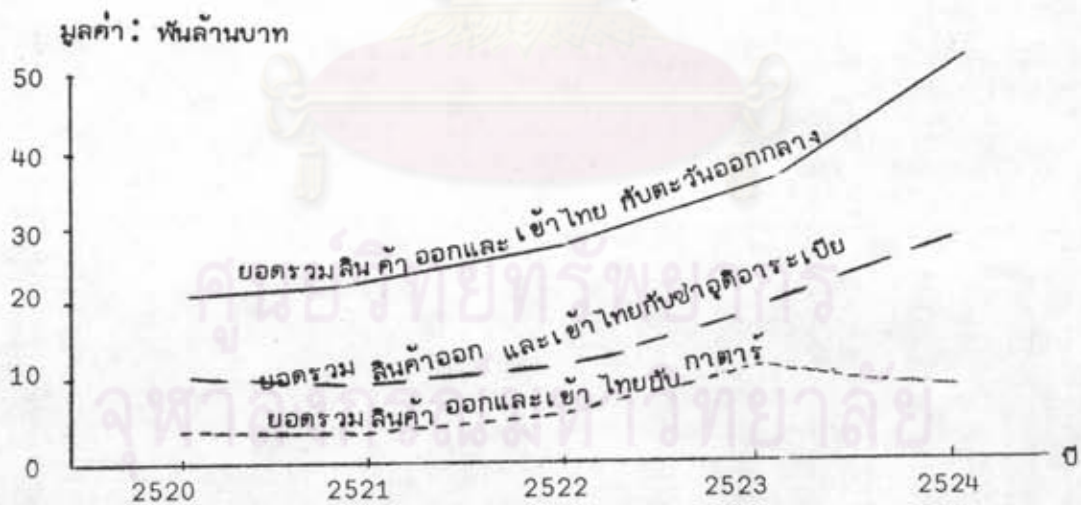


การค้าผลไม้กระป๋องระหว่างประเทศไทยกับประเทศในตะวันออกกลาง

1) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศในตะวันออกกลาง

ก) แนวโน้มทางการค้าโดยทั่วไป แนวโน้มทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศในตะวันออกกลางมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ จากปี 2520-2524 ยอดรวมของสินค้าออกและสินค้าเข้าระหว่างกันมีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 30.7 ต่อปี ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในตลาดตะวันออกกลางได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตุเวต และบาห์เรน โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย มียอดรวมการค้าเกินกว่าร้อยละ 50 ของยอดรวมการค้ากับตะวันออกกลาง

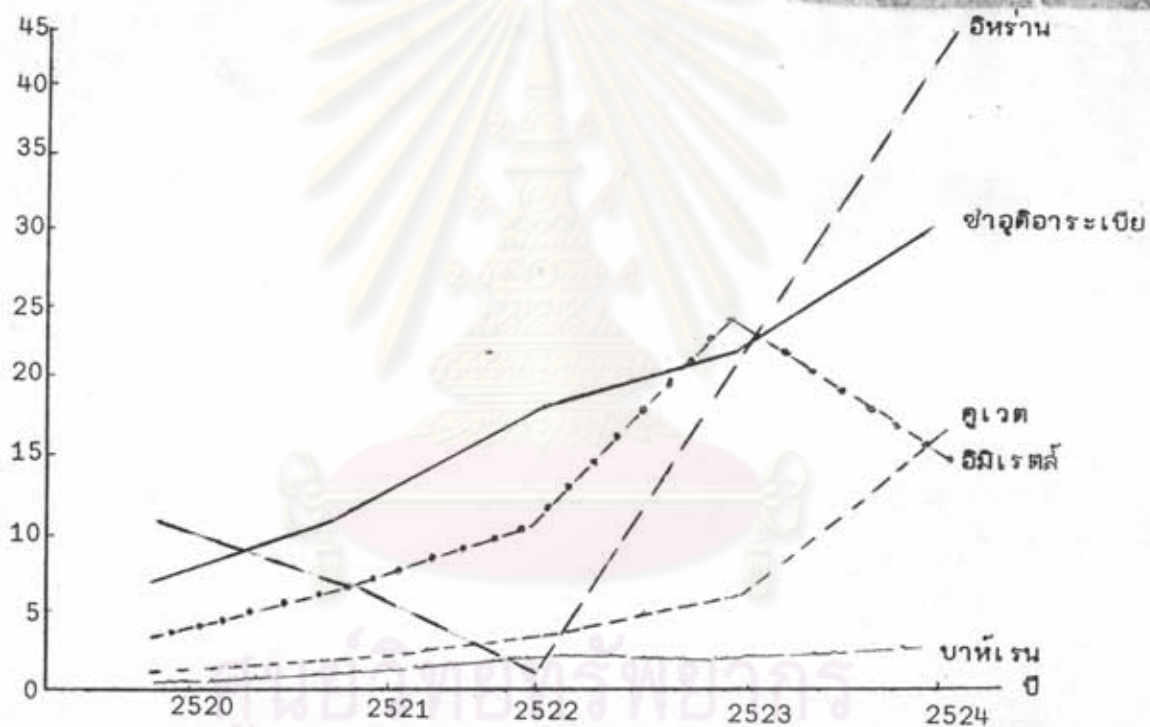


รูปที่ 1 กราฟเส้นตรงแสดงมูลค่าสินค้าออกและสินค้าเข้าระหว่างไทยกับตะวันออกกลาง¹

¹ ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ข.

ข) การส่งออกสินค้าของไทยไปตะวันออกกลาง¹ โครงสร้างการส่งออกของไทยไปตะวันออกกลางโดยเฉลี่ยในปี 2515-2518 มีมูลค่าร้อยละ 4.5 ของการส่งออกทั้งสิ้นของไทย ปี 2519-2523 ร้อยละ 5.7 และปี 2524 ร้อยละ 8.8 ของการส่งออกทั้งสิ้นของไทย มูลค่าส่งออกของไทยไปยังตะวันออกกลางได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีโดยเฉพาะปี 2523 เพิ่มขึ้นร้อยละ 75.3 ของปี 2522 และปี 2524 เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.7 ของปี 2523 ประเทศในตะวันออกกลางที่นำเข้าสินค้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย อิหร่าน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E) คูเวต บาห์เรน ซีเรีย ฯลฯ

มูลค่า: ร้อยล้านบาท



รูปที่ 2 กราฟเส้นตรงแสดงการส่งออกสินค้าไทยไปตะวันออกกลางมีแนวโน้มสูงขึ้น²

¹ ศูนย์สถิติการพาณิชย์, กระทรวงพาณิชย์, "สถิติการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศตะวันออกกลาง" ในโครงการฝึกอบรมและสัมมนาว่าด้วยตลาดตะวันออกกลางเพื่อการส่งออก (20 เมษายน 2525), หน้า 73-75.

² รายละเอียดภาคผนวก ข.

จากรูปที่ 2 เป็นที่น่าสังเกตว่าอิหร่านนำเข้าสินค้าจากไทยมีมูลค่าลดลงจนถึงปี 2522 และหลังจากนั้นก็นำเข้าสินค้าเกษตรกรรมเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2523 และปี 2524 ทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าจากไทยไปตะวันออกกลางโดยส่วนรวมมีแนวโน้มสูงเพิ่มขึ้นมากในปี 2523 และปี 2524 เนื่องจากอิหร่านขณะนี้นำส่งครามกับอิรักทำให้มีความต้องการในธัญญาหารต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 6 โครงสร้างสินค้าไทยที่ส่งออกไปตะวันออกกลางปี 2523-2524

หน่วย: ร้อยละ

ประเทศ	2523				2524			
	เกษตร	อุตสาหกรรม	แร่	อื่น ๆ	เกษตร	อุตสาหกรรม	แร่	อื่น ๆ
ซาอุดีอาระเบีย	60.6	37.7	0.8	0.9	66.2	33.1	0.4	0.3
กาตาร์	20.3	68.8	6.9	4.0	25.9	69.1	-	5.0
อิหร่าน	85.7	14.1	-	0.2	0.2	93.8	6.2	.004
คูเวต	40.7	56.9	2.0	0.4	56.1	43.7	-	0.2
บาห์เรน	36.2	63.3	-	0.5	34.4	65.1	-	0.5

