.go.th.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2553). *ฐานข้อมูลสู่ธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2553. จาก http://www.dbd.go.th.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2552). *ค้นหาข้อมูลโรงงาน*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2552. จาก http://www.diw.go.th.

กรมศุลกากร. (2552). *พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์*. สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2552, จาก http://www.customs.go.th/DrafTarrif/Tariff3.html.

กรมส่งเสริมการส่งออก. (2552). *มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยปี 2545-2552*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2553, จาก http://www.depthai.go.th.

กิตติศักดิ์ พรหมรัตน์. (2551). *การวิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิต*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เกสร จันทร์ภูมิรัตน์. (2528). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชัยวัฒน์ คนจริง; และคนอื่นๆ. (2539). *รายงานโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออก ปี 2539*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2548). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: ธรรกมลการพิมพ์.

พาสิริ พุฒิโภคิน. (2544). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

มนสิทธิ์ หลักชัยมงคล. (2547). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ยะห์รินทร์ มะสกุล. (2543). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วนิดา ศักดี. (2550). *การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ถ่ายเอกสาร.

วรรณพร หาญวิริยะพันธ์. (2546). *การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สาลิกา ค้าสุวรรณ. (2551, มกราคม-มีนาคม). "อาหารฮาลาล" ธุรกิจมูลค่ามหาศาลระดับโลก VS. ธุรกิจการส่งออกอาหารฮาลาลไทยและปัญหาเรื่องภาพลักษณ์ตราสินค้าฮาลาล. *วารสารนักบริหาร*. 28(1): 41-45.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2553). *การรับรองระบบในประเทศไทย.* สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2553. จาก http://www.tisi.go.th.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2553). *สถิติอุตสาหกรรม.* สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2553, จาก http://www.oie.go.th/industry_stat/select_group.asp

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. (2536). *ยุทธการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

อภินันท์ จันตะนี. (2543). *เศรษฐศาสตร์ทั่วไป*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

อรุณ บุญชม. (2551). *คู่มือแนะนำ ฮาลาล – ฮารอม*. กรุงเทพฯ: สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย.

Balassa, Bela. (1989). *Comparative Advantage Trade Policy and Economic Development.* Great Britain: BPCC Weatons Ltd., Exeter.

Bender, Siegfried; & Li, Kui-Wai. (2002). *The changing trade and revealed comparative advantages of Asian and Latin American manufacture exports*. New Haven, CT: Economic Growth Center, Yale University. Retrieved December 19, 2009, from http://www.econ.yale.edu/growth_pdf/cdp843.pdf.

Department of Export Promotion. (2008). *Thailand's Exporters Directory 2007-2008.* Bangkok: Department of Export Promotion.

Hodgetts, Richard M.. (1993). *Porter's diamond framework in a Mexican context.* Management International Review Second Quarter. 33(2): 41-54.

Laursen, Keld. (1998). *Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization*. Copenhagen, Denmark: Department of Industrial Economic and Strategy. Retrieved December 19, 2009, from http://www3.druid.dk/wp/19980030.pdf.

Porter, Michael E.. (1990). *The Comparative Advantage of Nations.* New York: The Free Press.

The Central Islamic Committee of Thailand. (2008). *The Institute for Halal Food Standard of Thailand Directory 2008-2009*. Bangkok: The Halal Standard Institute of Thailand.

United Nations. (2009). *Database*. Commodity Trade Statistics Division. Retrieved November 5, 2009, from http://comtrade.un.org.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามประกอบวิทยานิพนธ์ ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์การจัดการ

เรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นโดยใส่เครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อความที่เลือก และโปรดกรอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

1. ชื่อสถานประกอบการ_____

2. ลักษณะการดำเนินกิจการ

- ☐ เจ้าของคนเดียว
- ☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญ
- ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- ☐ บริษัทจำกัด
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)_____

3. สัดส่วนผู้ถือหุ้น (จากทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน)

- ☐ เป็นกิจการของคนไทยทั้งหมด
- ☐ เป็นกิจการร่วมทุนจากต่างประเทศในสัดส่วนร้อยละ_____

4. ขนาดของธุรกิจท่านมีขนาดใด

- ☐ ขนาดเล็ก (การจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท)
- ☐ ขนาดกลาง (การจ้างงาน 50 - 200 คน หรือสินทรัพย์ถาวร 50 - 100 ล้านบาท)
- ☐ ขนาดใหญ่ (การจ้างงานมากกว่า 200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 100 ล้านบาท)

5. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการผลิตในปัจจุบัน

☐ ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูป (พิกัด 160413)
โดยจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ_____ และต่างประเทศ ร้อยละ_____

☐ ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูป (พิกัด 160414)
โดยจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ_____ และต่างประเทศ ร้อยละ_____

☐ ปูกระป๋องและแปรรูป (พิกัด 160510)
โดยจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ_____ และต่างประเทศ ร้อยละ_____

☐ กุ้งกระป๋องและแปรรูป (พิกัด 160520)
โดยจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ_____ และต่างประเทศ ร้อยละ_____

☐ หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป (พิกัด 160590)
โดยจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ_____ และต่างประเทศ ร้อยละ_____

6. ลักษณะการผลิตและการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ผลิตตามใบอนุญาต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทแม่ในต่างประเทศ
โดยปริมาณที่ผลิตคิดเป็นร้อยละ_____ของปริมาณสินค้าที่ผลิตทั้งหมด

☐ รับจ้างผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ว่าจ้างในต่างประเทศ
โดยปริมาณที่ผลิตคิดเป็นร้อยละ_____ของปริมาณสินค้าที่ผลิตทั้งหมด

☐ ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง
โดยปริมาณที่ผลิตคิดเป็นร้อยละ_____ของปริมาณสินค้าที่ผลิตทั้งหมด

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานในธุรกิจการผลิตและส่งออก
ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิตในประเทศ

7. ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน

7.1 ไฟฟ้า ☐ มีความพร้อม
☐ ไม่มีความพร้อม เนื่องจาก_____

7.2 ประปา ☐ มีความพร้อม
☐ ไม่มีความพร้อม เนื่องจาก_____

7.3 โทรศัพท์ ☐ มีความพร้อม
☐ ไม่มีความพร้อม เนื่องจาก_____

7.4 ระบบสารสนเทศ ☐ มีความพร้อม
☐ ไม่มีความพร้อม เนื่องจาก_____

8. แหล่งวัตถุดิบหลักของกิจการในการผลิตสินค้า ท่านใช้วัตถุดิบจากแหล่งใด

ประเภทวัตถุดิบ	ในประเทศ (ร้อยละ)	ต่างประเทศ (ร้อยละ)
ปลาซาร์ดีน		
ปลาทูน่า		
ปู		
กุ้ง		
หอยลาย		
ปลาหมึก		