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์

สินค้าเกษตรกรรมของไทยส่วนใหญ่นำเข้าไปประเทศซาอุดีอาระเบีย อิหร่าน ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่นำเข้าไปประเทศ กาตาร์ คูเวต และบาห์เรน

ค) การนำเข้าสินค้าของไทยจากประเทศในตะวันออกกลาง

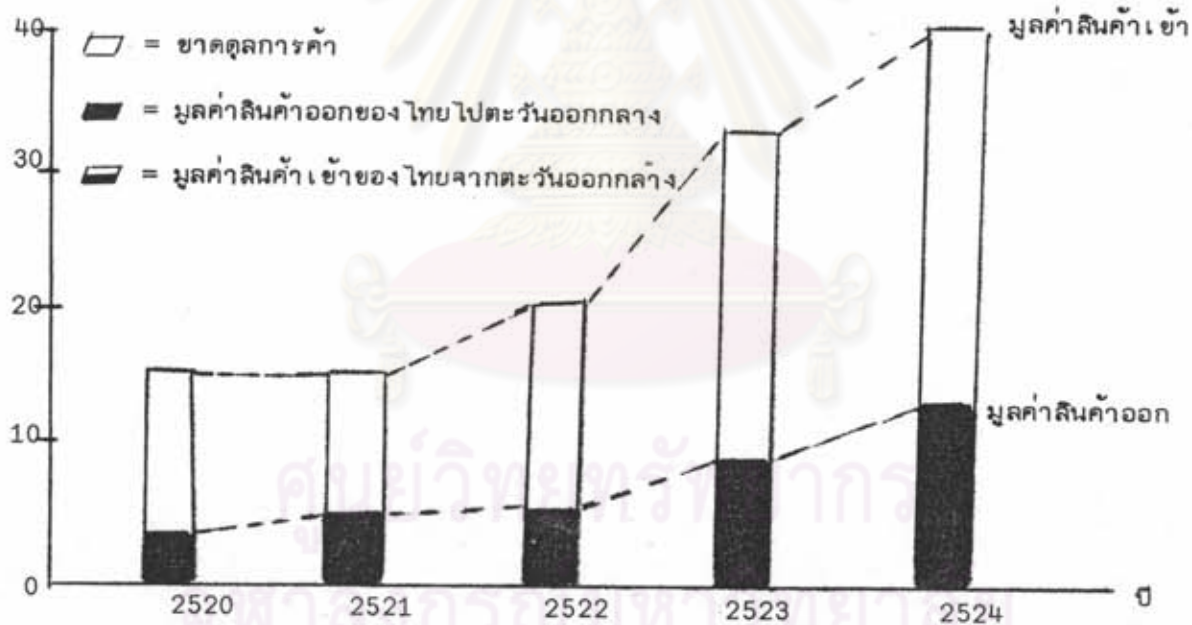
ในระยะปี 2520-2524 มูลค่านำเข้าสินค้าจากตะวันออกกลางได้ลดลง ในปี 2521 หลังจากนั้นการนำเข้าก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยนำเข้าสินค้าจากตะวันออกกลางเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 28.2 ของการนำเข้าทั้งหมด สำหรับปี 2524 นำเข้าเพิ่มขึ้นจากปี 2523 ร้อยละ 18.6 ประเทศที่ไทยนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน สาธารณรัฐประชาธิปไตยเยเมน อิสราเอล และส่วนประเทศคูเวต ซีเรีย อิรัก นั้น มีการนำเข้าสินค้าลดลงและสำหรับประเทศโรมานนั้นการนำเข้าสินค้านี้มีมูลค่าน้อยมาก สาเหตุที่ไทยนำเข้าลดลงเพราะไทยลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีคอลนั้นเอง สินค้าส่วนใหญ่ที่ประเทศ

ไทยนำเข้าจากตะวันออกกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีคอล อลูมิเนียมที่สกัดทำเป็นแผ่นบาง ยาน้ำแมลง และกำจัดศัตรูพืชที่ยังมิได้บรรจุกระป๋อง

4) ดุลการค้า

ประเทศไทยขาดดุลการค้ากับตะวันออกกลางมาตลอด เนื่องจากสินค้านำเข้าจากตะวันออกกลางมีมูลค่าสูงมาก โดยเฉพาะสินค้าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น เมื่อเทียบกับสินค้าเกษตรกรรมที่ไทยส่งออก ในปี 2524 ไทยขาดดุลการค้ากับประเทศซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน อิสราเอล แต่ไทยเกินดุลการค้ากับ อิหร่าน อุเวต ซีเรีย ลัารณรัฐประยาริปโตยเยเมน อิรัก โอมาน และประเทศอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง กล่าวโดยส่วนรวมแล้วไทยได้ขาดดุลการค้ากับตะวันออกกลางมาตลอดระยะ 5 ปีที่ผ่านมา

มูลค่า : พันล้านบาท



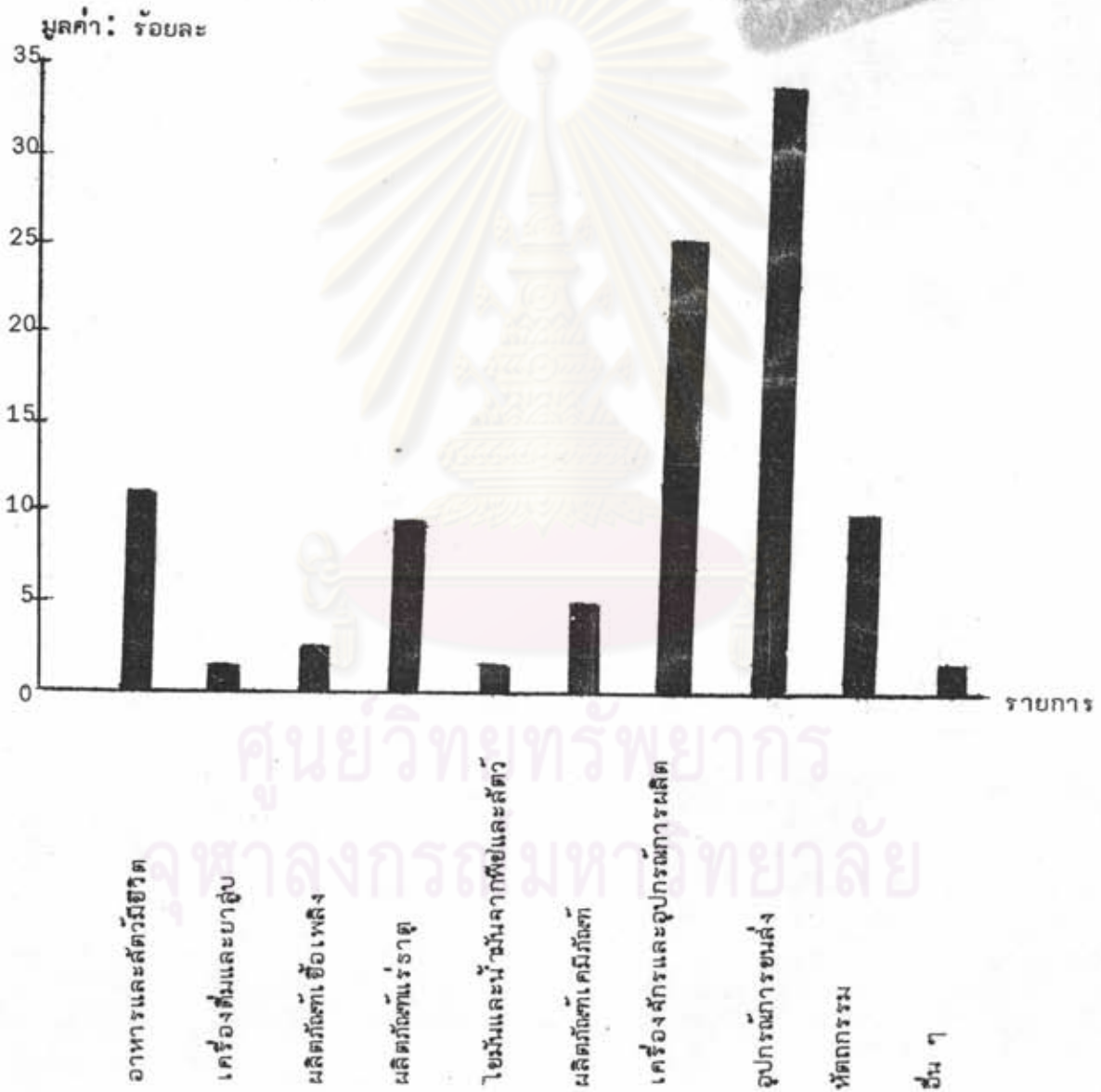
รูปที่ 3 กราฟแผนภูมิแท่งแสดงภาวะการขาดดุลการค้าระหว่างไทยกับตะวันออกกลาง