9. กิจการของท่านมีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น_____คน จำแนกออกเป็น

- ชาวไทย_____คน
- ชาวต่างชาติ_____คน

10. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการได้มาจากแหล่งใด (โปรดระบุลำดับเป็นตัวเลขโดยเริ่มจากแหล่งเงินทุนที่ท่านใช้มากที่สุดไปยังแหล่งเงินทุนที่ท่านใช้น้อยที่สุดตามแหล่งเงินทุนที่ใช้จริง)

ลำดับ_____เงินทุนของเจ้าของ และบุคคลในครอบครัว

ลำดับ_____สินเชื่อทางการค้า (บัญชีลูกหนี้การค้า, ตั๋วสัญญาใช้เงิน, ตั๋วแลกเงิน)

ลำดับ_____เงินกู้จากสถาบันการเงินของรัฐบาลในประเทศ (ธ.ออมสิน, ธ.กรุงไทย, ฯลฯ)

ลำดับ_____เงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินของเอกชนในประเทศ

ลำดับ_____เงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างประเทศ

ลำดับ_____อื่นๆ (โปรดระบุ)_____

11. กิจการของท่านมีการลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมหรือไม่

☐ ไม่มี

☐ มี

12. เทคโนโลยีการผลิตของท่านมีลักษณะ

☐ มีความซับซ้อนสูง

☐ มีความซับซ้อนปานกลาง

☐ มีความซับซ้อนต่ำ

13. กิจการของท่านมีการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือไม่ ในช่วงปี 2545-2550

☐ ไม่มีการปรับปรุง

☐ กำลังเตรียมการ

☐ ได้รับการปรับปรุง

ด้านอุปสงค์ในประเทศ

14. ความคล้ายคลึงกันระหว่างความต้องการของตลาดภายในประเทศกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

☐ ไม่คล้ายคลึงกัน

☐ มีความคล้ายคลึงกัน

15. ความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการของผู้บริโภคภายในประเทศและผู้บริโภคในต่างประเทศเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกัน

☐ ผู้บริโภค**ภายในประเทศ**มีความคาดหวัง**ต่ำกว่า**

☐ ผู้บริโภค**ภายในประเทศ**มีความคาดหวัง**สูงกว่า**

16. การขยายตัวของตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศเปรียบเทียบกับตลาดต่างประเทศ

☐ ตลาด**ภายในประเทศ**ขยายตัว**น้อยกว่า**

☐ ตลาด**ภายในประเทศ**ขยายตัว**มากกว่า**

17. ขนาดของตลาดอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปภายในประเทศมีขนาดเท่าใดเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดต่างประเทศ

☐ ตลาด**ภายในประเทศ**มีขนาด**เล็ก**

☐ ตลาด**ภายในประเทศ**มีขนาด**ใหญ่**

ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเชื่อมโยงกัน

18. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเชื่อมโยงกันมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใด

➘อุตสาหกรรมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ประเภทอุตสาหกรรม	เหตุผล
☐ อุตสาหกรรมประมง ☐ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) …….. ……..	☐ เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ ☐ มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจที่เป็นระบบและเป็นรูปธรรมในลักษณะของ ☐ สมาคม ☐ หอการค้า/สภาอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ☐ มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ……..

➘อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ประเภทอุตสาหกรรม	เหตุผล
☐ ผู้ผลิตเครื่องจักร ☐ ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) …….. ……..	☐ เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ ☐ มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจที่เป็นระบบและเป็นรูปธรรมในลักษณะของ ☐ สมาคม ☐ หอการค้า/สภาอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ☐ มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ……..

➘กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ประเภทอุตสาหกรรม	เหตุผล
☐ โรงแรม ☐ ร้านอาหาร ☐ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) ……... …….	☐ เข้าถึงได้ง่าย/ติดต่อกันสม่ำเสมอ ☐ มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือภายในธุรกิจที่เป็นระบบและเป็นรูปธรรมในลักษณะของ ☐ สมาคม ☐ หอการค้า/สภาอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ☐ มีการเรียกร้องสิทธิและรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนหาแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... ……..

ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

ตัวบ่งชี้	ไม่ใช่	ใช่
กลยุทธ์ 1) บริษัทมีการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ		
2) บริษัทใช้กลยุทธ์ราคาต่ำในการแข่งขัน		
3) บริษัทให้ความสำคัญคุณภาพสินค้า		
4) บริษัทให้ความสำคัญการส่งมอบสินค้าตรงเวลา		
5) บริษัทใช้ยี่ห้อ(Brand Name)ของบริษัทเป็นจุดขาย		
6) บริษัทมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจ		
โครงสร้าง 1) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง		
2) บริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้นกว่าเดิม		
สภาพการแข่งขัน 1) ตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูง		
2) การแข่งขันภายในประเทศผลักดันให้ต้องทำการตลาดต่างประเทศ		

ความคิดเห็นในภาพรวม

1.ท่านคิดว่าอะไร เป็นแนวทางในการทำธุรกิจที่ทำให้ท่านประสบความสำเร็จในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังตลาดต่างประเทศ

……

……

……

……

2.ท่านคิดว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ท่านประสบในการดำเนินกิจการคือปัญหาใด (เช่น แหล่งเงินทุน ปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาเทคโนโลยีการผลิต)

……

……

……

……

3.ท่านคิดว่าโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในปัจจุบันมีมากน้อยเพียงใด และจะต้องปรับตัวอย่างไรในภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงเช่นในปัจจุบัน

……

……

……

……

4.ท่านอยากให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทให้ความช่วยเหลือในด้านใดบ้าง ที่ท่านเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการของท่านมากที่สุด และช่วยเหลืออย่างไร (ขอให้ช่วยอธิบาย)

……

……

……

……

……

ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

****

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ภาคผนวก ข
ประวัติบริษัท และข้อมูลผลิตภัณฑ์

บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด

- เครื่องจักร 7,545.50 HP
- เงินทุน 216,000,000 บาท
- คนงาน 2,400 คน

ประวัติบริษัท

บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด เป็นหนึ่งในผู้นำในการผลิต ส่งออก และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลคุณภาพสูงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 และด้วยความเชื่อมั่นและมุ่งเน้นในการผลิตสินค้าคุณภาพมาอย่างต่อเนื่อง พัทยาฟู้ดฯ จึงเป็นที่รู้จักและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้านานาประเทศตลอดมา บริษัทฯ มีฐานการผลิต 3 แห่ง ได้แก่โรงงานในจังหวัดสมุทรสาคร สุราษฎร์ธานี และในเมืองกั่นเซอ ประเทศเวียดนาม มีศูนย์กลางทางการตลาดซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทย ฝรั่งเศส จีน และเวียดนาม