ปี 20-24

2) โครงสร้างการนำเข้าสินค้าต่าง ๆ ของประเทศในตะวันออกกลาง

ประเทศในตะวันออกกลาง นำเข้าสินค้าพวกอุปกรณ์เกี่ยวกับการขนส่ง (Machines Transport Equipment) มากที่สุด รองลงมาได้แก่พวกเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต (Basic Manufactures) และพวกอาหารซึ่งรวมทั้งผลไม้กระป๋องด้วย

รูปที่ 4 กราฟเส้นตรงแสดงโครงสร้างการนำเข้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง
ปี 2523



ที่มา : ESCAP

ตารางที่ ๗ ผลประโยชน์การนำเข้าสินค้าชนิดต่างๆ ของประเทศไทยตามศุลกากร 2522

หน่วย: ล้านบาท

	ค่าสิทธิการนำเข้า		อัตรา		มูลค่า		ปริมาณ		มูลค่า		ปริมาณ		มูลค่า		ปริมาณ					
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ				
การนำเข้าสินค้า	3,671	12	853	13	571	8.9	194	5.6	149	10	211	12	143	12	677	8.4	397	16	412	12
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	369	1.2	99	1.5	16	0.3	16	0.5	22	1.6	2	0.1	0.7	.06	1	.02	23	1.0	10	0.3
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	470	1.6	94	1.4	73	1.1	23	0.7	16	1.2	36	2.1	16	1.4	76	0.9	37	1.6	7	0.2
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	380	1.3	99	1.5	60	0.9	15	0.4	18	1.3	37	2.2	11	0.9	8	0.1	41	1.8	68	2.1
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	72	0.2	124	1.9	9	0.1	2	.08	0.4	.03	1	.08	5	0.5	21	0.3	6	0.3	10	0.3
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	1,133	3.8	28	0.4	145	2.3	42	1.2	33	2.4	46	2.7	50	4.2	310	3.9	124	5.2	110	3.3
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	643	2.1	210	3.2	135	2.1	48	1.4	26	1.8	41	2.4	10	0.8	53	0.7	75	3.2	92	2.8
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	114	0.4	69	1.1	33	0.5	9	0.3	7	0.5	10	0.6	6	0.6	15	0.2	24	1.0	26	0.8
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	79	0.3	26	0.4	15	0.2	6	0.2	2	0.2	4	0.3	1	0.1	6	.08	6	0.3	1	.03
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	231	0.8	96	1.4	65	1.0	25	0.7	11	0.8	17	1	1	.09	7	.09	41	1.7	65	1.9
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	218	0.7	18	0.3	20	0.3	6	0.2	4	0.3	8	0.5	0.8	0.7	20	0.3	3	0.1	.8	.02
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	9	.03	3	.04	8	0.1	1	.06	0.8	0.1	2	0.4	.04	.04	3	.05	0.1	.01	.01	.00
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	208	0.7	15	0.2	12	0.2	4	0.1	3	0.2	6	0.4	0.3	.03	17	0.2	3	0.1	0.7	.02
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	266	0.8	57	0.8	26	0.4	15	0.5	4	0.3	12	0.7	10	.09	119	1.5	36	1.5	52	1.6
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	226	0.8	99	1.5	63	1.0	17	0.5	12	0.9	18	1.1	12	1.0	74	0.9	22	0.9	40	1.2
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	41	0.1	13	0.2	6	0.1	3	.09	1	0.1	5	0.1	19	1.6	5	.07	18	0.8	15	0.5
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	67	0.2	26	0.4	33	0.5	7	0.2	13	0.9	9	0.5	5	0.5	6	.08	9	0.4	3	0.1
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	363	1.3	82	1.2	110	1.7	39	1.1	14	1.0	42	2.5	40	1.7	28	0.4	17	0.7	14	0.4
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	527	1.7	109	1.6	80	1.3	26	0.8	43	3	26	1.6	24	2.0	419	5.2	53	2.3	106	3.2
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	193	0.6	49	0.7	638	9.9	2,029	58	9	0.7	186	11	222	16	2,124	26	408	17	822	24
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	162	0.5	24	0.3	16	0.3	5	0.2	2	0.2	9	0.5	11	0.9	19	0.2	15	0.7	20	0.6
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	1,194	3.9	276	4.2	269	4.2	132	3.8	57	4	60	3.5	67	7.3	503	6.3	131	5.5	264	8.9
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	8,296	27	1,608	24	1,520	23	346	9.9	237	16	278	16	322	27	2,295	28	453	20	784	23
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	11,846	39	2,369	36	2,410	37	522	15	759	53	682	39	270	22	1,672	21	668	28	757	22
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	3,568	12	1,141	17	750	11	176	5.1	150	10	130	7.5	91	7.6	265	3.3	195	8.2	108	3
สินค้าที่นำเข้าโดยบริษัท	325	1.1	38	0.5	50	0.8	4	0.1	-	-	100	5.8	7	0.5	17	0.2	12	0.5	3	0.1
รวม	30,170	100	6,554	100	6,419	100	3,479	100	1,424	100	1,732	100	1,201	100	8,023	100	2,394	100	3,326	100

ที่มา: ESCAP

หมายเหตุ: 1. ข้อมูลการนำเข้าสินค้าชนิดต่างๆ เป็นปีงบประมาณ

2. ปี 0 2522

3) สถานการณ์ค้ากับตลาดตะวันออกกลาง

3.1) สินค้าที่ตลาดตะวันออกกลางมีความต้องการมาก (Immediate Sales) ได้แก่

ก) สินค้าพวกอาหารต่าง ๆ ทั้งสด แยม แอ็ง กระป๋อง ตอง และแห้ง ได้แก่ อาหารกระป๋องซึ่งปลาทูนาและแมคเคอร์รัล กระป๋องมีความต้องการมากกว่าอย่างอื่นอาหารแยม แอ็ง จะเป็นพวกอาหารทะเลแยม แอ็ง ปลาแยม แอ็ง ไก่แยม แอ็ง (ซึ่งไทยจะต้องแข่งขันกับราชีล บอลล์ละวานา)

ข) ผลไม้ ทั้งสด แยม แอ็ง กระป๋อง ตากแห้ง น้ำผลไม้ ได้แก่ ผลไม้สดพวก แอปเปิล กล้วยหอม ฝรั่ง เงาะ มะม่วง ลูกนก ฯลฯ ผลไม้แยม แอ็ง โดยเฉพาะสับปะรดแยม แอ็ง ผลไม้แห้ง พวกลูกนก ฝรั่ง ฯลฯ น้ำผลไม้ พวกน้ำสับปะรดกระป๋อง น้ำมะม่วง น้ำมะพร้าวผสม สับปะรด ฯลฯ ผลไม้กระป๋องพวกสับปะรดกระป๋อง ลิ้นสีกระป๋อง ฯลฯ

ค) สินค้าที่ทำด้วยหนัง ได้แก่ กระเป๋าเอกสาร เข็มขัด กระเป๋าถือ กระเป๋า ใส่เงินของผู้ชายและผู้หญิง สายนาฬิกา กวาล็อกมือ รองเท้าที่พื้นและส่วนบนทำด้วยหนังหรือหนังอัด สำหรับใส่ข้างนอกบ้าน หรือรองเท้าเดินทางในทะเลทราย รองเท้าแตะและรองเท้าวางในบ้าน รองเท้าเด็ก (ต้องแข่งขันกับประเทศอิตาลี เกาหลี สเปน ไต้หวัน)