จากประสบการณ์อันยาวนาน และความสำเร็จที่บริษัทฯ ได้ผลิตสินค้าให้กับยี่ห้อต่างๆ ที่มีชื่อเสียงและพันธมิตรในหลายภูมิภาคทั่วโลก บริษัทฯ จึงมีความภูมิใจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายคุณภาพ "นอติลุส" และ "ซีคราวน์" ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

นโยบายของบริษัทฯ มุ่งเน้นการตรวจสอบคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานในทุกขั้นตอนอย่างเข้มงวด นับตั้งแต่การคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบพร้อมๆ ไปกับการใส่ใจในการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการค้นคว้าวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การควบคุมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ทำให้บริษัทฯได้รับเกียรติจัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตและส่งออกอาหารทะเลชั้นเยี่ยม โดยได้รับการรับรองจากกรมประมง กระทรวงเกษตร

และสหกรณ์อีกทั้งได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002 จากสถาบัน TUV Rheinland และประกาศนียบัตรรับรองคุณภาพต่างๆ ด้วยความมุ่งมั่นและใส่ใจในคุณภาพสินค้าและคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค พัทยาฟู้ดฯไม่เคยหยุดนิ่งในการวิจัยและพัฒนาค้นคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เต็มเปี่ยมด้วยคุณค่าและรสชาติอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์

1. Pasteurized Crab กลุ่มผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสำหรับเป็นอาหารมื้อหลัก สะดวกในทุก โอกาส เหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว

- กลุ่มผลิตภัณฑ์คุณภาพจากเนื้อปูม้าที่สะดวกสำหรับคุณพ่อ คุณแม่บ้าน นำไปประกอบอาหารได้หลากหลาย อาทิเช่น เนื้อ กรรเชียงใหญ่ มีสีขาวสะอาดและรสชาติที่เป็นเลิศ, เนื้อขาว ได้มา จากเนื้อส่วนอกที่อยู่ในโพรงลำตัวของปู, เนื้อขา ลักษณะเนื้อขาจะออกเป็นสีน้ำตาลและจะมีกลิ่นปูค่อนข้างแรงซึ่งกลิ่นจะไม่จางลงหลังจากปรุงอาหารจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

2. Basic Products กลุ่มผลิตภัณฑ์ คุณภาพที่เหมาะสำหรับเป็นอาหารมื้อหลัก สะดวกในทุกโอกาส เหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว

- Classic กลุ่มผลิตภัณฑ์ทูน่าที่สะดวกสำหรับคุณพ่อบ้านแม่บ้าน นำไปประกอบอาหารได้หลากหลาย หรือจะรับประทาน เปล่าๆ ก็อร่อยอาทิ ทูน่าในน้ำมันพืช(ถั่วเหลือง) ทูน่าในน้ำมันดอกทานตะวัน ทูน่าในน้ำแร่ และทูน่าในน้ำเกลือ

- Value Added กลุ่มผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานมาในรูปแบบที่ผสมผสานกับซอสหรือเครื่องแกงไทยที่คุณเพียงแต่เปิดกระป๋องและรับประทานได้ทันที หรือจะนำไปอุ่นแล้วรับประทานกับข้าวสวยร้อนๆ เป็นอาหารมื้อหลักแสนอร่อย อาทิ ทูน่าในซอสมายองเนส, แกงเขียวหวานทูน่า, แกงมัสมั่นทูน่า, ปลาซาบะย่างซีอิ๊ว, ทูน่าผัดเผ็ด, ทูน่าผัดฉ่า และทูน่าผัดขี้เมา

3. Leisure Products กลุ่มผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานอีกรูปแบบหนึ่งสำหรับชีวิตที่เร่งด่วน หรือแม้แต่เป็นอาหารว่างในทุกโอกาส พกพาสะดวก อร่อยได้ทุกที่ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ในรถ หรือยามไปท่องเที่ยวตากอากาศ ปิคนิค ลุยป่า ท่องทะเล ฯลฯ นอกจากนี้ยังเหมาะสำหรับนำมาเลี้ยงเพื่อนฝูงในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่างๆ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่

- Spread with Crackers มีหลากรสให้เลือกตามชอบ ได้แก่ ทูน่าสเปรดพร้อมแคร็กเกอร์รสดั่งเดิม ทูน่าสเปรดรสสาหร่ายโนริ, ทูน่าสเปรดแคริบเบียนสไตล์ และแซลมอนสเปรดพร้อมแคร็กเกอร์

4. ปลาแมกเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ปลาแมกเคอเรลแท้พันธุ์ดีตัวโตๆ สดจากทะเลบรรจุในซอสมะเขือเทศเข้มข้นด้วยกรรมวิธีการผลิตที่สะอาด ถูกหลักอนามัยได้มาตรฐานสากล ให้คุณได้ลิ้มลองรสชาติที่กลมกล่อม อร่อยแน่นนุ่มถึงเนื้อใน สามารถนำไปประกอบเป็นอาหารชอบได้หลากหลายในสไตล์ที่คุณชอบ อาทิเช่น ยำรสเด็ด หรือต้มยำแซ่บๆ

5. ปลาแมกเคอเรลทอดราดพริก ปลาแมกเคอเรลสดๆ นำไปทอดจนกรอบนอกนุ่มใน บรรจุในน้ำซอสปรุงรสเผ็ดกำลังดีด้วยกรรมวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล ปลาแมกเคอเรลทอดราดพริกมีรสชาติกลมกล่อม อร่อยแน่นนุ่มถึงเนื้อใน เหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว

6. ปลาแมกเคอเรลทอด 3 รส ปลาแมกเคอเรลสดๆ นำไปทอดจนกรอบนอกนุ่มใน บรรจุในน้ำซอสปรุงรส เปรี้ยว เผ็ด และหวาน ด้วยกรรมวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล ทำให้ได้ปลาแมก-เคอเรลทอด 3 รสที่มีรสชาติกลมกล่อม อร่อยแน่นนุ่มถึงเนื้อใน ให้คุณและครอบครัวอิ่มอร่อยได้ทันทีทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะรับประทานกับข้าวสวยร้อนๆ หรือรับประทานเป็นกับแกล้ม

บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

- เครื่องจักร 8,596.80 HP
- เงินทุน 18,500,000 บาท
- คนงาน 820 คน

ประวัติบริษัท

บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2529 โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 13 ล้านบาท ด้วยเจตนารมณ์ที่มุ่งมั่นในการที่จะผลิตอาหารสำเร็จรูปคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภค โดยมีโรงงานแห่งแรก ตั้งอยู่ที่อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินกิจการบริษัทฯ ได้เน้นไปที่การส่งออกตลาดต่างประเทศ ได้ร่วมทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปสำหรับสัตว์กับคู่ค้าต่างประเทศมากมาย จนกระทั่งสามารถเป็นผู้ผลิตให้กับตราสินค้าที่เป็นผู้นำตลาดในหลายประเทศทั่วโลก

ในปี 2533 ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการบุกเบิกตลาดในประเทศ ด้วยการนำบรรจุภัณฑ์ที่มี "ฝาเปิดง่าย" เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกภายใต้ตราสินค้า "ไฮ-คิว" ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบและยอมรับของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว มีส่วนแบ่งตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นถึง 15% ด้วยระยะเวลาอันสั้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ตระหนักดีว่านอกจากการสร้างความแตกต่างที่ตัวสินค้าแล้วสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในตราสินค้าก็คือ การพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการวิจัยและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ในปี พ.ศ. 2539 บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 70 ล้านบาท และสามารถประมูลซื้อลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าตรา "โรซ่า" ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่งผลให้บริษัทฯ ก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาดอาหารสำเร็จรูปกับตลาดซอสปรุงรสได้ในที่สุด บริษัทฯจึงได้ขยายการลงทุนเพิ่มบริษัทในเครืออีก 2 แห่ง คือ บริษัท ไฮคิวแคนนิ่ง (ปัตตานี) จำกัด และบริษัท โรซ่าเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

บริษัท ไฮคิวแคนนิ่ง (ปัตตานี) จำกัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2539 ด้วยทุนจดทะเบียน 45 ล้านบาท ตั้งอยู่ที่จังหวัดปัตตานีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุ

กระป๋องประมาณ 100 ตันต่อวัน ทั้งนี้เพราะจังหวัดปัตตานีเป็นแหล่งวัตถุดิบปลาที่สำคัญ การตั้งโรงงานในแหล่งวัตถุดิบทำให้บริษัทฯมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกต่างประเทศ

บริษัท โรซ่าเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี 2541 ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท ตั้งอยู่ที่จังหวัดหนองคายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตซอสมะเขือเทศเข้มข้น ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตซอสมะเขือเทศและปลาซาร์ดีนบรรจุกระป๋อง มีกำลังการผลิตถึง 5,000 ตันต่อปี ทำให้บริษัทฯได้วัตถุดิบที่สดใหม่ป้อนเข้าสู่โรงงานได้ทันที นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานและกระจายรายได้ออกสู่ชนบทอีกด้วย ในปัจจุบันนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองคุณภาพผ่านมาตรฐาน GMP และ HACCP

ปี 2544 บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 130 ล้านบาท เพื่อสร้างโรงงานอีกแห่งที่จังหวัดฉะเชิงเทรา โรงงานแห่งใหม่นี้จะเป็น โรงงานผลิตเครื่องปรุงรสที่ทันสมัยและได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย เพื่อเป็นการขยายธุรกิจในเชิงรุกเข้าสู่ตลาดเครื่องปรุงรสซึ่งเป็นตลาดที่บริษัทฯมีประสบการณ์และความชำนาญสูง

ภายในระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯมีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มมากขึ้นกว่า 30 เท่า การขยายตัวของสินทรัพย์ 73 เท่า การเติบโตที่เกิดขึ้นนี้เป็นเพราะเรามีปณิธานและความมุ่งมั่นที่แน่วแน่ที่จะผลิตแต่สินค้าคุณภาพ และพัฒนาคุณภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ผลิตภัณฑ์

1. ปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ความอร่อยจากปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศชั้นดีจากโรซ่า ที่อุดมด้วยคุณภาพของซอสเข้มข้นและปลาเนื้อแน่นแบบฉบับของโรซ่าแท้ พร้อมด้วยคุณค่าแคลเซียมและไอโอดีนสูงจากปลาแมคเคอเรล

2. ปลาแมคเคอเรลปรุงรส ประกอบด้วย ปลาแมคเคอเรลต้มยำ รสชาติต้มยำพริกเผาเข้มข้นรสชาติจัดจ้านแบบไทยหอมเครื่องต้มยำกับปลาแมคเคอเรลเนื้อแน่น และปลาแมคเคอเรลทอดราดพริก ในน้ำราดพริกรสชาติ 3 รส จัดจ้านเข้มข้น กลมกล่อมด้วยเครื่องปรุงแบบไทย พริกกระเทียม และเครื่องเทศ ที่ยังคงคุณค่าแคลเซียมและไอโอดีนสูงจากปลาแมคเคอเรล

3. ปลาแมคเคอเรลชิ้นใหญ่ในซอสมะเขือเทศ ปลาแมคเคอเรลเนื้อแน่นชิ้นโตจากทะเลแปซิฟิก ในน้ำซอสมะเขือเทศชั้นดีที่เข้มข้น สูตรเฉพาะของโรซ่า สะดวก อร่อย ด้วยฝาเปิดง่าย สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายอย่าง เช่น ยำปลาแมคเคอเรล ปลาแมคเคอเรลผัดคะน้า หรือไข่เจียวปลาแมคเคอเรล

4. ปลาแมคเคอเรลชิ้นโตนึ่งมะนาว ปลาแมคเคอเรลชิ้นโต นึ่งมะนาวให้รสชาติครบรส เหมาะสำหรับทานเป็นกับข้าว หรือเป็นอาหารทานเล่น สะดวกเปิดฝาง่าย ทานได้ทันทีไม่ต้องเสียเวลาทำอาหาร

5. ปลาแมคเคอเรลในซีอิ๊วผสมเห็ดหอม ให้รสอร่อยแบบอาหารจีน พร้อมด้วยกลิ่นหอมของซีอิ๊ว ปลาแมคเคอเรลชิ้นโตในซีอิ๊วที่มีความข้น หอมอร่อยด้วยเห็ดหอม

6. ปลาทูน่าในน้ำมันพืช และปลาทูน่าแซนวิชในน้ำมันพืช

7. ปลาทูน่าปรุงรส ครบคุณค่าจากปลาทูน่าที่มีคุณค่า DHA ตามธรรมชาติที่ช่วยบำรุงสมอง และกรด OMEGA-3 ป้องกันการตีบของหลอดเลือด และลดโคเลสเตอรอล พร้อมด้วยรสชาติและประโยชน์จากเครื่องเทศแบบไทยๆ ช่วยให้คุณสามารถเลือกเป็นเมนูสำคัญในมื้ออาหารที่ช่วยให้คุณอร่อยได้ง่ายๆ หลากหลายเมนู

บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)