ง) ผ้าผืน โดยเฉพาะ ผ้า ซี.ซี. ต้องแข่งขันกับประเทศญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน

จ) เครื่องแต่งกาย สตรี เด็ก ผู้ชาย รวมทั้งชุดชั้นใน เช่น เสื้ออกทรง เป็นต้น (ต้องแข่งขันกับไต้หวันอย่างมาก)

ฉ) อุปกรณ์ และอะไหล่รถยนต์ รถบรรทุก รถแทรกเตอร์ เช่น แบตเตอรี่ Shock Absorber รถบรรทุกเล็ก (Pick up) ยางรถยนต์ทั้งในและนอก ฯลฯ

ช) เครื่องไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้า เนื่องจากประเทศในตะวันออกกลางส่วนใหญ่กำลังพัฒนาทางด้านกระแสไฟฟ้า โดยมีโครงการสร้างเขื่อนผลิตกระแสไฟฟ้าเช่น อิลร่าเอล เป็นต้น ดังนั้นเครื่องไฟฟ้าราคาปานกลาง คุณภาพใช้ได้จึงเป็นที่ต้องการอย่างมาก เช่น วิทยุ ขนาดเล็ก โทรทัศน์ พัดลมตัวหมุนถ้ายเทออากาศ เครื่องปรับอากาศ เครื่องแปลงกระแสไฟฟ้า หลอดไฟฟ้าแบบดวง (Incandescent bulb) อลูมิเนียมซึ่งเป็น ขาสับหลอดนีออน ฯลฯ

ข) อุปกรณ์ก่อสร้างทุกชนิด เช่น บานประตู ลูกกรง ราง แผ่นกระดาน กระเบื้องปูพื้นและกระเบื้องมุงหลังคา (Terrazo Tiles) โครงอลูมิเนียม อีบซีม ท่อ กระเบื้อง บล็อก ฯลฯ (แต่ต้องแข่งขันกับได้ทุกวัน)

ค) น้ำมันพืชปรุงอาหาร

ง) เครื่องประดับกายทั้งของแท้และของเทียม แต่ของเทียมจะมีโอกาสมากกว่า

จ) เครื่องสูบลูกตุ้มและเซรามิค

ฉ) พวงเฟอร์นิเจอร์ ไม้และโลหะ ส่วนเฟอร์นิเจอร์หวายนั้นตลาดยังไม่รู้จักและมีโอกาสขยายตัวได้น้อยกว่า

ช) ผ้าพันแผลสำหรับห้องพยาบาล เช่น ผ้ากอรีส พลาสเตอร์ยา กุ้งมือยาง ฯลฯ

ฉ) เส้นลวดลึง สำหรับขุดน้ำมัน หรือขุดเจาะทั่วไป

ณ) ของใช้กีฬาตะอื่น ๆ เช่น ผงยूरดี พริก ยิงแห้ง ยิงสด เมล็ดงา มันสำปะหลังหั่นฝอยหรือฝานชิ้นบาง ๆ ผงช็อกฟอกขนาดบรรจุ 200 กรัมต่อกล่อง บุหรี่ซิการ์ กระดุม และตุ้มกระดุม กระดาษชำระ ซึ่งมีการแข่งขันกับจีนแดง กระดาษเช็ดหน้าในช่องพลาสติกขนาดพกติดกระเป๋า ลูกกวาด ขนมปัง มั้กกะโรนี ถ่านไม้ ซึ่งแต่เดิมผู้ขายคือ อินเดีย และ อัฟริกา ขณะนี้ขาดแคลนมากจึงต้องการจากประเทศอื่น

ผลิตภัณฑ์บางอย่างถึงแม้จะเป็นที่ต้องการของตลาดตะวันออกกลาง แต่อาจมีโอกาสน้อย เนื่องจากการแข่งขันมาก หรือปริมาณความต้องการมีน้อยเกินไป เช่น กระเป๋าหนังแท้ ยกเว้น รองเท้าหนังและรองเท้าเด็ก เครื่องเฟอร์นิเจอร์หวาย สีทาอาคาร ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป พี วี ซี (P.V.C. sheet) ผ้าใยยาง เป็นต้น

3.2 ความต้องการสินค้าต่าง ๆ จากประเทศไทยถ้าแยกตามประเทศจะเป็นดังนี้

ประเทศซาอุดีอาระเบีย มีความต้องการในยางรถยนต์ แบตเตอรี่รถยนต์ และรถบรรทุก Shock Absorber สำหรับรถบรรทุกขนาดเล็ก ผงช็อกฟอก ผ้าฝืน ผลิตภัณฑ์กระเป๋าชนิดราคาถูก เส้นลวดลึงสำหรับขุดเจาะน้ำมันและขุดเจาะทั่วไป เครื่องไฟฟ้า วัสดุก่อสร้าง ผลไม้และน้ำผลไม้กระป๋อง ผลไม้สด อาหารกระป๋อง

น้ำมันพืชปรุงอาหาร ไก่แช่แข็ง¹ และขณะนี้ประเทศซาอุดีอาระเบียถือว่าต้นไม้เป็นของมีค่ามาก ดังนั้นธุรกิจที่น่าสนใจก็คือ ธุรกิจปลูกป่า ไม้ประดับ ผลไม้

อุเวต มีความต้องการใน เครื่องหนังโดยเฉพาะรองเท้า เสื้อผ้าทั้งของเด็กผู้ชายและผู้หญิง ผ้าฝ้าย ถ่านไม้ เพอร์นิเจอร์ กระจาดข่าระ เครื่องใช้ภายในครัว แบตเตอรี่ รถบรรทุก และรถยนต์ ผ้าห่มเมล็ดสำหรับห้องพยาบาล ผลไม้กระป๋อง น้ำมันไม้กระป๋อง ปลากระป๋อง ไก่แช่แข็ง วัสดุก่อสร้าง

บาห์เรน เป็นตลาดขนาดเล็ก ปริมาณการสั่งซื้อแต่ละงวดมีน้อย อาจไม่คุ้มค่าใช้จ่าย ตลาด บาห์เรนมีความต้องการในสินค้า ผงซักฟอก กระจาดเขี่ยหน้าในช่องพลาสติก ไม้อัดสัก อย่างดี บานประตู กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องผนังหลังคา โคมไฟประตู และหน้าต่างทำด้วย อลูมิเนียม น้ำมันพืช ผลไม้กระป๋องแบบฟรุทคอกเทล ขนมปังกรอบ และขนมอม มักกะโรณี

อิมิเรตส์ ที่ตลาดดูไบมีความต้องการในปลากระป๋อง ผลไม้และน้ำมันไม้กระป๋อง น้ำมันพืชสำหรับ ปรุงอาหาร ดอกไม้สด หลอดไฟฟ้าแบบดวง (Incandescent bulb) และอลูมิเนียม ขาจับหลอดนีออน วิทยุขนาดเล็ก

4) การนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง

ข้อมูลที่บันทึกไว้ที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations) เกี่ยวกับการนำเข้า ผลไม้กระป๋องของประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลางมีไม่ครบทุกประเทศและไม่ครบทุกปี ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูล จึงนำข้อมูลเท่าที่มีไปวิเคราะห์หาแนวโน้มในอนาคต

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ ประดิษฐ์ ล่าง่างาม, "ความสำเร็จของคณะกรรมการส่งเสริมธุรกิจไทยในตะวันออกกลาง,"
ข่าวพาณิชย์ (วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2526) : 9.

ตารางที่ 8

แหล่งการรับเข้าคนใหม่ของประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลางปี 2522

หน่วย: พันคน

	จำนวนคน		อายุ		สัญชาติ		ศาสนา		อาชีพ		การแต่งงาน		การศึกษาระดับ		การอพยพ		การตั้งถิ่นฐาน	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ทั้งหมด	9,417	100	3,458	100	1,525	100	8,237	100	250	100	403	100	3,734	100	32	100		
อาหรับ	8	.08	-	-	25	1.6	180	2.1	1	0.4	-	-	2,099	56	-	-		
ออสเตรีย	1,657	17	1,339	38	424	27	1,054	12	36	14	135	33	244	6.5	2	6.2		
เดนมาร์ก	2,481	21	1,349	39	736	48	5,827	70	43	21	208	51	574	15	22	68		
ญี่ปุ่น	156	1.6	4	-	3	0.8	18	0.2	2	0.8	-	-	-	-	-	-		
ตะวันออกกลาง	135	1.4	811	23	305	20	3,023	36.7	-	-	17	4.2	-	-	1	3.1		
อิตาลี	13	0.1	-	-	20	1.3	-	-	2	0.8	-	-	-	-	-	-		
เดนมาร์ก	123	1.3	129	3.7	73	4.7	569	6.9	-	-	-	-	-	-	-	-		
เกาหลีเหนือ	11	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
มาเลเซีย	188	1.9	240	6.9	-	-	1,017	12	17	8.4	-	-	-	-	-	-		
ฟิลิปปินส์	15	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	34		
สวิตเซอร์	435	4.6	67	1.9	149	9.7	-	-	2	0.8	-	-	8	0.2	-	-		
ไทย	649	6.8	63	1.8	2	0.1	393	4.7	3	1.2	-	-	249	6.6	7	21		
จีน	118	1.2	-	-	-	-	390	4.7	-	-	9	2.2	-	-	3	9.3		
ประเทศอื่น ๆ	638	6.8	38	1.1	174	11	457	5.6	17	6.8	182	45.1	317	8.4	-	-		
ยุโรป	4,422	46	405	11	156	10	304	3.6	167	6.8	14	3.4	803	21	7	21		
โอเชียเนีย	618	6.5	365	10	184	12	568	10.5	1	0	45	11	14	0.3	-	-		

ที่มา: ESCAP

ตารางที่ 9

ผลของการนำเข้าสินค้าเกษตรของประเทศไทย 7 ในระดับภูมิภาคปี 2523

มูลค่า : พันดอลลาร์สหรัฐ

	สภาพการเติบโต		สัดส่วน		การนำเข้า		ปริมาณ		มูลค่า		ราคา		ปริมาณ		มูลค่า	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ทวีป	9,935	100	3,397	100	1,994	100	875	100	2,627	100	161	100	3,634	100	161	100
แอฟริกา	2	.02	3	.08	18	0.9	3	.3	-	-	-	-	2,447	67	-	-
อเมริกาเหนือ	3,214	32	964	28	371	18	46	5.3	56	2.1	28	14	353	9.7	28	17
เอเชีย	2,998	30	1,486	43	1,122	56	724	82	2,108	80	63	21	265	7.4	63	39
ยุโรป	406	4	12	0.3	13	0.6	-	-	-	.10	-	-	-	-	-	-
ตะวันออกกลาง	46	0.4	351	10	580	29	500	57	1,685	75	-	-	-	-	-	-
ฮ่องกง	-	-	-	-	31	1.5	-	-	-	-	2	0.8	-	-	13	8.0
จีน	58	.5	344	10	46	2.3	6	0.7	-	-	-	-	9	0.2	-	-
เกาหลีเหนือ	26	.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มาเลเซีย	204	2	563	16	-	-	46	5.2	70	2.6	17	8.4	-	-	-	-
ฟิลิปปินส์	4	.04	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สิงคโปร์	749	7.5	22	0.6	180	9.2	14	1.6	79	3	2	0.8	-	-	10	6.2
ไทย	543	5.4	90	2.6	-	-	1	0.1	16	0.6	3	1.2	46	1.2	-	-
จีน	269	2.7	-	-	-	-	90	10	-	-	-	-	-	-	6	3.7
อื่น ๆ	693	6.9	104	3.0	272	13	68	7.8	248	9.4	19	7.6	213	5.8	34	21
ยุโรป	812	4.1	498	14	222	11	20	2.3	40	1.5	167	6.8	524	14	23	14
รวมทั้งหมด	2,798	28	446	13	262	13	82	9.4	423	16	1	-	42	1.2	47	29

ที่มา : ESCAP

ตารางที่ 10 แสดงการนำเข้าผลไม้กระป๋องของตลาดตะวันออกกลางปี 2522-2523

มูลค่า: พันดอลลาร์สหรัฐ

ตะวันออกกลาง	2522		2523		ร้อยละการเปลี่ยนแปลงปี 23/22
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	
ทั่วโลก	18,787	100	19,454	100	+ 3.6
แอฟริกา	2,388	12.7	2,580	13.3	+ 8
อเมริกาเหนือ	3,814	20.3	4,974	25.5	+ 30
เอเชีย	5,391	28.7	5,996	30.8	+ 11
ยุโรป	5,967	31.7	2,303	11.8	- 61
โอเชียเนีย	1,227	6.5	3,601	18.5	+193

ที่มา: ESCAP

หมายเหตุ: เฉพาะประเทศ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต บาห์เรน ไซปรัส จอร์แดน อิสราเอล ซึ่งมีข้อมูลครบทั้งปี 2522 และ ปี 2523

จากตารางที่ 10 จะเห็นว่าแนวโน้มของการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศในตะวันออกกลางโดยส่วนรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 ในปี 2523 เมื่อเทียบกับปี 2522 และการนำเข้าจากทวีปอเมริกาเหนือ เอเชีย โอเชียเนีย มีมูลค่าสูงขึ้น แต่การนำเข้าจากทวีปยุโรปกลับลดลงไปอย่างมากถึงร้อยละ 61 การเพิ่มขึ้นของมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องของตะวันออกกลางจากทวีปอเมริกาเหนือ เอเชีย และโอเชียเนียนั้นมิใช่เพราะความต้องการเพิ่มขึ้นเพียงประการเดียว แต่หากเป็นเพราะว่าการลดการนำเข้าจากทวีปยุโรปเป็นประการสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่ทำให้ตะวันออกกลางหันไปสั่งซื้อสินค้าจากตลาดอื่นทดแทน

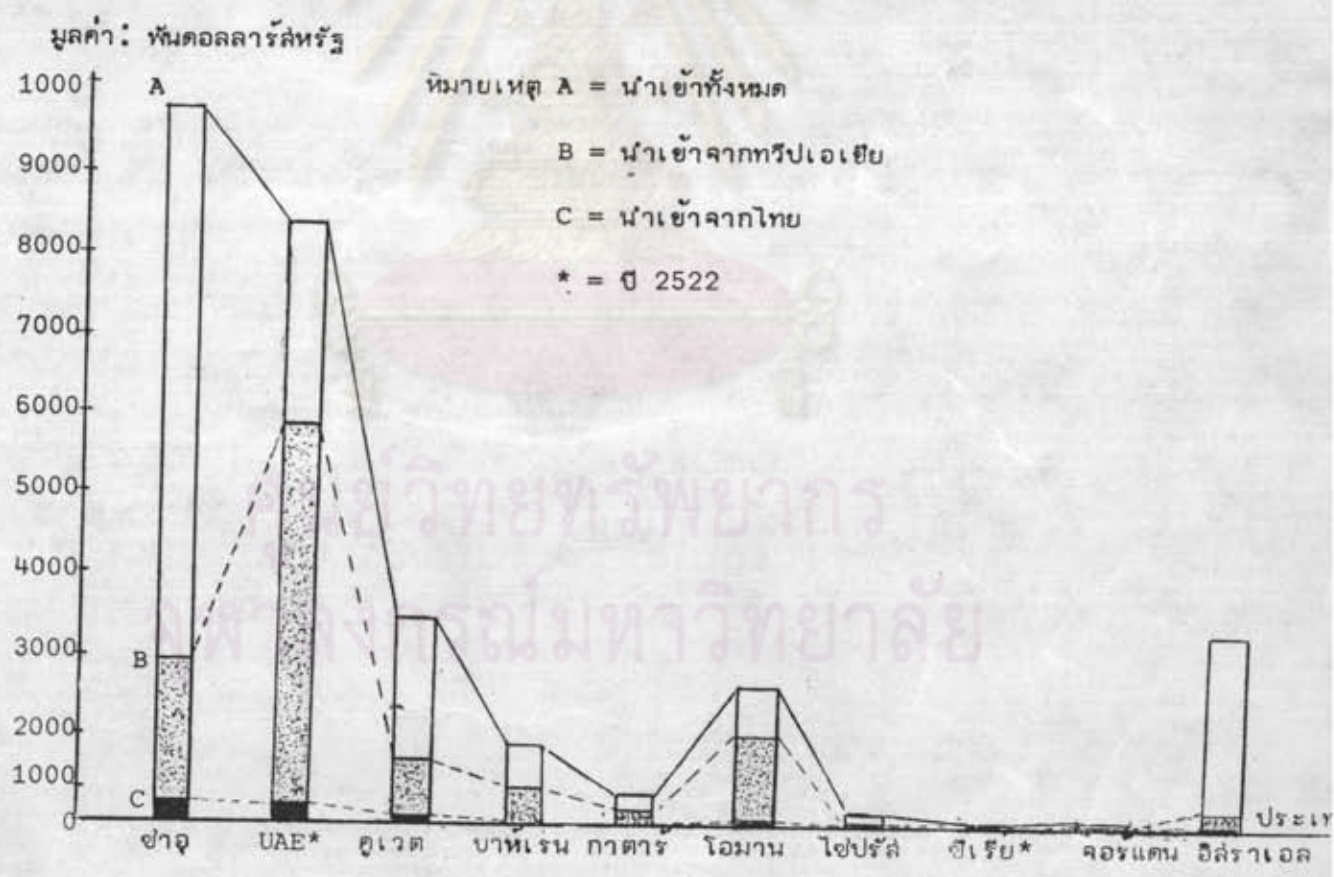
ตารางที่ 11 แสดงการนำเข้าผลไม้กระป๋องไปตะวันออกกลางโดยเปรียบเทียบ
การนำเข้าจากทั่วโลก เอเชีย และประเทศไทย ในปี 2523