- เครื่องจักร 14,618.00 HP
- เงินทุน 592,539,750 บาท
- คนงาน 2,302 คน

ประวัติบริษัท

บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่ แข็ง เมื่อปี 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 25 ล้านบาท จากนั้นในปี 2535 บริษัทได้ร่วมทุนกับบริษัท มิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท ฮาโกโรโม่ ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นทั้งผู้จำหน่ายและลูกค้าของบริษัท โดยทั้งสองบริษัทมี ส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและ สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ต่อมาในปี 2537 บริษัทได้ แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์ สำหรับระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้มีการ เพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 885,090,950 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีทุน ชำระแล้วเป็น 883,170,950 บาท หรือเท่ากับ 883,170,950 หุ้น

จากระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทดำเนินการภายใต้โครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจที่มีประสบการณ์อันยาวนานพร้อมๆ กับวิสัยทัศน์อันยาวไกลของคณะผู้บริหารทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทประสบความสำเร็จ มีสถานะทางเงินมั่นคงและแข็งแกร่ง ตลอดจนมีอัตราการเติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่า

- ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำปลาทูน่าสดแช่แข็ง มาผ่านกระบวนการคัดสรร ละลาย นึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ และผ่านการแปรรูปเป็นชิ้นเนื้อที่สะอาดก่อนบรรจุกระป๋องตามความต้องการของลูกค้า แล้วเติมส่วนผสมที่เพิ่มคุณค่าทางอาหารและรสชาติ เช่น น้ำเกลือ น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันมะกอก หรือซอสปรุงรสชนิดต่างๆ เป็นต้น จากนั้นสินค้าที่ปิดผนึกแล้วจะถูกนำมาผ่านกระบวนการสเตอริไลส์ และตรวจสอบก่อนกระจายสู่ผู้บริโภค

- ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าสุกแช่แข็ง

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำปลาทูน่าสดแช่แข็ง มาผ่านกระบวนการคัดสรร ละลาย นึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ และผ่านการแปรรูปเป็นชิ้นเนื้อที่สะอาดตามมาตรฐานของลูกค้า ก่อนบรรจุในถุงสูญญากาศ แล้วจึงนำไปแช่แข็งเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าก่อนส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับวัตถุดิบปลาทูน่าที่ใช้ในการผลิตนั้น จะมีหลายสายพันธุ์ เช่น สกิปแจ็ค เยลโลว์ฟิน อัลบาคอร์ เป็นต้น ซึ่งได้มาจากทะเลน้ำลึก โดยการนำเข้าจากต่างประเทศ

- ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าบรรจุถุง

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากการนำเนื้อปลาทูน่ามาต้มสุก โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เช่นเดียวกับการทำปลาทูน่าสุกแช่แข็ง และปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง แล้วนำมาเติมน้ำมัน หรือน้ำเกลือก่อนบรรจุถุง ตามความต้องการของลูกค้า

- ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่า บรรจุถ้วยพลาสติก

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเนื้อปลาทูน่ามาต้มสุก โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เช่นเดียวกับการทำปลาทูน่าสุกแช่แข็ง และปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง แล้วนำมาปรุงสำเร็จ ก่อนบรรจุในถ้วยพลาสติกตามความต้องการของลูกค้า

2. ผลิตภัณฑ์ปลาซาร์ดีน

- ผลิตภัณฑ์ปลาซาร์ดีนบรรจุกระป๋อง

เป็น ผลิตภัณฑ์ที่นำปลาซาร์ดีนสดจากทะเล และแช่เยือกแข็งที่ได้มาตรฐานจากในประเทศและต่างประเทศมาคัดสรรคุณภาพ และทำความสะอาดก่อนบรรจุกระป๋อง หรือถุงสูญญากาศตามต้องการของลูกค้า จากนั้นนำไปนึ่งให้สุก แล้วเติมส่วนผสมที่เพิ่มคุณค่าทางอาหารและรสชาติ เช่น ซอสมะเขือเทศ น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำเกลือ น้ำมันถั่วเหลือง หรือน้ำมันมะกอก เป็นต้น สินค้าที่ปิดผนึกแล้วจะถูกนำมาผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อระบบสเตอริไลส์ และตรวจสอบคุณภาพ ก่อนกระจายสู่ผู้บริโภค

- ผลิตภัณฑ์ปลาซาร์ดีนบรรจุถุง

เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำปลา ซาร์ดีนมาบรรจุถุง ทำให้สุกโดยผ่านกระบวนการต่างๆแล้วนำมาเติมซอสมะเขือเทศ น้ำมัน น้ำเกลือหรือปรุงรสตามความต้องการของลูกค้า แล้วนำไปฆ่าเชื้อตามกระบวนการสเตอริไลส์

3. ผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็ง

- ผลิตภัณฑ์กุ้งสดแช่แข็ง

เป็น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกุ้งกุลาดำ และกุ้งขาวแวนนาไม ที่ยังคงความสดในรูปของวัตถุดิบนำมาแช่แข็งในหลายรูปแบบอาทิ กุ้งทั้งตัวแช่แข็ง กุ้งเด็ดหัวแช่แข็ง กุ้งไว้หางแช่แข็ง และกุ้งที่เอาหัวและเปลือกออก ตามความต้องการของลูกค้า

- ผลิตภัณฑ์กุ้งสุกแช่แข็ง

เป็น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกุ้งกุลาดำ และกุ้งขาวแวนนาไม มาผ่านกระบวนการต้มก่อนนำไปแช่แข็งเพื่อบรรจุใส่ภาชนะ ซึ่งมีหลายรูปแบบอาทิ กุ้งทั้งตัวต้ม กุ้งเด็ดหัวแช่แข็ง กุ้งไว้หางแช่แข็ง และกุ้งที่เอาหัวและเปลือกออก ตามความต้องการของลูกค้า

- ผลิตภัณฑ์กุ้งแปรรูป

เป็น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกุ้งกุลาดำ และกุ้งขาวแวนนาไม มาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น กุ้งซูชิ กุ้งชุปแป้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังได้มีการผลิตกุ้งบรรจุถุง เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการปรุงอาหาร

4. ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแช่แข็ง

เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำปลาหมึกสดจากทะเล และวัตถุดิบแช่เยือกแข็งที่ได้มาตรฐานโดยนำเข้าจากต่างประเทศมาผ่านกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผสมผสานความชำนาญ เทคนิคในการผลิต และใส่ใจในคุณภาพ เพื่อให้คงรสชาติจากทะเล โดยนำมาแปรรูปเป็นสินค้ามูลค่าเพิ่มที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า เช่น ซาชิมิ ปลาหมึกชุบแป้ง เป็นต้น

5. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง/บรรจุถุงสูญญากาศ/บรรจุ ภาชนะปิดผนึก เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำวัตถุดิบ อาทิ กุ้ง ปู และหอยลายที่คัดสรรแล้ว มาแกะเปลือก ต้ม เติมน้ำเกลือ แล้วนำไปบรรจุกระป๋อง ถุงสูญญากาศ หรือภาชนะปิดผนึกอื่นๆ จากนั้นสินค้าที่ปิดผนึกแล้วจะถูกนำมาผ่านกระบวนการสเตอริไลส์ และตรวจสอบคุณภาพก่อนกระจายไปสู่ผู้บริโภคในทุกตลาดทั่วโลก

บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

- เครื่องจักร 17,814.17 HP
- เงินทุน 524,512,793 บาท
- คนงาน 1,756 คน

ประวัติบริษัท

บริษัททรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2522 ณ. จังหวัดสงขลาด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาทโดยได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตลอดเวลาที่ผ่านมากิจการได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเคียงคู่ไปกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทคืออาหารทะเลบรรจุภาชนะปิดผนึก เช่น ปลาทูน่า ปู หอยลาย ปลาซาร์ดีน ปลาแมคคอเรล อาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น โดยส่งออกไปยังตลาดทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป ประเทศแถบสแกนดิเนเวีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีจำหน่ายภายในประเทศภายใต้ตราสินค้า TCB และ CUZINA กล่าวได้ว่าบริษัทเป็น "ศูนย์รวมสินค้าอาหารทะเลแบบครบวงจร" บริษัทได้จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด และเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 330 ล้านบาท

บริษัท มุ่งมั่นเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดจนผลสำรวจความพึงพอใจจากลูกค้าของบริษัท ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าสินค้าของบริษัทมีความเป็นเลิศด้านรสชาติ รูปลักษณ์ที่น่าสนใจ เหนือกว่าคู่แข่งโดยภาพรวม ทั้งนี้ เป็นผลจากการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีความกระตือรือล้นและปรับตัวต่อภาวะการแข่งขันที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความพยายามหาตลาดใหม่และเครือข่ายการตลาดที่กว้างมากขึ้น การเสาะแสวงหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้นทุนที่เหมาะสม การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น และขณะเดียวกันก็พยายามหาวิธีการผลิตที่ได้ต้นทุนที่ต่ำสุดเพื่อแข่งขันกับภาวะตลาดได้

จากการดำเนินการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งนี้เองส่งผลให้ในปัจจุบัน บริษัททรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

พ.ศ. 2539 ผ่าน การรับรอง HACCP

พ.ศ. 2542 ผ่านการรับรอง ISO 9002 และ พัฒนาจนได้รับการรับรอง ISO 9001 : 2000 ในปีพ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน

พ.ศ. 2546 ผ่านการรับรอง Kosher certification

พ.ศ. 2547 ผ่านการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 1996
ผ่านการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 : 1999

บริษัททรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง หอยลายกระป๋อง ปูกระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง อาหารแมวกระป๋อง รวมถึงผลิตภัณฑ์บรรจุซอง (Pouch) ปัจจุบันได้ขยายสายการผลิตไปสู่การผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มมากขึ้น และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายกลุ่มลูกค้า วัตถุดิบร้อยละ 50 นำเข้าจากต่างประเทศ นอกเหนือจากนั้นยังใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งผลิตภายในประเทศ ได้แก่ ปลาซาร์ดีน หอยลาย ผักสด สมุนไพร ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงมีความเด่นในด้านรสชาติ และความสดใหม่จากธรรมชาติ

ลูกค้าของบริษัทร้อยละ 95 เป็นลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในประเทศออสเตเลีย สหรัฐอเมริกา และแคนนาดา ในปี 2546 มีการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าตะวันออกกลางและสาธารณรัฐอัฟริกาใต้มากขึ้น ขณะเดียวกันบริษัทยังมีการจำหน่วยสินค้าไปยังลูกค้ารายย่อยเพื่อกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายให้กว้างขึ้น

รายได้เกือบทั้งหมดของบริษัทจึงได้มาจากการส่งออกเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงรักษานโยบายในการขยายตลาดภายในประเทศให้มากขึ้น โดยได้ใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ บริษัทเบอร์ลี่ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศ ทำให้สามารถกระจายสินค้าของบริษัทไปยังตลาดในประเทศได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

ผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 5 ของยอดขายรวม มีผลิตภัณฑ์หลักที่จัดจำหน่ายภายในประเทศ ได้แก่ ปลาทูน่าในน้ำมัน ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาซาร์ดีนราดพริก

ปลาเมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ หอยลายอบซีอิ้ว และหอยลายรสเผ็ด ซึ่งในส่วนของตลาดภายในประเทศนี้บริษัทมีนโยบายมุ้งเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดภายในประเทศจะเน้นการส่งเสริมการตลาดในลักษณะ “Promotion Pack” ซึ่งสามารถทำให้กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้เป็นอันมาก โดยยอดขายในปี 2547 พบว่ายอดขายของตลาดภายในประเทศ เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง

- ปลาทูน่ากระป๋อง ประกอบด้วย ทูน่าเนื้อขาวชนิดก้อนในน้ำแร่, ทูน่าเนื้อขาวชนิดก้อนในน้ำเกลือ, ทูน่าเนื้อขาวชนิดก้อนในน้ำมันพืช ผลิตจากปลาทูน่าพันธุ์ทองโกล (TONNGOL) ที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ทูน่าก้อนใหญ่ เนื้อนุ่ม อัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลาย เช่น ยำทูน่า ทูน่าผัดกระเทียมพริกไทย ข้าวผัดทูน่า ฯลฯ

- แซนวิชทูน่าในน้ำมันพืช ผลิตจากปลาทูน่าพันธุ์ทองโกล (TONNGOL) ที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ทูน่าเนื้อนุ่ม อัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลาย โดยเฉพาะในเวลาอันจำกัดของคุณแม่บ้านหรือคุณพ่อบ้านและที่สำคัญ TCB แซนวิชทูน่าในน้ำมันพืชไม่ใช้วัตถุกันเสีย

- กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน

- ปลาซาร์ดีนราดพริก ผลิตจากปลาซาร์ดีนสดจากทะเลที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ปลาซาร์ดีนเนื้อนุ่มอัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย ปรุงรสถูกปากคนไทย เหมาะสำหรับรับประทานยามว่าง กับแกล้ม หรือทานกับข้าวเป็นมื้อหลักก็ได้ และที่สำคัญ TCB ปลาซาร์ดีนราดพริกไม่ใช้วัตถุกันเสีย

- ปลาแมกเกอเรลในซอสมะเขือเทศ ผลิตจากปลาแมกเกอเรลสดจากทะเลที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ปลาซาร์ดีนเนื้อนุ่ม อัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย ปรุงรสถูกปากคนไทย เหมาะสำหรับรับประทานกับข้าวเป็นมื้อหลัก TCB ปลาแมกเกอเรลในซอสมะเขือเทศเป็นปลาชิ้นโต แคลเซียมสูง และที่สำคัญไม่ใช้วัตถุกันเสีย

- ปลาซาร์ดีนทอดรสเผ็ด ผลิตจากปลาซาร์ดีนสดจากทะเลที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ปลาซาร์ดีนเนื้อนุ่มอัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย ปรุงรสถูกปากคนไทย เหมาะสำหรับรับประทานยามว่าง กับแกล้ม หรือทานกับข้าวเป็นมื้อหลักก็ได้ และที่สำคัญ TCB ปลาซาร์ดีนทอดรสเผ็ดไม่ใช้วัตถุกันเสีย

- ทูน่ามายองเนส และทูน่าสเปรด ผลิตจากปลาทูน่าพันธุ์ทองโกล (TONNGOL) ที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้ทูน่าเนื้อนุ่มอัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ เหมาะสำหรับทานเป็นอาหารยามว่างคู่กับแครกเกอร์กรอบๆ หรือทานคู่กับขนมปัง ก็ได้ความอร่อยครบครัน และที่สำคัญ TCB ทูน่ามายองเนสไม่ใช้วัตถุกันเสีย

- หอยลายอบซีอิ๊ว และหอยลายทอดรสเผ็ด ผลิตจากหอยลายสดจากทะเลที่คัดสรรคุณภาพอย่างพิถีพิถัน โดยใช้หอยลายเนื้อนุ่มอัดแน่นด้วยปริมาณ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย ปรุงรสถูกปากคนไทย เหมาะสำหรับรับประทานยามว่างกับแกล้ม หรือทานกับข้าวเป็นมื้อหลักก็ได้ และที่สำคัญไม่ใช้วัตถุกันเสีย

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งออก

สำหรับตลาดส่งออก มีสัดส่วนถึงร้อยละ 95 ของยอดขายทั้งหมด มีลูกค้าหลัก คือกลุ่มลูกค้าในประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา แอฟริกาใต้ สหราชอาณาจักร และในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางอื่นๆ โดยมีกล่มสินค้า แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเน้นทางด้านคุณภาพ ความไว้วางใจ และการบริการเป็นหลัก โดยมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล และมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าให้เกิดความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ (Product Differentiate) ทั้งทางด้านรูปลักษณ์ รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง (Regular Tuna Products)

- กลุ่มอาหารทะเลกระป๋อง (Canned Shellfish Products)

- กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน (Ready-To-Serve Products)

- กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง (Pet Food)

ภาคผนวก ค
มูลค่าการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ตารางภาคผนวก ค.1 มูลค่าการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดิอาระเบีย

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
โมร็อกโก	-	สินค้าทั้งหมดจากโมร็อกโก	35,415,778	52,492,282	72,626,517	105,882,091	74,687,941	95,367,011
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากโมร็อกโก	801,382	930,603	1,704,474	751,519	1,477,296	1,849,213
ฟิลิปปินส์	-	สินค้าทั้งหมดจากฟิลิปปินส์	51,167,299	59,865,105	67,408,454	88,426,622	119,459,117	131,637,043
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากฟิลิปปินส์	122,004	127,702	163,041	166,474	314,873	540,638
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	326,314,883	398,928,836	552,407,327	1,018,612,177	1,320,716,274	1,489,404,330
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากไทย	285,865	720,694	399,789	698,757	1,300,268	620,203

ตารางภาคผนวก ค.2 มูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดิอาระเบีย

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	326,314,883	398,928,836	552,407,327	1,018,612,177	1,320,716,274	1,489,404,330
	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากไทย	18,195,941	13,882,498	21,596,666	18,670,718	36,803,475	50,158,552
อินโดนีเซีย	-	สินค้าทั้งหมดจากอินโดนีเซีย	361,714,993	352,337,750	410,857,094	541,637,232	628,523,152	938,102,358
	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากอินโดนีเซีย	741,157	4,004,356	4,896,388	1,245,445	11,037,400	13,046,382
ฟิลิปปินส์	-	สินค้าทั้งหมดจากฟิลิปปินส์	51,167,299	59,865,105	67,408,454	88,426,622	119,459,117	131,637,043
	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากฟิลิปปินส์	777,731	1,072,277	1,182,148	1,253,274	1,382,792	1,367,423

ตารางภาคผนวก ค.3 มูลค่าการนำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดิอาระเบีย

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ญี่ปุ่น	-	สินค้าทั้งหมดจากญี่ปุ่น	3,579,375,672	3,818,324,873	4,366,182,336	5,362,480,485	5,646,377,311	7,888,545,496
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากญี่ปุ่น	3,918	1,642	2,798	906	1,534	4,464
สหรัฐอเมริกา	-	สินค้าทั้งหมดจากสหรัฐอเมริกา	5,274,174,131	5,551,295,765	6,844,640,296	8,803,178,102	10,114,777,597	12,253,095,775
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากสหรัฐอเมริกา	6,793	0	160,614	61,713	439	1,273
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	326,314,883	398,928,836	552,407,327	1,018,612,177	1,320,716,274	1,489,404,330
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากไทย	2,036	0	0	3,982	2,285	4,101

ตารางภาคผนวก ค.4 มูลค่าการนำเข้ากุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดิอาระเบีย

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
เดนมาร์ก	-	สินค้าทั้งหมดจากเดนมาร์ก	243,417,592	318,648,981	359,550,705	394,511,572	275,206,704	415,981,862
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากเดนมาร์ก	12,653	0	0	1,214	6,477	12,647
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	326,314,883	398,928,836	552,407,327	1,018,612,177	1,320,716,274	1,489,404,330
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากไทย	26,383	37,256	37,380	31,959	38,659	16,019
อินเดีย	-	สินค้าทั้งหมดจากอินเดีย	882,909,311	1,091,500,616	1,416,963,961	1,837,287,465	2,633,813,182	3,076,336,348
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากอินเดีย	0	0	188	19,385	3,029	521

ตารางภาคผนวก ค.5 มูลค่าการนำเข้าหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปในตลาดซาอุดิอาระเบีย

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ฟิลิปปินส์	-	สินค้าทั้งหมดจากฟิลิปปินส์	51,167,299	59,865,105	67,408,454	88,426,622	119,459,117	131,637,043
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากฟิลิปปินส์	11,141	4,654	10,952	87,973	10,504	164,560
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	326,314,883	398,928,836	552,407,327	1,018,612,177	1,320,716,274	1,489,404,330
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากไทย	57,164	16,539	20,509	36,688	49,506	87,097
เกาหลีใต้	-	สินค้าทั้งหมดจากเกาหลีใต้	1,065,148,569	1,359,683,738	1,701,518,230	2,171,766,991	2,645,680,482	4,045,672,417
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากเกาหลีใต้	1,966	492	674	385	537	4,525

ตารางภาคผนวก ค.6 มูลค่าการนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
โมร็อกโก	-	สินค้าทั้งหมดจากโมร็อกโก	16,015,491	17,178,429	23,820,797	26,272,646	27,479,330	43,625,089
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากโมร็อกโก	397,070	424,859	618,730	459,778	1,281,310	1,102,259
ฟิลิปปินส์	-	สินค้าทั้งหมดจากฟิลิปปินส์	62,912,045	68,966,278	88,702,503	101,421,122	125,636,878	149,717,394
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากฟิลิปปินส์	73,103	118,217	119,595	112,801	957,269	439,038
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	525,227,546	554,695,169	704,144,551	863,325,161	1,096,975,504	1,810,646,837
	-	ปลาซาร์ดีนกระป๋องและแปรรูปจากไทย	943,652	909,956	778,227	684,769	1,559,657	768,204

ตารางภาคผนวก ค.7 มูลค่าการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ฟิลิปปินส์	-	สินค้าทั้งหมดจากฟิลิปปินส์	62,912,045	68,966,278	88,702,503	101,421,122	125,636,878	149,717,394
	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากฟิลิปปินส์	120,546	924,979	1,015,130	1,493,189	1,618,459	1,845,302
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	525,227,546	554,695,169	704,144,551	863,325,161	1,096,975,504	1,810,646,837
	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากไทย	7,868,511	7,347,671	9,857,510	10,016,941	18,983,411	16,005,493
สหราช	-	สินค้าทั้งหมดจากสหราชอาณาจักร	2,152,265,548	2,367,000,421	2,958,309,799	4,403,597,859	4,031,017,275	4,628,060,464
อาณาจักร	-	ปลาทูน่ากระป๋องและแปรรูปจากสหราชอาณาจักร	20,694	100,169	206,065	25,480	137,931	186,123

ตารางภาคผนวก ค.8 มูลค่าการนำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
อินโดนีเซีย	-	สินค้าทั้งหมดจากอินโดนีเซีย	511,797,881	573,172,043	649,235,039	765,410,408	850,760,801	1,551,974,201
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากอินโดนีเซีย	0	0	0	39,000	109,427	89,571
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	525,227,546	554,695,169	704,144,551	863,325,161	1,096,975,504	1,810,646,837
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากไทย	67,268	51,284	63,627	93,481	76,821	70,783
สหรัฐอเมริกา	-	สินค้าทั้งหมดจากสหรัฐอเมริกา	2,616,880,604	2,644,490,049	3,792,309,509	5,120,092,966	6,376,011,808	8,416,796,470
	-	ปูกระป๋องและแปรรูปจากสหรัฐอเมริกา	7,734	11,843	3,075	222,366	3,828	1,702

ตารางภาคผนวก ค.9 มูลค่าการนำเข้ากุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	525,227,546	554,695,169	704,144,551	863,325,161	1,096,975,504	1,810,646,837
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากไทย	28,868	64,652	234,503	355,368	447,224	349,315
จีน	-	สินค้าทั้งหมดจากจีน	3,038,737,642	3,831,195,373	5,313,679,526	6,890,998,775	8,502,838,236	12,307,982,945
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากจีน	0	368,163	206,298	8,150	4,563,487	224,952
อินเดีย	-	สินค้าทั้งหมดจากอินเดีย	2,087,363,809	3,277,452,790	7,098,769,013	8,765,235,408	8,476,485,617	12,247,037,759
	-	กุ้งกระป๋องและแปรรูปจากอินเดีย	351,549	3,421,598	7,251,684	263,621	11,436,477	112,472

ตารางภาคผนวก ค.10 มูลค่าการนำเข้าหอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

ประเทศ		รายละเอียด	2545	2546	2547	2548	2549	2550
เดนมาร์ก	-	สินค้าทั้งหมดจากเดนมาร์ก	138,583,782	172,001,859	168,575,877	188,234,441	195,059,777	241,346,468
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากเดนมาร์ก	27,209	48,620	61,702	23,230	21,790	3,252
ญี่ปุ่น	-	สินค้าทั้งหมดจากญี่ปุ่น	2,762,444,968	3,479,690,732	4,428,231,426	4,677,113,628	5,833,493,825	8,073,722,947
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากญี่ปุ่น	24,614	30,345	32,168	7,719	88,776	46,022
ไทย	-	สินค้าทั้งหมดจากไทย	525,227,546	554,695,169	704,144,551	863,325,161	1,096,975,504	1,810,646,837
	-	หอยลาย, ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูปจากไทย	67,021	67,911	108,476	89,408	71,478	5,629

ภาคผนวก ง
จดหมายขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บข้อมูล

ที่ ศธ 0519.12/1984

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

24 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ **บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด**

เนื่องด้วย นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2553

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5067, 0-2649-5070 กด 110

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 089-1405-514

ที่ ศธ 0519.12/ 198 ๒

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๔ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บริษัท อีสเทิร์น ดีไลท์ ฟู้ดส์ จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2553

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5067, 0-2649-5070 กด 110
หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 089-1405-514

ที่ ศธ 0519.12/ 1969

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

24 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บริษัท ไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2553

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5067, 0-2649-5070 กด 110

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 089-1405-514

ที่ ศธ 0519.12/ 1993

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

24 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)

เนื่องด้วย นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2553

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5067, 0-2649-5070 กด 110

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 089-1405-514

ที่ ศธ 0519.12/๓๐๐๘

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๔ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

เนื่องด้วย นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2553

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5067, 0-2649-5070 กด 110

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 089-1405-514

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาวพุทธิพร เหล่าประดิษฐ์
วันเดือนปีเกิด	21 กุมภาพันธ์ 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1596/1 หมู่ 4 ซ.สุขุมวิท115 ถ.สุขุมวิท ต.เทพารักษ์
	อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2543	มัธยมศึกษาตอนปลาย
	โรงเรียนสตรีสมุทรปราการ
พ.ศ.2548	วิทยาศาสตรบัณฑิต วท.บ. (คอมพิวเตอร์ประยุกต์-มัลติมีเดีย)
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
พ.ศ.2553	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ)
	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