มูลค่า: พันดอลลาร์สหรัฐ

	ซาอุดีอาระเบีย	* UAE	คูเวต	บาห์เรน	กาตาร์	โอมาน	ไซปรัส	* ซีเรีย	จอร์แดน	อิสราเอล
ทั่วโลก	9935	8237	3397	1994	875	2627	250	32	161	3634
เอเชีย	2998	5827	1486	1122	724	2108	43	22	63	268
ไทย	543	393	90	-	1	16	3	7	1	46

ที่มา: ESCAP

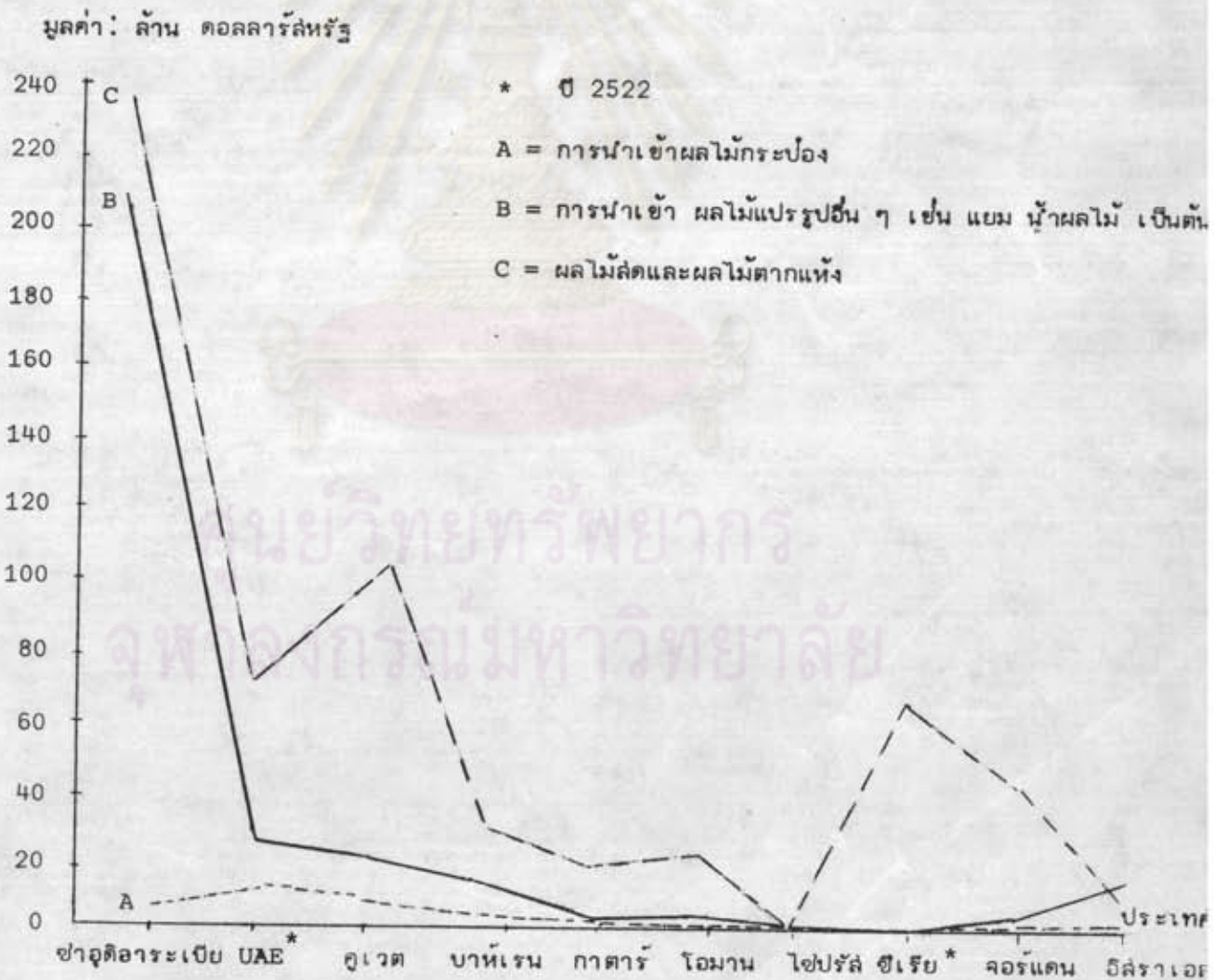
* : ปี 2522




รูปที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศในตะวันออกกลาง
จากทั่วโลก เอเชีย และประเทศไทย ปี 2523

จากตารางที่ 11 และรูปภาพที่ 5 แสดงให้เห็นถึงความต้องการผลไม้กระป๋องของประเทศในตะวันออกกลางที่มีมาก ซึ่งได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับอาหรับอิมิเรตส์ อิสราเอล คูเวต โอมาน บาห์เรน กาตาร์ ตามลำดับ การนำเข้าผลไม้กระป๋องจะนำเข้าจากทวีปเอเชียมากที่สุดและประเทศที่นำเข้าผลไม้กระป๋องจากทวีปเอเชียมากที่สุด เมื่อเทียบกับการนำเข้าทั้งหมดได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับอาหรับอิมิเรตส์ คูเวต บาห์เรน กาตาร์ และโอมาน ถ้าหากพิจารณาการนำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทย ประเทศที่นำเข้าจากไทยมากที่สุดได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับอาหรับอิมิเรตส์และคูเวต

รูปที่ 6 กราฟเส้นตรงแสดงการเปรียบเทียบการนำเข้าผลไม้ทั้งสด แห้ง กระป๋อง ของประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลางปี 2523



จากรูปที่ 6 เป็นกราฟที่แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่เกือบทุกประเทศในตะวันออกกลาง นำเข้าผลไม้สด และตากแห้งในมูลค่าสูงกว่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องและผลไม้แปรรูปอื่น ๆ ยกเว้น ประเทศอิสราเอล และไซปรัสที่มีการนำเข้าผลไม้ทั้ง 3 ประเภทมีมูลค่าใกล้เคียงกัน และนอกจากนี้ประเทศในตะวันออกกลางยังมีการนำเข้าผลไม้แปรรูปอื่น ๆ อย่างเช่น แยม น้ำมันผลไม้ เป็นต้น ในมูลค่าที่สูงกว่าผลไม้กระป๋อง ดังนั้นถ้าหากผลไม้สดและตากแห้งตลอดจนผลไม้แปรรูปอื่น ๆ มีการนำเข้าอย่างสม่ำเสมอแล้ว ผลไม้กระป๋องจะไม่สามารถทดแทนการนำเข้าผลไม้สดและตากแห้งตลอดจนผลไม้แปรรูปอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้จะไปแย่งส่วนครองตลาดผลไม้กระป๋องด้วยกันเองของประเทศอื่น ๆ มากกว่า

ดังนั้นประเทศไทยถ้าหากจะส่งผลไม้กระป๋องไปตลาดตะวันออกกลางมากขึ้นก็ต้องแย่งส่วนครองตลาดมาจากคู่แข่งอื่นที่มาจากทวีปเอเชียด้วยกัน เนื่องจากตลาดตะวันออกกลางมีแนวความคิดว่าสินค้าที่มาจากทวีปเอเชียยกเว้นญี่ปุ่น เป็นสินค้าที่มีคุณภาพรองกว่าสินค้าที่มาจากทวีปอเมริกา และยุโรป จากรูปภาพรูปที่ 5 ประเทศไทยจะต้องพยายามได้ส่วนครองตลาดตามที่  ให้เพิ่มมากขึ้น นั่นคือจะต้องแข่งขันกับ มาเลเซีย สิงคโปร์ ใต้หวัน ฟิลิปปินส์ นั้นเอง

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5) การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังตลาดตะวันออกกลาง

ตารางที่ 12 แสดงถึงส่วนครองตลาดของผลไม้กระป๋องของไทยปี 2520-25

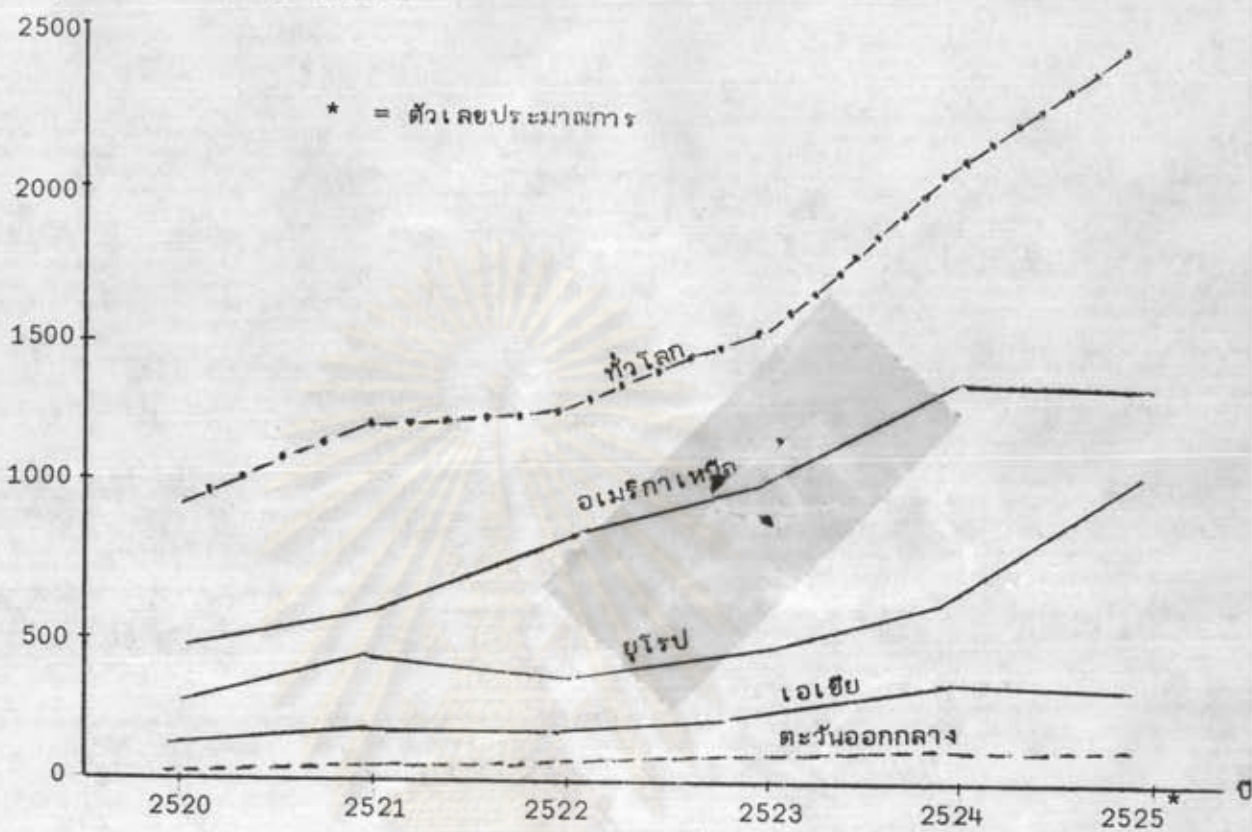
มูลค่า: เอฟ.ไอ.ซี ล้านบาท

ไทย	2520		2521		2522		2523		2524		2525*	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ทั่วโลก	917	100	1225	100	1268	100	1471	100	2120	100	2440	100
อเมริกา	4	.4	4	.3	2	.2	4	.2	11	.5	14	.6
อเมริกาเหนือ	484	52	558	46	731	57	828	56	1299	61	1200	49
เอเชีย	118	13	175	14	194	15	172	12	224	11	193	8
ตะวันออกกลาง	37	4	44	4	59	5	70	5	81	4	95	4
อื่น ๆ	81	9	131	11	135	11	102	7	143	7	98	4
ยุโรป	310	34	485	39	338	27	461	31	572	27	1013	41
โอเชียเนีย	1	.1	3	.2	3	.2	6	.4	14	.7	20	.8

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์

* : ตัวเลขประมาณการ

มูลค่า : เอฟ.ไอ.ซี ล้านบาท



รูปที่ 7 แสดงการส่งออกผลไม้มะพร้าวของไทยปี 2520-2525

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออก ผลิตภัณฑ์ของไทยไปตลาดต่าง ๆ

มูลค่า: เอฟ.ไอ.โอ.ดี คำนวณ

ผลิตภัณฑ์ของไทย	2520		2521		2522		2523		2524		2525*	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ไปตะวันออกกลาง	37		44	+19	59	+33	70	+15	81	+13	95	+23
ไปตลาดอื่น	880		1181	+34	1209	+2	1401	+16	2039	+45	2345	+15
ไปทั่วโลก	917		1225	+34	1268	+4	1471	+16	2120	+44	2440	+15

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์

* : ตัวเลขประมาณการ

ข : ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปีปัจจุบันเมื่อเทียบกับปีก่อน

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นถึงการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปตะวันออกกลาง เพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2520-2525 ในอัตราโดยเฉลี่ยร้อยละ 20.6¹ แม้ตลาดตะวันออกกลางจะเป็นตลาดที่ค่อนข้างเล็กสำหรับตลาดผลไม้กระป๋องของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ๆ อาทิเช่น ตลาดอเมริกาเหนือโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ และตลาดยุโรปก็ตาม แต่การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปตะวันออกกลางเพิ่มขึ้นก็ไม่กระทบกระเทือนตลาดอื่นดังรูปภาพที่ 7 จากเส้นกราฟ จะเห็นได้เด่นชัดว่าการส่งออกทั่วโลกเพิ่มขึ้นไม่ว่าตลาดอเมริกาเหนือ ยุโรป หรือตะวันออกกลาง

จากตารางที่ 12 ส่วนครองตลาดของผลไม้กระป๋องของไทยในอาฟริกา ตั้งแต่ปี 2520-2525 โดยเฉลี่ยร้อยละ 0.4² ตลาดตะวันออกกลางโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.3³ อเมริกาเหนือโดยเฉลี่ยร้อยละ 53.5⁴ ยุโรปโดยเฉลี่ยร้อยละ 33.2⁵ และโอเชียเนียโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.4⁶ แม้ส่วนครองตลาดของผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดตะวันออกกลางยังมีขนาดเล็กอยู่ แต่ถ้าหากมีการส่งเสริมการส่งออกให้มากขึ้นกว่านี้ก็จะทำให้ ประเทศไทยสามารถแย่งส่วนครองตลาดจากคู่แข่งอื่นได้ เนื่องจากกำลังการผลิตผลไม้กระป๋องของไทยในขณะนี้มีใช้เพียงประมาณร้อยละ 60 ของกำลังการผลิตเต็มที่เท่านั้นเอง

หมายเหตุ 1-6 ได้จากการคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากตารางที่ 13

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 ตารางแสดงการส่งออกสินค้าไม่กระป๋องของไทยไปตลาดจีนของกลางแบ่งตามประเภทของสินค้าไม่กระป๋อง

มูลค่า: เดฟ.โถ.ศ พันบาท

ประเภท	2520		2521		2522		2523		2524		2525 (ประมาณการ)	
	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
สินค้ากระป๋อง	36,751	+21	44,521	+33	59,050	+4.7	67,429	+10	74,344	+18	86,432	+93
เงาครอบแก้วสองตาใต้ สี่ประตู	93	-89	10	+600	83	-	-	-	441	+34	594	0.6
เงาครอบป่อง	348	-92	28	+814	256	+4.9	523	+184	1,463	+51	2,246	2
ผ้าใบกระป๋อง	264	-88	32	+134	75	+4.5	311	+207	956	- 50	474	0.5
หมวกกระป๋อง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	256	0.2
สินค้ากระป๋อง	-	-	-	-	-	-	-	-	22	-	196	0.2
นมผงกระป๋อง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ กระป๋อง	-	-	-	-	75	1620	+1,290	+259	4,637	-40	2,778	3
รวม	37,456	+19	44,591	+34	59,539	+16	69,551	+17	81,883	+22	94,980	100

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์

Mkt share: ในปี 2525 เป็นร้อยละของการส่งออกสินค้าไม่กระป๋องแต่ละประเภทเมื่อเทียบกับจีนทั้งหมด

ตารางที่ 15 ประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจในระยะ 5 ปี (ปี 2520-2525)

มูลค่า: เทล. 10.0 ล้านบาท

ประเภท	2520		2521		2522		2523		2524		2525 (ประมาณการ)		
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	Mkt share	
ค่าสิทธิการถือ	17.0	-9	15.4	-9	33.1	+114	54.9	+65	42.9	-21	61.3	+43	65
ส่วนกำไรสุทธิ	2.4	+283	9.2	+283	8.3	-9	1.8	-78	9.8	+444	3.0	-69	3.2
อัตรากำไร	0.9	+156	2.4	+156	0.6	-75	2.0	+233	3.2	+0.6	3.0	-6	3.2
ต้นทุน	1.1	+63	1.8	+63	0.1	-94	-	-	-	-	1.4	-	1.5
กำไรสุทธิ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-
กำไรสุทธิต่อหุ้น	4.3	-18	3.5	-18	-	-	0.1	-	0.3	+200	1.8	+500	1.0
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.3	+425	2.1	+425	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิต่อหุ้น	-	-	-	-	-	-	0.4	-	0.7	+75	-	-	1
กำไรสุทธิต่อหุ้น	-	-	-	-	0.3	-	0.4	+33	0.6	+50	0.8	+33	0.1
กำไรสุทธิต่อหุ้น	-	-	0.1	-	1.1	+1000	3.7	+236	-	-	1.0	-	1.1
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.4	-	-	-	-	-	0.1	-	0.6	+500	4.7	+683	4.9
กำไรสุทธิต่อหุ้น	8.8	-	-	-	0.7	-	-	-	10.0	-	2.9	-71	3.1
กำไรสุทธิต่อหุ้น	-	-	9.5	-	10.8	+13	4.2	-61	6.7	+59	13.6	+102	14.4
กำไรสุทธิต่อหุ้น	2.2	-72	0.6	-72	4.6	+666	0.7	-84	2.7	+285	1.4	-48	1.5
กำไรสุทธิต่อหุ้น	-	-	-	-	-	-	1.2	-	4.4	+266	-	0	0
รวม	37.5	+19	44.6	+19	59.6	+34	69.5	+16	81.9	+17	94.8	+15	100

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์

% : ฐานของการเปลี่ยนแปลงปีต่อปีเทียบกับปีก่อน

Mkt share: ในปี 2525 เป็นฐานของการส่งออกสินค้าเกษตรปีต่อปีเทียบกับปีก่อน

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปตะวันออกกลาง ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋องถึงร้อยละ 93 ในปี 2525 นอกจากนั้นเป็นเงาะกระป๋องกับผลไม้กระป๋องอื่น ๆ ไม่เกินร้อยละ 7 ในช่วงปี 2520-2524 ผลไม้กระป๋องที่ไทยส่งไปตะวันออกกลาง ส่วนใหญ่จะเป็นพวกสับปะรดกระป๋อง เงาะลอยแก้วสไลด์ สับปะรดกระป๋อง เงาะกระป๋อง แต่ในปี 2525 ไทยเราเริ่มส่งมะม่วงกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง และกล้วยกระป๋องไปตะวันออกกลาง แต่มีมูลค่ายังไม่มากนัก อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปตะวันออกกลาง โดยเฉลี่ยปี 2520-2525 ร้อยละ 20.6

จากตารางที่ 15 ประเทศที่นำเข้าผลไม้กระป๋องจากประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย ในปี 2525 นำเข้าถึงร้อยละ 65 นอกนั้นก็ยังมีประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยเยเมน จอร์แดน อุเวต สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนใหญ่การนำเข้ามีมูลค่าไม่สม่ำเสมอ ประเทศที่นำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยตั้งแต่ปี 2520-2525 อย่างสม่ำเสมอได้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวต

จากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดตะวันออกกลางได้ทราบความเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

บริษัทผู้ส่งออก มีความเห็นว่าประเทศในตะวันออกกลางผลิตอาหารเองไม่ได้ ดังนั้นผลไม้กระป๋องที่มีแนวโน้มที่ดีก็คือสับปะรดกระป๋องซึ่งเป็นที่รู้จักดีในตลาด แต่ผลไม้กระป๋องอื่น ๆ ต้องแข่งขันกับได้หวัน จีนแดง มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ดังนั้นสินค้าต้องราคาถูกโดยมีค่าจนถึงคุณภาพและปริมาณมาก เช่น ปลากระป๋องที่มีขนาดใหญ่แต่มีจำนวนปลาน้อยและมีน้ำมาก หรือสับปะรดกระป๋องที่ตัดชิ้นสับปะรดไม่สวย เป็นต้น และนอกจากนี้จะต้องมีการโฆษณาและหีบห่อตามที่ตลาดต้องการมีการเยี่ยมเยียนลูกค้าสม่ำเสมออีกด้วย

บริษัทผู้ผลิต มีความเห็นว่าฟิลิปปินส์ปลูกสับปะรดน้อยลง รัฐบาลควรสนับสนุนเกี่ยวกับผลไม้สดที่ใช้ในการผลิตให้เพียงพอ แต่อย่างไรก็ตามยังขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้าอีกด้วย และต้องคำนึงถึงประเทศไอวอรีโคสต์ซึ่งอยู่ใกล้ตะวันออกกลางมากกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ผลไม้ที่มีแนวโน้มดีอื่นก็คือ เงาะกระป๋อง (เป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะนี้ฟิลิปปินส์มีบริษัทผลิตสับปะรดรายใหญ่คือ บริษัทโกลและเคอร์มิ่งตัน ดังนั้นในปัจจุบันฟิลิปปินส์จึง เป็นประเทศผู้ผลิตเพื่อส่งออกรายใหญ่และเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดโลก)

ข้าราชการ มีความเห็นว่าผลไม้กระป๋องของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น เพราะสินค้ามีคุณภาพ
ดีและสามารถผลิตได้อย่างมากพอ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย