บทที่ ๓

การวิเคราะห์อุปสงค์ของผลไม้กระป๋อง

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๓.๑ คำนำ

ในการดำเนินงานของกิจการใดก็ตาม ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินงานก็คือ การวางแผนงาน หากจะกล่าวในเชิงอุตสาหกรรมก็หมายถึง การวางแผนการผลิตนั่นเอง ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะใช้ปัจจัยการผลิต ได้แก่ คน วัตถุดิบ เงิน และเครื่องจักร ให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพที่สูงกว่า อันจะนำไปสู่เป้าหมายของกิจการ คือ กำไร

สำหรับกิจการของอุตสหกรรมผลไม้กระป๋อง นอกจากจะมีการวางแผนการผลิตเหมือนกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั่วไปแล้ว สิ่งที่สำคัญก็คือ การจัดหาวัตถุดิบมาป้อนให้กับโรงงาน ซึ่งจะต้องผันแปรไปตามฤดูกาลต่างๆ ที่มีวัตถุดิบ คือพวกผักและผลไม้ ที่ต้องการนำมาแปรรูป อันจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต กล่าวคือ จะต้องมีการเตรียมการเพื่อจัดหาวัตถุดิบในแต่ละช่วง จัดหาคนงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมการให้สอดคล้องกับชนิดของวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ประการสำคัญก็อยู่ที่ว่า การที่จะเลือกวัตถุดิบชนิดใด มาป้อนกับโรงงานนั้น จำเป็นที่จะต้องทราบว่า อุปสงค์สินค้าของตลาดมีมากน้อยเพียงใด กับสินค้าที่จะทำการผลิต และมีอุปทานวัตถุดิบสำหรับการผลิตเพียงพอที่จะนำมาป้อนโรงงานหรือไม่ ซึ่งปัจจัยทั้งสองประการดังกล่าว จะเป็นข้อจำกัดสำคัญของการที่จะตัดสินใจเลือกวัตถุดิบชนิดต่างๆ ตามแผนการผลิตที่โรงงานจะต้องนำมาพิจารณา

ดังนั้น ในบทนี้จะเป็นการศึกษาและวิเคราะห์อุปสงค์สินค้า เพื่อดูว่าเหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการวางแผนการผลิตมากน้อยเพียงใด สำหรับการวิเคราะห์วัตถุดิบจะได้วิเคราะห์ในบทต่อไป

๓.๒ ข้อมูลทางการตลาดสินค้าของโรงงานผลไม้กระป๋อง

ขั้นตอนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของโรงงานผลไม้กระป๋องทั่วๆ ไป เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะการดำเนินงานทางการตลาด รวมทั้งความสามารถใน

การดำเนินงาน ข้อมูลที่จะกล่าวนี้ได้จาก กรมศุลกากร, กรมการค้าต่างประเทศ กรมเศรษฐกิจ การพาณิชย์ และโรงงานมาตรฐาน

ก. ผลิตภัณฑ์

โรงงานผลไม้กระป๋องทำการผลิต ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, และน้ำผลไม้กระป๋อง มีอยู่หลายชนิด ตามที่ตลาดต้องการและมีจำหน่าย ทั้งนี้เพราะว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีกรรมวิธีการผลิตที่คล้ายคลึงกัน และใช้อุปกรณ์การผลิตหลักที่เหมือนกัน (รายละเอียดกรรมวิธีการผลิตได้อธิบายไว้ในบทที่ ๕) รายละเอียดผลิตภัณฑ์มีดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้กระป๋อง

๑.๑ สับปะรดกระป๋อง

๑.๒ เงาะกระป๋อง

๑.๓ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง

๑.๔ ลำใยกระป๋อง

๑.๕ ลิ้นจี่กระป๋อง

๑.๖ มะม่วงกระป๋อง

๑.๗ กล้วยกระป๋อง

๑.๘ มะละกอกระป๋อง

๑.๙ ผลไม้ผสม (Mixed Fruits)

๒. ผลิตภัณฑ์ประเภทผักกระป๋อง

๒.๑ หน่อไม้ไผ่ตงกระป๋อง

๒.๒ ข้าวโพดอ่อนกระป๋อง

๒.๓ เห็ดกระป๋อง

๒.๔ ถั่วลันเตากระป๋อง

๓. ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำผลไม้กระป๋อง

๓.๑ น้ำสับปะรดกระป๋อง

๓.๒ น้ำส้มกระป๋อง

๓.๓ น้ำมะม่วงกระป๋อง

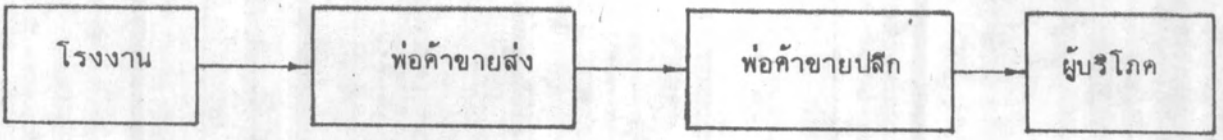
ข. ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง ผักกระป๋อง และน้ำผลไม้กระป๋องนี้ สามารถแยกออกได้เป็น ๒ ช่องทางคือ

๑. ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ

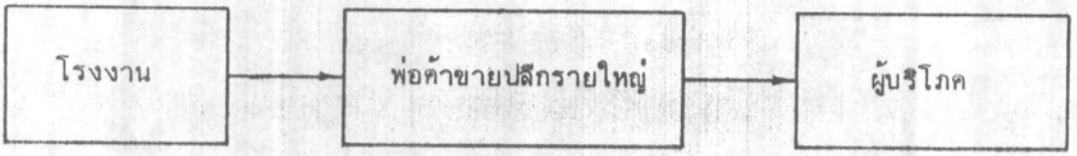
ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง และน้ำผลไม้กระป๋อง ที่โรงงานทำการผลิต เพื่อจำหน่ายภายในประเทศนั้น นับว่ายังมีปริมาณน้อยมาก ทั้งนี้ ดังได้กล่าวแล้วว่า ผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่ มักชอบผักและผลไม้สด นอกจากจะหาซื้อได้ง่ายกว่าแล้ว ราคาก็ถูกกว่าด้วย เว้นแต่ผลไม้บางชนิดที่มีจำหน่ายในตลาดในช่วงเวลาสั้น และมีปริมาณไม่มากนัก ดังเช่น ลิ้นจี่ ซึ่งบางปีปริมาณการผลิตลิ้นจี่กระป๋องไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ จึงมีการสั่งซื้อเข้ามาจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของโรงงานแปรรูปผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่ ก็เพื่อสนองความต้องการของตลาดไม่ว่าจะเป็นภายในหรือต่างประเทศ แต่ส่วนใหญ่แล้วผลิตออกมาเพื่อส่งออก เพราะขายได้ราคาดีกว่า แต่ก็ยังมีช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศด้วย มีการจำหน่ายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทั้งภาคกลาง, ภาคเหนือ, ภาคอีสาน และภาคใต้ ซื้อพอจะสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

๑.๑ ช่องทางการจำหน่ายโดยผลิตภัณฑ์จากโรงงานผู้ผลิตให้แก่พ่อค้าขายส่ง ซึ่งพ่อค้าขายส่งจะขายให้กับพ่อค้าขายปลีก ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แล้วพ่อค้าขายปลีกจึงขายต่อให้กับผู้บริโภค ดังแสดงในรูปที่ ๓.๑



รูปที่ ๓.๑ ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศของโรงงานทั่วๆ ไปโดยผ่านพ่อค้าขายส่ง

๑.๒ ช่องทางการจำหน่ายโดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโรงงานผู้ผลิตให้แก่พ่อค้าขายปลีกรายใหญ่ ได้แก่ ศูนย์การค้าต่างๆ ร้านสหกรณ์ และซุปเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีอยู่เฉพาะในกรุงเทพฯ แล้วพ่อค้าขายปลีกรายใหญ่เหล่านี้ขายต่อให้กับผู้บริโภค ดังแสดงในรูปที่ ๓-๒

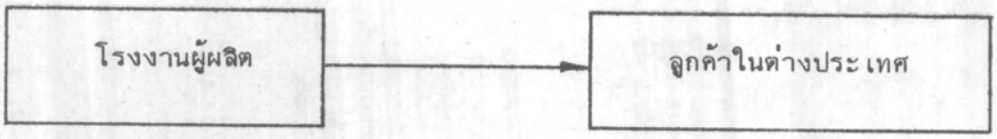


รูปที่ ๓.๒ แสดงช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศของโรงงานโดยไม่ผ่านพ่อค้า

ที่กล่าวมานั้นเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ แม้ว่าความต้องการยังมีปริมาณน้อยก็ตาม แต่เพื่อชี้ให้เห็นถึงช่องทางการจำหน่ายที่เป็นอยู่ในขณะนี้

๒. <u>ช่องทางการจำหน่ายไปยังต่างประเทศ</u>

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นทุกชนิดของโรงงานผู้ผลิตจะส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ โดยมีตลาดลูกค้าที่สำคัญแยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ โดยมีช่องทางการจำหน่ายจากโรงงานผู้ผลิต ส่งออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศเอง โดยมิได้ผ่านเอเยนต์หรือพ่อค้าส่งออกภายในประเทศ ดังแสดงในรูปที่ ๓.๓



รูปที่ ๓.๓ ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศของโรงงานผู้ผลิต

๓.๓ ข้อมูลทางการตลาดสินค้าของโรงงานตัวอย่าง

ขั้นตอนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของโรงงานตัวอย่าง เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะการดำเนินงาน และความสามารถทางการตลาด ซึ่งข้อมูลที่จะกล่าวต่อไปนี้ ได้จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ของโรงงานตัวอย่าง

ก. ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่โรงงานตัวอย่างทำการผลิตในปัจจุบัน มีอยู่ ๒ อย่างด้วยกันคือ

๑. สับปะรดกระป๋อง

๒. น้ำสับปะรดกระป๋อง

ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์หลักของโรงงาน และน้ำสับปะรดกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลพลอยได้ของการผลิตสับปะรดกระป๋อง

ข. ช่องทางการจำหน่าย

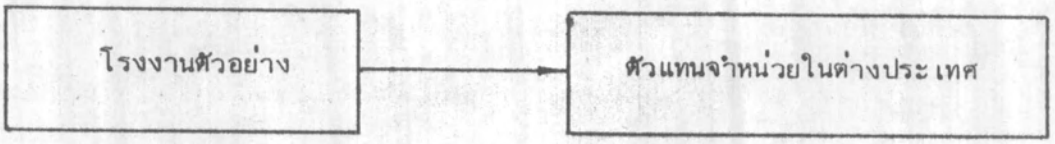
ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่าง สามารถแยกออกได้เป็น ๒ ช่องทางคือ

๑. ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์สับปะรดและน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างที่จำหน่ายภายในประเทศนั้น ประมาณร้อยละ ๕ - ๘ นับว่าปริมาณน้อยมาก ซึ่งช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ ก็เป็นแบบเดียวกัน ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องดังกล่าวมาแล้ว

๒. ช่องทางการจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ของโรงงานก็ทำการผลิต เพื่อเป็นสินค้าส่งออก โดยมีช่องทางการจำหน่ายจากโรงงานตัวอย่าง ไปยังตลาดต่างประเทศ โดยผ่านตัวแทนจำหน่าย (ต่างประเทศ) ดังแสดงในรูปที่ ๓.๔



รูปที่ ๓.๔ ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศของโรงงานตัวอย่าง

ค. ภาวะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่าง

ในการวิจัยนี้ขอศึกษาถึงภาวะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่าง ที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะภาวะการจำหน่ายของตลาดภายในประเทศนั้นมีส่วนน้อย และทางโรงงานก็ไม่มีนโยบายที่จะพัฒนาตลาดภายในประเทศ จากภาวะการส่งออกของโรงงานตัวอย่าง โดยจะศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปี ๒๕๑๘ - ๒๕๒๓ ซึ่งมีปริมาณการส่งออกดังตารางที่ ๓ - ๑

ตารางที่ 3 - 1

ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

หน่วย : ตัน

ปี	สับปะรดกระป๋อง	น้ำสับปะรดกระป๋อง
2518	12,800	275
2519	16,000	253
2520	20,800	298
2521	25,600	644
2522	20,800	904
2523	22,400	879

ที่มา : โรงงานตัวอย่าง

จากภาวะการจำหน่ายทั้งสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างที่ส่งไปยังตลาดต่างประเทศนั้น ทางโรงงานต้องประสบปัญหากับคู่แข่งขันทางด้านตลาด ซึ่งมีคู่แข่งขันทั้งภายในและต่างประเทศ กล่าวคือ เมื่อปลายปี ๒๕๒๒ มีคู่แข่งขันแย่งตลาดทางยุโรปคือ ไอเวอรี่โคสต์ และเคนยา โดยขายตัดราคาในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนของโรงงานตัวอย่าง จึงทำให้การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่างลดลง ขณะเดียวกัน เมื่อปี ๒๕๒๑ และ ๒๕๒๓ ก็มีโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเปิดดำเนินการเพิ่มอีก ๒ โรง อันมีผลทำให้ส่วนแบ่งของตลาดของโรงงานตัวอย่างลดน้อยลงไป

การวิเคราะห์อุปสงค์สินค้า

ขั้นตอนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องและผักกระป๋องในประเทศมาทำการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มความต้องการสินค้าในอนาคตของตลาดในที่นี้จะขอเน้นเฉพาะตลาดต่างประเทศเท่านั้น

การวิเคราะห์อุปสงค์ผลไม้กระป๋องในขั้นตอนนั้น จะทำการวิเคราะห์แยกตามชนิดของผลไม้กระป๋องที่เป็นที่นิยมและมีบทบาทต่อตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้โดยเน้นถึงตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ

๓.๔ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋องของตลาด

๓.๔.๑) การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋องของตลาดในประเทศ

การบริโภคสับปะรดกระป๋องภายในประเทศมีไม่เกินร้อยละ ๑๐ เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่นิยมบริโภคผลไม้สดมากกว่า หาซื้อได้ง่ายกว่าและราคาก็ถูกกว่าอีกด้วย อีกประการหนึ่ง เนื่องจากผลไม้กระป๋องไม่ได้เป็นอาหารหลัก เหมือนกับพวกอาหารกระป๋องด้วยเหตุนี้ อาหารกระป๋องจึงมีลู่ทางการจำหน่ายภายในประเทศได้ดีกว่า ผลไม้กระป๋อง

จากการจำหน่ายภายในประเทศขณะนี้ ที่พอจะมีลู่ทางบ้างก็คือ การจำหน่ายตามโรงแรมและภัตตาคาร เพื่อสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ เพราะผลไม้กระป๋องสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานกว่า และนำมาบริการลูกค้าได้ทันที ไม่เหมือนกับผลไม้สดที่เน่าเสียเร็วกว่า ทำให้ทางโรงแรมหรือภัตตาคารไม่สามารถจะเก็บสำรองไว้ได้มาก

อย่างไรก็ตาม การผลิตสับปะรดกระป๋องของโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ด้วยวัตถุประสงค์หลักแล้ว ทำการผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออก และได้เป็นสินค้าที่เป็นที่นิยมของตลาดทั่วโลกแล้ว ในที่นี้จึงไม่ขอทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการภายในประเทศ

๓.๔.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

ประเทศไทยเริ่มส่งสับปะรดกระป๋องออกในปี ๒๕๑๐ แต่ปริมาณไม่มากนักคือประมาณ ๑,๔๕๒ ตัน มูลค่า ๕,๘๒๙,๐๐๐ บาท เพราะมีโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องอยู่เพียงแห่งเดียว และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ตลาดต่างประเทศจึงไม่ค่อยสนใจที่จะสั่งซื้อ หลังจากปี ๒๕๑๐ แล้วได้มีการตั้งโรงงานใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ปริมาณการผลิตจึงขยายตัวขึ้นอย่างน่าสังเกต พร้อมกับได้มีการพัฒนาในด้านคุณภาพควบคู่ไปด้วย ตลาดต่างประเทศ จึงยอมรับและสั่งซื้อมากขึ้นโดยลำดับ การส่งออกจึงขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันผลผลิตสับปะรดกระป๋องที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ของไทยประมาณร้อยละ ๙๐ - ๙๕ ถูกส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกตามตารางที่ ๓ - ๒

ตารางที่ 3 - 2

ปริมาณและมูลค่ายับปะรดกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	10,469,678	44,009,035
2515	12,636,425	51,459,614
2516	14,009,633	75,116,668
2517	29,520,554	276,513,365
2518	36,941,789	345,858,640
2519	61,445,084	604,626,929
2520	88,060,956	898,000,042
2521	113,859,281	1,201,399,429
2522	117,304,528	1,243,625,177
2523[1/]	94,602,961	1,047,647,939

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตั้งแต่ปี ๒๕๑๔ เป็นต้นมา การส่งออกสับปะรดกระป๋องได้เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี จากสถิติการส่งออกปี ๒๕๑๒ ไทยส่งสับปะรดกระป๋องออกเพียง ๙,๕๒๐,๐๐๐ กิโลกรัม มูลค่า ๓๖,๕๓๔,๐๐๐ บาท แต่พอถึงปี ๒๕๒๒ ไทยส่งออกถึง ๑๑๗,๓๐๔,๕๒๘ กิโลกรัม มูลค่า ๑,๒๔๓,๖๒๕,๑๗๗ บาท โดยเฉพาะในช่วงปี ๒๕๑๔ - ๒๕๒๓ การส่งออกมีการขยายตัวสูงคือ ปริมาณและมูลค่าการขยายตัวตามตารางที่ ๓ - ๓ อย่างไรก็ตามในปี ๒๕๒๒ ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเล็กน้อย คือเป็นจำนวน ๑๑๗,๓๐๔,๕๒๘ กิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๑ ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้น เพียงร้อยละ ๓.๕ โดยคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๑,๒๔๓,๖๒๕,๑๗๗ บาท

ตารางที่ 3 - 3

การส่งสับปะรดกระป๋องออกของไทย

ปริมาณ ก.ก.

มูลค่า บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	10,469,678	-	44,009,035	-
2515	12,636,425	+ 20.70	51,459,614	+ 16.9
2516	14,009,633	+ 10.90	75,116,668	+ 45.9
2517	29,520,554	+ 110.7	276,513,365	+ 268.1
2518	36,941,789	+ 25.2	345,858,640	+ 25.1
2519	61,445,084	+ 66.3	604,626,929	+ 74.8
2520	88,060,956	+ 43.3	898,000,042	+ 48.5
2521	113,859,281	+ 29.3	1,201,399,429	+ 33.8
2522	117,304,528	+ 3.1	1,243,625,177	+ 3.5
2523	94,602,961	- 19.4	1,047,647,939	- 15.7

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องดังในตารางที่ ๓ - ๓ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหา สมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๕ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๔ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ D (T) = - 15,090 + 13,268t ตัน (t = 1 สำหรับปี ๒๕๑๔) ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๕ การประมาณค่าพารามิเตอร์ของสมการพยากรณ์นี้ได้ใช้วิธี Least Square มาช่วยหาและผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๔ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้นโดยประมาณในอัตราปีละ ๑๓,๒๖๘ ตัน

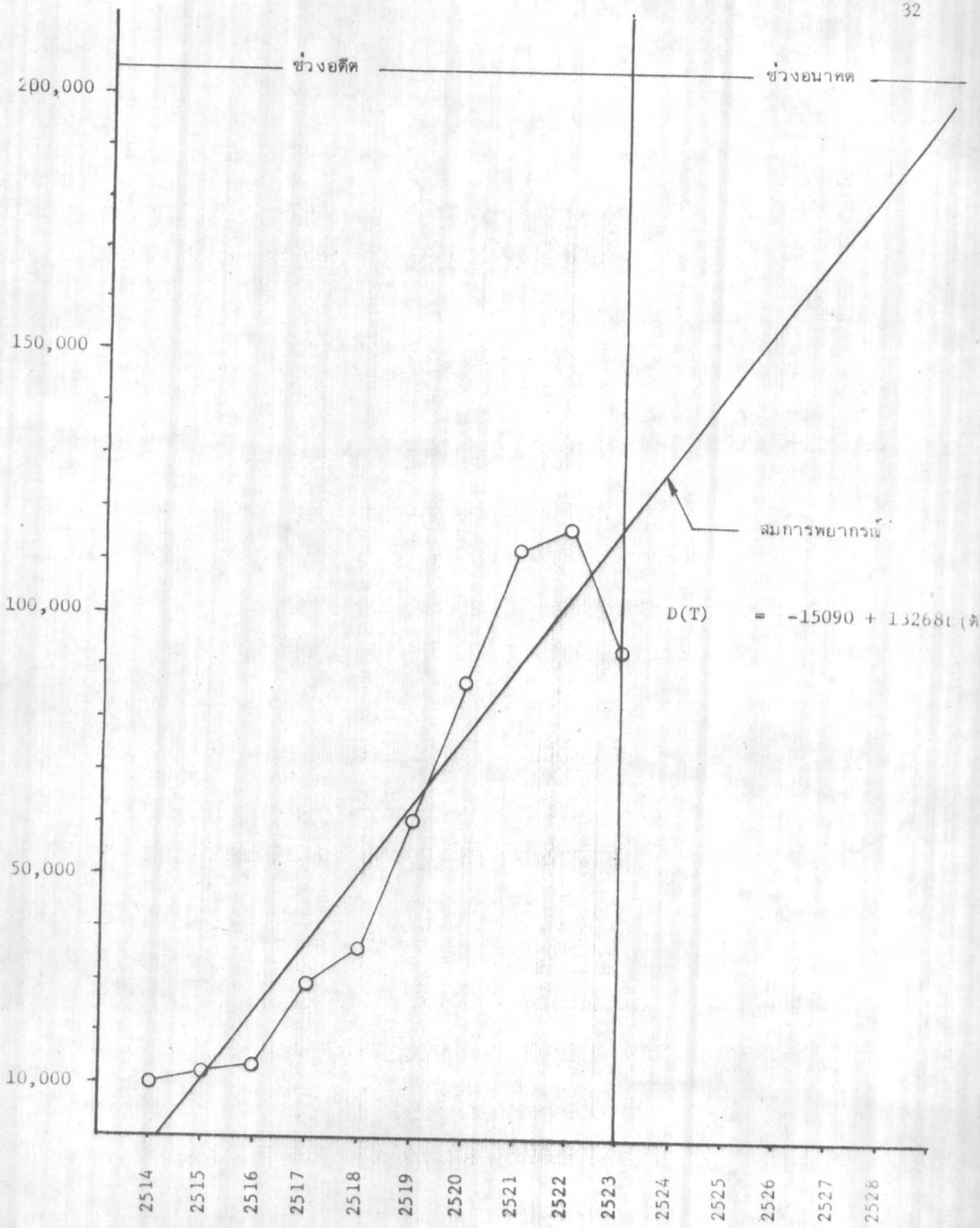
ตารางที่ 3 - 4

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

ปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘

ปริมาณ : ตัน

ปี	ปริมาณ
2524	130,859
2525	144,127
2526	157,395
2527	170,663
2528	183,391



รูปที่ ๓.๕ แสดงแนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

๓.๔.๓ ตลาดสับปะรดกระป๋องของไทย

ทราบแล้วว่าสับปะรดกระป๋องของไทยประมาณร้อยละ ๙๐ - ๙๕ จะส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ในระยะเริ่มแรกของการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทย ตั้งแต่ปี ๒๕๑๓ มานั้น การผลิตเพื่อส่งออกได้มุ่งตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ครั้นต่อมาในราวปี ๒๕๑๘ สับปะรดกระป๋องของไทยได้รับความนิยมจากกลุ่มประเทศประชาคมยุโรปมากขึ้น ตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ในตลาดต่างประเทศ สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้เป็น ๔ กลุ่มคือ

๑. กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา และคานาดา
๒. กลุ่มประเทศประชาคมตลาดยุโรป ได้แก่ เยอรมันตะวันตก, เบลเยี่ยม, เดนมาร์ก, เนเธอร์แลนด์, และอังกฤษ
๓. กลุ่มทวีปเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น, ฮ่องกง, ลาว, สิงคโปร์ และเกาหลี
๔. กลุ่มตะวันออกกลาง ได้แก่ บาร์เรน, อิสราเอล, โซมาเลีย, คูเวต ซาอุดิอาราเบีย, อาหรับ และเยเมน

สหรัฐอเมริกาและคานาดา ประเทศไทยส่งสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกาประมาณ ๕๐,๘๒๒ ตัน หรือร้อยละ ๕๐ ของปริมาณส่งออกทั้งหมดในปี ๒๕๒๓ ส่วนคานาดาในปี ๒๕๒๓ นำสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยเข้าประมาณ ๖,๗๔๒ ตัน หรือประมาณร้อยละ ๗ ของปริมาณการส่งออกของประเทศไทย ข้อมูลปี ๒๕๒๓ คิดตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนตุลาคม เท่านั้น

ปัญหาในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ปัญหาอัตราค่าระวางเรือ ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ อันมีผลกระทบกระเทือนต่อต้นทุนและราคาส่งออก

ประชาคมตลาดร่วมยุโรป ประเทศไทยส่งสับปะรดกระป๋องไปยังประชาคมตลาดร่วมยุโรปเป็นอันดับสองรองจากสหรัฐอเมริกา ประเทศที่นำสับปะรดกระป๋องไทยเข้ามากที่สุดในบรรดาประเทศกลุ่มประชาคมฯ ได้แก่ เยอรมันตะวันตก ในช่วง ๑๐ เดือนแรกของปี ๒๕๒๓

มีปริมาณ ๒๔,๙๐๔ ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๔ ของการส่งออกของไทยทั้งหมด ในปี ๒๕๒๑ ประเทศไทยเป็นผู้ส่งสับปะรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของเยอรมัน แทนไอเวอรีโคสต์ ซึ่งเคยครองอันดับหนึ่ง และเคนย่า ซึ่งเป็นคู่แข่งขันสำคัญของไทย ทั้งๆ ที่ประเทศไทยเสียเปรียบกว่า เพราะประเทศทั้งสองได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าจากกลุ่มประชาคมฯ และเป็นสมาชิกของสนธิสัญญาโลเม่ (Lome Convention) รายละเอียดการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของเยอรมันตามตารางที่ ๓ - ๕

ตารางที่ 3 - 5

การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของเยอรมันระหว่างปี ๒๕๑๘ - ๒๕๒๑

ปริมาณ : ตัน

ประเทศผู้ส่งสินค้า	2518	2519	2520	2521
ไอเวอรี่โคสต์	23,686	21,363	15,178	16,463
สหภาพอัฟริกาใต้	12,710	10,819	4,244	7,468
ไทย	7,640	10,187	12,026	29,487
ไต้หวัน	4,200	2,571	111	*
ฟิลิปปินส์	2,534	10,184	7,882	9,261
มาเลเซีย	2,819	3,984	2,981	1,755
เคนย่า	5,882	6,882	11,313	13,856
จีน	3,216	6,786	1,826	690
สหรัฐอเมริกา	3,936	2,478	2,549	2,546
อื่น ๆ	5,298	5,362	6,700	8,020
รวม	71,921	80,518	64,810	89,546

* รวมอยู่ในอื่น ๆ

ที่มา : Roy Ellard's Foodnews

ในปลายปี พ.ศ. ๒๕๒๑ เยอรมันตะวันตกได้เริ่มสั่งซื้อสับปะรดกระป๋องจากไทยน้อยลง ทั้งนี้ เนื่องจากไอเวอรี่โคสต์ แข่งขันตัดราคาจำหน่ายสับปะรดกระป๋องของไทย อันเป็นราคาต่ำกว่าต้นทุน ดังได้กล่าวแล้วว่า ไอเวอรี่โคสต์ ได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้า นอกจากนั้นก็ยังได้เปรียบในด้านค่าขนส่งอีกด้วย ทำให้ราคาค่อนข้างถูกกว่าไทยมาก และประเทศไทยไม่สามารถลดราคาขายแข่งขันได้ จึงทำให้ประเทศไทยเสียตลาดไป

อย่างไรก็ตาม ได้มีการประชุมประเทศผู้ส่งสับปะรดกระป๋องไปจำหน่ายยังประชาคมฯ ทั่วโลกที่ไต้หวัน เพื่อยกระดับราคาสับปะรดกระป๋องให้มีราคาสูงขึ้น โดยมีการจัดสรรโควต้า การส่งสับปะรดกระป๋องไปยังประชาคมฯ ซึ่งประเทศไทยได้รับโควต้า ๓.๕ ล้านหีบ และเพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลง รัฐบาลได้เข้าทำการควบคุมการส่งสับปะรดกระป๋องไปจำหน่ายประชาคมฯ โดยผู้ส่งออกต้องขออนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ตั้งแต่วันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๒๒ เป็นต้นไป

<u>ตลาดทางด้านเอเชีย</u>

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่นำเข้ามากที่สุดในแถบนี้ และเป็นตลาดสับปะรดกระป๋องของไทย รองลงมาจากสหรัฐอเมริกาและเยอรมันตะวันตก ตลาดญี่ปุ่นมีความต้องการสับปะรดกระป๋องปีหนึ่งประมาณ ๓ - ๓.๕ ล้านหีบมาตรฐาน (ขนาดบรรจุ ๓๐ ออนซ์ ๒๔ กระป๋องต่อหีบ) แต่ญี่ปุ่นมีนโยบายคุ้มครองอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องภายในประเทศ จึงนำเข้าได้เพียงปีละ ๑.๑ ล้านหีบมาตรฐาน* อย่างไรก็ตาม สับปะรดกระป๋องเป็นสินค้าที่อยู่ในเป้าหมาย การค้าระหว่างไทยกับญี่ปุ่น จึงมีแนวโน้มที่จะส่งออกไปยังญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

---

* รายงานสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

i 1777839b

ตลาดตะวันออกกลาง

ปัจจุบันได้เพิ่มการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารมากขึ้น ตามรายงานการค้าขององค์การสหประชาชาติ ผลิตภัณฑ์อาหารที่นำเข้ามากขึ้นได้แก่ ผัก, ผลไม้ และผลไม้กระป๋อง ซึ่งก็นับว่าเป็นโอกาสดีของไทยในการที่จะขยายตลาดสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศดังกล่าว

สำหรับการส่งสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังตะวันออกกลาง เฉพาะประเทศซาอุดิอาระเบียประเทศเดียวในระยะ ๓ ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ในปี ๒๕๒๓ มีปริมาณ ๔,๑๑๑ ตัน มูลค่า ๔๑,๖๕๐,๖๑๘ บาท เป็นข้อมูลแค่ ๑๐ เดือน แรกเท่านั้น ดังแสดงในตาราง ที่ ๓ - ๘ อัตราการนำเข้าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๖๒ ของปี ๒๕๒๑ ซึ่งมีปริมาณเพียง ๑,๕๗๑ ตัน

ปัญหาการขยายตลาดสับปะรดกระป๋องไทยไปยังประเทศตะวันออกกลาง ที่ประสพอยู่ในขณะนี้ ที่สำคัญมี ๒ ประการคือ

ก. ประเทศในตะวันออกกลางโดยปกติจะซื้อสับปะรดกระป๋องจากมาเลเซีย และไต้หวัน ซึ่งเป็นตลาดประจำเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การขยายตลาดสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศในตะวันออกกลางเป็นไปด้วยความลำบาก ผู้ส่งออกของไทยเคยติดต่อกับผู้นำเข้าในตลาดตะวันออกกลาง โดยจะส่งสับปะรดกระป๋องของไทย ออกไปตลาดดังกล่าว โดยใช้ชื่อของบริษัทในมาเลเซีย

ข. ปัญหาเรื่องการขนส่ง และอัตราค่าระวางเรือ ที่จะใช้ขนส่งสินค้าจากไทยไปยังประเทศในตะวันออกกลางมีไม่สม่ำเสมอ หาเรือได้ยาก เปรียบเทียบกับเรือของมาเลเซีย ซึ่งเป็นคู่แข่งขัน มีเรือขนส่งสินค้าไปยังตลาดตะวันออกกลางเป็นประจำทุกสัปดาห์ และอัตราค่าระวางเรือของไทยก็ยังแพงกว่าของมาเลเซีย และไต้หวันอีกด้วย

๓.๔.๔ ปริมาณการผลิตและความต้องการสับปะรดกระป๋องของโลก

ก. ปริมาณการผลิตของโลก

ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของโลก ปรากฏว่าปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก รองจากฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศอื่นๆ ก็มีปริมาณการผลิตรองลงมา ได้แก่ ไอเวอรีโคสท์, อัฟริกาใต้ เคนย่า มาเลเซีย และไต้หวัน เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖

ตารางที่ 3 - 6

ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของโลก

ขนาด 20 ออนซ์ หีบละ 24 กระป๋อง

หน่วย : ล้านหีบ

ประเทศ	2520	2521	2522	2523
ไต้หวัน	1.3	1.2	1.5	2.
ไทย	3.4	5.5	6.5	8.
มาเลเซีย	2.2	2.35	2.4	2.6
อินโดนีเซีย	0.25	0.30	0.4	0.5
ฟิลิปปินส์	7.0	7.7	8.5	9.0
สหรัฐอเมริกา*	8.6	7.9	7.8	8.0
ไอเวอรีโคสต์	3.0	3.0	3.0	3.2
เคนย่า	2.5	2.5	2.6	2.7
อาฟริกาใต้	2.5	2.4	2.7	2.8
ญี่ปุ่น	1.0	1.3	1.3	1.3
ออสเตรีเลีย	1.8	1.5	1.5	1.5
ซวาซีแลนด์	0.4	0.4	0.4	0.45
เม็กซิโก	0.7	0.7	0.7	0.7
ฝรั่งเศส	0.4	0.4	0.4	0.4
ประเทศอื่น ๆ	0.6	0.6	0.6	0.6
	35.65	37.75	40.30	43.75

ที่มา : จากรายงานการประชุมของกลุ่มผู้ผลิตสับปะรด

* ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ

ข. ปริมาณความต้องการของโลก

จากรายงานการศึกษาเกี่ยวกับสับปะรดกระป๋องของตลาดโลกของบริษัท Cussor and Dukes ซึ่งเป็นเจ้าของบริษัท Dole ชี้ให้เห็นว่าปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของโลกได้เกินปริมาณความต้องการมาตั้งแต่ปี ๒๕๑๙ ดังในตารางที่ ๓ - ๗

ตารางที่ 3 - 7

ปริมาณผลิตและความต้องการสับปะรดกระป๋องของโลก

ขนาด 20 ออนซ์ หีบละ 24 กระป๋อง หน่วย : ล้านหีบ

ปี	ปริมาณผลิต	ปริมาณความต้องการ	ผลแตกต่าง	ผลแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ
2517	47.0	48.9	- 1.9	- 4
2518	47.0	47.0	-	-
2519	47.3	46.3	1.3	2.7
2520	52.5	50.3	2.3	4.2
2521	57.5	52.0	5.5	6.9
2522	60.4	53.0	7.4	12.3
2523	64.5	54.1	10.6	16.4

ที่มา : Cussor and Dukes Company.

เมื่อเปรียบเทียบกำลังการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย กับกำลังการผลิตสับปะรดของโลกแล้ว ปรากฏว่า กำลังการผลิตของประเทศไทยที่เปิดดำเนินการในปัจจุบันประมาณร้อยละ ๒๓ ของกำลังการผลิตของโลก[๑/] แต่ถ้าหากคิดกำลังการผลิตที่ได้รับอนุญาตแล้ว

ประเทศไทย คิดกำลังการผลิต ประมาณ ร้อยละ 52 ของกำลังการผลิตของโลก

๑/ รายงานสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประเทศไทย จะมีกำลังการผลิตประมาณร้อยละ ๕๒ ของกำลังการผลิตของโลก

ตารางที่ 3 - 8

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

หน่วย : ตัน

ชื่อประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
จีน	-	-	-	-	95,023	1,530,676
พม่า	45	1.816	-	-	-	-
ไซปรัส	-	-	800	7,701	35,256	427,755
อ่องกง	95,242	1,037,570	317,801	3,573,837	110,925	1,365,874
อิหร่าน	318,552	2,103,491	-	-	-	-
อินโดนีเซีย	-	-	-	-	18,700	383,724
อิสราเอล	61,066	615,610	418,066	4,540,963	61,995	725,504
ญี่ปุ่น	6,565,911	97,370,717	5,854,468	98,346,252	2,532,294	40.169,524
เกาหลี	1,113,083	13,200,266	1,632,583	18,780,859	1,406,135	15,768,691
คูเวท	224,533	2,433,307	60,011	641,402	175,068	1,993,776
เลบานอน	8,418	121,537	105,336	1,135,260	229,932	2,825,893
โอเมน	301,121	3,505,985	-	-	13,695	166,618
ซาอุดิอาระเบียร	1,571,025	15,318,544	3,566,782	32,671,422	4,111,455	41,654,618
สิงค์โปร์	76,078	839,706	102,521	980,616	73,779	882,339
สังกา	15,594	100,754	-	-	-	-
ไซเรีย	-	-	28,305	265,432	27,946	199,956
อาหรับ	764,665	9,146,210	702,477	8,261,427	135,168	1,575,811

ชื่อประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เวียดนาม	2,712	31,147	-	-	-	-
เยเมน	835,900	9,521,399	1,059,278	11,399,174	373,689	3,953,508
เบลเยี่ยม	1,817,168	17,846,539	1,191,668	11,068,527	590,936	6,025,309
เชคโกสโลวาเกีย	-	-	15,255	159,024	75,816	882,750
เดนมาร์ค	1,359,500	13,689,011	908,383	9,596,567	668,337	7,999,876
ฟินน์แลนด์	569,795	6,648,159	320,070	3,820,634	451,939	5,628,077
ฝรั่งเศส	6,303,058	68,915,006	1,433,585	15,550,024	2,191,424	23,837,827
เยอรมัน	29,501,954	279,301,800	22,671,931	202,586,616	24,904,483	251,138,204
กรีก	-	-	39,289	596,889	115,423	1,138,933
ไอรแลนด์	16,016	171,540	-	-	16,172	176,597
อิตาลี	689,112	7,532,544	480,440	4,902,658	390,626	4,295,414
Malta	-	-	-	-	5,443	65,232
เนเธอร์แลนด์	4,172,545	43,068,394	2,355,618	23,374,008	2,005,744	20,734,799
นอร์เวย์	772,215	8,315,664	599,751	6,570,120	710,724	8,507,851
โปแลนด์	-	-	119,328	1,328,304	-	-
สเปน	1,418,950	15,538,643	3,143,915	34,661,006	885,519	11,350,726
สวีเดน	590,857	5,985,165	530,081	5,473,087	154,089	1,518,066
สวิทเซอร์แลนด์	80,887	987,435	554,981	6,287,302	118,986	1,428,420
อังกฤษ	812,548	8,840,173	384,064	3,545,512	547,708	6,272,937
ยูโกสลาเวีย	454,725	6,296,181	-	-	-	-
รัสเซีย	-	-	340	3,059	250,387	2,601,245
ชิลี	-	-	82,011	843,914	428,523	7,045,071
คานาดา	6,701,986	74,246,906	7,314,554	82,946,672	6,742,266	-
สหรัฐอเมริกา	45,831,533	480,347,791	60,547,455	642,763,054	50,821,753	573,895,237

ชื่อประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เอธิโอเปีย	-	-	4,240	53,193	-	-
DJIBOUTI	-	-	-	-	68,342	734,610
โซมาเลีย	273,370	2,870,137	136,685	1,417,752	-	-
อียิปต์	-	-	-	-	235,091	2,517,403
ซีเรีย	-	-	-	-	1,821	10,197
เปอร์โตริโก	15,649	173,734	-	-	-	-
ซูดาน	-	-	31,893	368,320	31,893	346,181
อัฟริกาใต้	78,912	946,530	-	-	-	-
ออสเตรเลีย	82,225	902,530	209,338	1,963,311	170,906	1,732,305
นิวซีแลนด์	107,620	1,536,905	114,180	871,877	62,110	698,768
บาเรนท์	321,189	1,758,992	8,895	82,844	-	-
มาเลเซีย	-	-	13,335	156,937	-	-
เนปาล	-	-	24	1,440	-	-
ฟิลิปปิน	18,525	213,349	61	660	-	-
ออสเตรเลีย	-	-	238,730	1,975,951	-	-

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

๓.๔.๕ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

ดังได้กล่าวแล้วในหัวข้อ ข้อมูลทางการตลาดสินค้าของโรงงานตัวอย่างว่าผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง ผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออกในที่นี้ จึงทำการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง โดยอาศัยข้อมูลรายปีในปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานตัวอย่าง ๖ ปี ด้วยกัน ตามตารางที่ ๓ - ๑ ซึ่งข้อมูลที่ได้มาค่อนข้างน้อย จึงทำให้การวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องไม่สมบูรณ์นัก แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อจะได้เป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการส่งออกของโรงงานตัวอย่างได้

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างที่ ๓ - ๑ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๖ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๙ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 13{,}013 + 1{,}920\ t \quad \text{ตัน}$$

$$t = 1 \text{ สำหรับปี } 2518$$

ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓ - ๖ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๙ โดยสรุปผลได้ว่ามีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราประมาณปีละ 1,920 ตัน

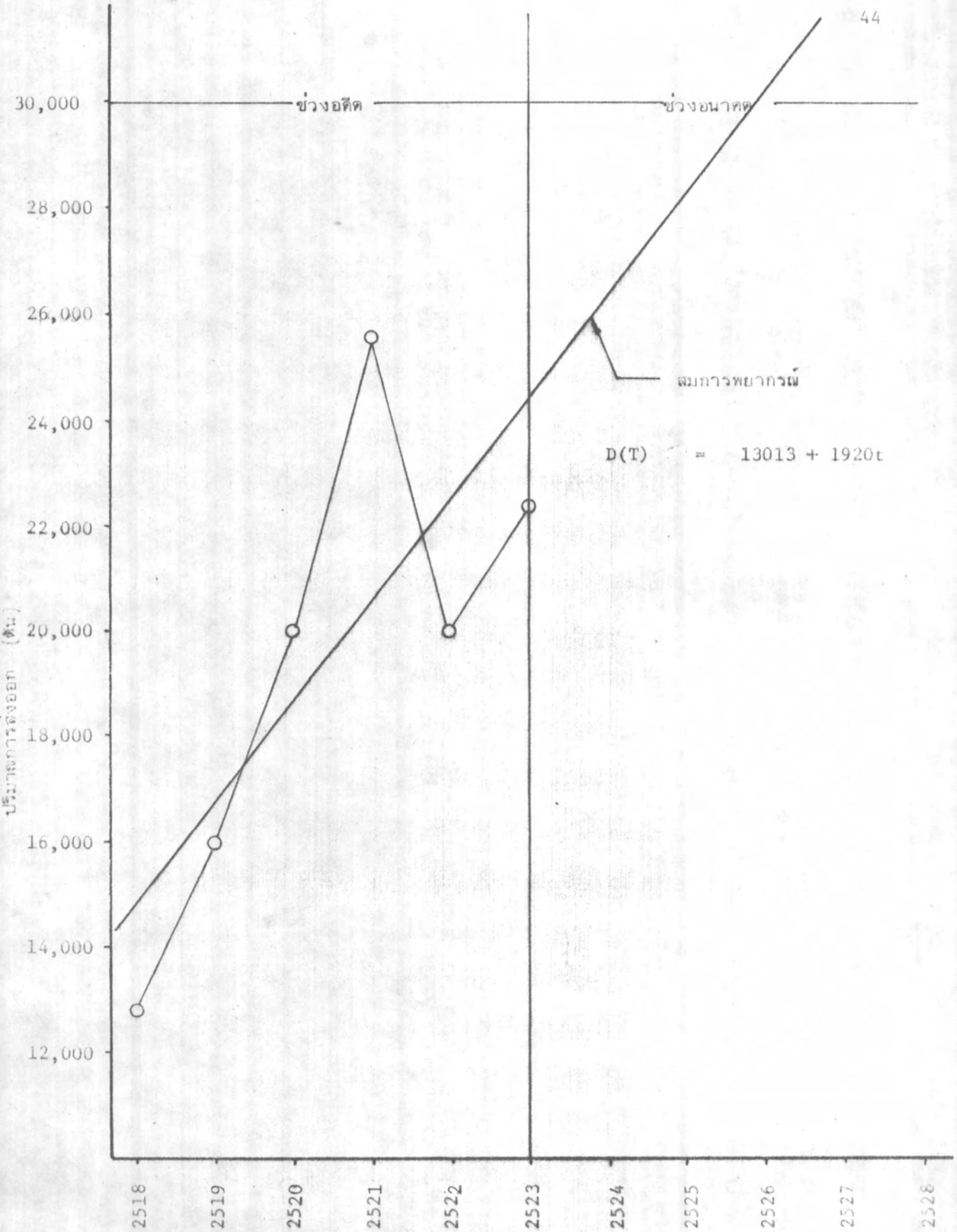
ตารางที่ 3 - 9

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : ตัน

ปี	ปริมาณ
2524	26,453
2525	28,373
2526	30,293
2527	32,213
2528	34,133



รูปที่ ๓.๖ แสดงแนวโน้มการส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

๓.๕ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาด

๓.๕.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ตลาดภายในประเทศของเงาะกระป๋องมีทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้จากการสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถามไปยังโรงงานมาตรฐานต่าง ๆ[1/] ที่ทำการผลิตเงาะประกองออกจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ ในที่นี้ขอสงวนนามของโรงงานมาตรฐานเพื่อความเหมาะสม โดยอาศัยข้อมูลย้อนหลัง ๕ ปี มีปริมาณความต้องการเงาะกระป๋องตามตารางที่ ๓ - ๑๐

ตารางที่ 3 - 10

ปริมาณความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณความต้องการ	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	19,279	-
2521	23,928	24.11
2522	22,579	- 5.6
2523	30,410	34.6
2524[2/]	28,025	- 7.8

2/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

1/ โรงงานมาตรฐานที่ส่งแบบสอบถามไปตอบกลับมา ๘ โรงงานจากจำนวน ๑๑ โรงงาน และตัวเลขในตารางเป็นค่าเฉลี่ยของทุก ๆ โรงงาน

จากข้อมูลปริมาณความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ดังในตารางที่ ๓ - ๑๐ จะเห็นได้ว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการ เพิ่มขึ้นและลดลงไม่สม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๗ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๑ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster ที่รูปสมการคือ

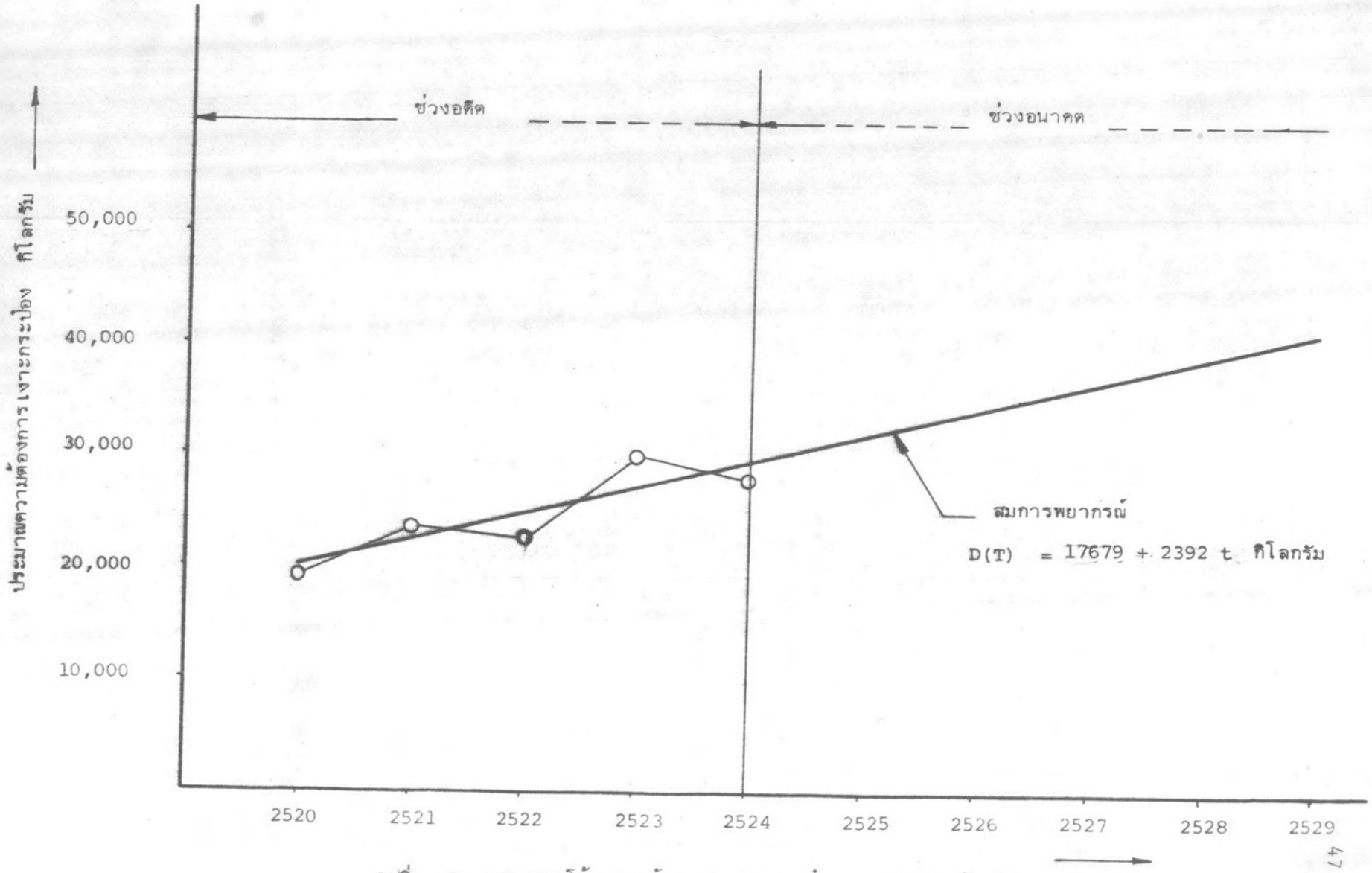
$$D(T) = 17{,}679 + 2{,}392t \quad \text{กิโลกรัม}$$

$$t = 1 \quad \text{สำหรับปี } 2520$$

ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๗ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการเงาะกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๑ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณความต้องการเงาะกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยประมาณในอัตราปีละ ๒,๓๙๒ กิโลกรัม ซึ่งอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำประมาณร้อยละ ๗.๒ ของอัตราการเพิ่มขึ้นในการส่งออก

ตารางที่ ๓ - ๑๑ แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดในประเทศ

ปี	ปริมาณ (กก.)
2524	29,639
2525	32,031
2526	34,423
2527	36,815
2528	39,207
2529	41,599



รูปที่ ๓.๗ แสดงแนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๕.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

เงาะกระป๋อง (Rambutan Canned) ประเทศไทยเริ่มส่งเงาะกระป๋องออกอย่างจริงจังเมื่อปี ๒๕๑๔ นับตั้งแต่ปี ๒๕๑๖ เป็นต้นมา ปริมาณการส่งออกได้เพิ่มขึ้นทุกปี ดังแสดงตารางที่ ๓ - ๑๒ ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากว่ายังไม่มีโครงการผลิตเงาะกระป๋องอย่างจริงจัง เหมือนสับปะรดกระป๋อง และอีกประการหนึ่ง ก็อาจจะไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในตลาดที่สำคัญของต่างประเทศนัก

ตารางที่ 3 - 12 ปริมาณและมูลค่าเงาะกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปี	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)
2515	34,917	133,744
2515	57,807	259,542
2516	22,169	270,127
2517	72,488	889,282
2518	120,336	1,948,152
2519	179,630	3,297,026
2520	206478	4,296,995
2521	194,981	3,599,012
2522	268,809	6,140,147
2523[1/]	330,552	7,196,206

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตั้งแต่ปี ๒๕๑๖ การส่งออกเงาะกระป๋องของไทยได้เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี เมื่อปี ๒๕๑๖ มีปริมาณการส่งออก ๒๒,๑๖๔ กิโลกรัม มูลค่า ๒๗๐,๑๒๗ บาท พอถึงปี ๒๕๒๒ ไทยส่งออกถึง ๒๖๘,๘๐๔ กก. มีมูลค่า ๖,๑๔๐,๑๔๗ บาท อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการส่งออกตามตารางที่ ๓ - ๑๓ จะเห็นว่าความต้องการของตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นน้อยกว่าสับปะรดกระป๋อง

ตารางที่ 3 - 13

อัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเงาะกระป๋องของไทย

ปริมาณ : โลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	34,917	-	133,744	-
2515	57,807	+ 65.6	259,542	+ 94.1
2516	22,169	- 61.6	270,127	+ 4.1
2517	72,488	+ 226.9	889,282	+ 229.2
2518	120,336	+ 66.0	1,948,152	+ 119.1
2519	179,630	+ 49.3	3,297,026	+ 69.2
2520	206,478	+ 14.9	4,296,995	+ 30.3
2521	194,981	- 5.6	3,599,012	- 16.2
2522	268,809	+ 37.9	6,140,147	+ 70.6
2523[1/]	330,552	+ 22.9	7,196,206	+ 17.2

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตลาดเงาะกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงค์โปร์, สหรัฐอเมริกา, ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และออสเตรเลียตามที่แสดงปริมาณและมูลค่าดังตารางที่ ๓ - ๑๔ โดยเฉพาะปี ๒๕๒๓ ข้อมูลมีตัวเลขตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม เท่านั้น จะเห็นว่ามากกว่าร้อยละ ๗๔ ของเงาะกระป๋องที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายทั้งหมด ส่งไปที่สหรัฐอเมริการ่วนประเทศอื่นๆ นำเข้ามีปริมาณน้อยตามลำดับ

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกเงาะกระป๋องดังในตารางที่ ๓ - ๑๓ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวกฑ จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๘ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๕ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกเงาะกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ D (T) = - 33,284 + 33,109 t กิโลกรัม (t = 1 สำหรับปี 2514) ดังได้แสดงแนวโน้มการให้เห็นในรูปที่ ๓.๘ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเงาะกระป๋องได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๕ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกเงาะกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยประมาณในอัตราปีละ ๓๓,๑๐๙ กิโลกรัม แต่ก็ยังเพิ่มในอัตราที่น้อยกว่าสับปะรดกระป๋อง

ตารางที่ 3 - 14

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเงาะกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ(กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ(กก.)	มูลค่า (บาท)
ฮ่องกง	544	11,641	-	-	96	2,160
ลาว	271	6,748	475	9,684	2,527	66,245
มาเลเซีย	540	9,482	6,000	150,000	25,784	663,981
ซาอุดิอาราเบีย	1,414	28,271	7,958	242,919	13,258	435,629
สิงค์โปร์	97,191	1,422,084	85,089	1,578,470	53,223	1,139,227
เดนมาร์ค	-	-	-	-	272	10,836
ฝรั่งเศส	20,997	464,133	36,156	932,752	6,085	208,437
เยอรมัน	271	4,156	2,329	54,967	68	1,897
เนเธอร์แลนด์	5,424	109,006	9,492	242,760	6,780	168,300
สวีเดน	-	-	-	-	41	1,102
สวิทเซอร์แลนด์	-	-	15,594	160,416	60	2,987
อังกฤษ	-	-	545	37,699	407	13,923
คานาดา	4,079	104,781	7,872	214,309	5,968	192,505
อเมริกา	54,589	1,203,541	87,862	2,261,471	246,132	5,166,552
ออสเตรเลีย	2,177	50,266	7,819	223,426	6,232	197,814
อิสราเอล	-	134,475	678	12,750	-	-
นิวซีแลนด์	5,443	-	940	18,523	-	-
เบลเยี่ยม	2,041	50,428	-	-	-	-
	194,981	3,599,012	268,809	6,140,147	330,552	7,196,206

1/ ตัวเลขเบื้องต้น มกราคม - ตุลาคม

ที่มา : กรมศุลกากร

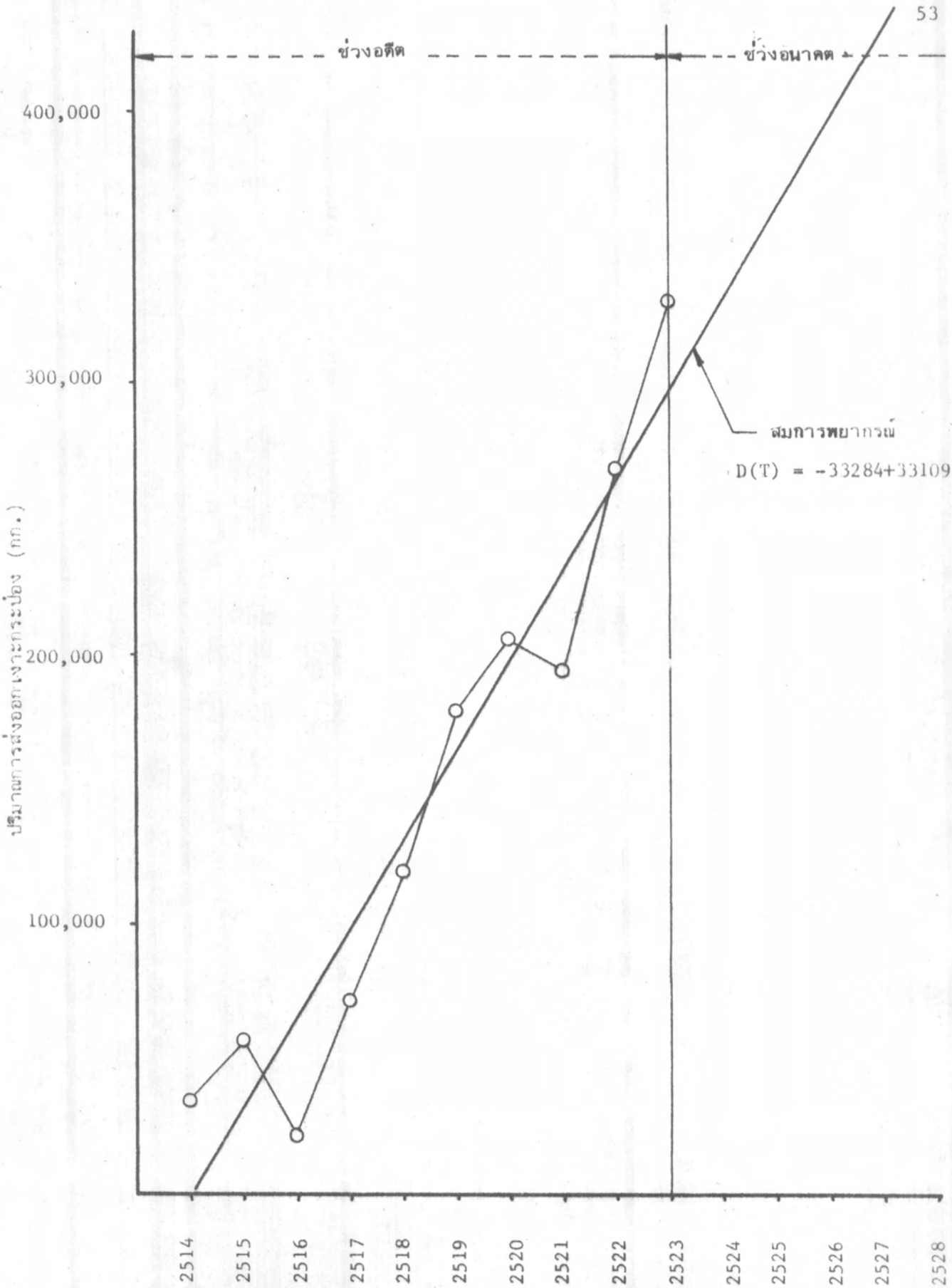
ตารางที่ 3 - 15

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเงาะกระป๋องของประเทศไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	330,918
2525	364,027
2526	397,137
2527	430,246
2528	463,356



รูปที่ ๓.๔ แสดงแนวโน้มการส่งออกเงาะกระป๋องของประเทศไทย

๓.๖ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเจาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาด

๓.๖.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเจาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการเจาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ตามตารางที่ ๓ - ๑๖ จะเห็นได้ว่าปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศ น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการส่งออก และปริมาณความต้องการอยู่ในอัตราเพิ่มขึ้นและลดลงไม่สม่ำเสมอ

ตารางที่ ๓ - ๑๖

ปริมาณความต้องการเจาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2520	25,433	-
2521	90,445	+ 255.6
2522	86,940	- 3.8
2523	75,480	- 13.2
2524[1/]	69,084	- 8.5

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

จากข้อมูลปริมาณความต้องการ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องตามตารางที่ ๓-๑๖ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค.จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๙ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๗ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ไม่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูล เป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 69,476 \quad \text{กิโลกรัม}$$

ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๙ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๑๗ โดยอาจสรุปได้ว่า ไม่มีปริมาณความต้องการ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง เพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณความต้องการปีละ ๖๙,๔๗๖ กิโลกรัม

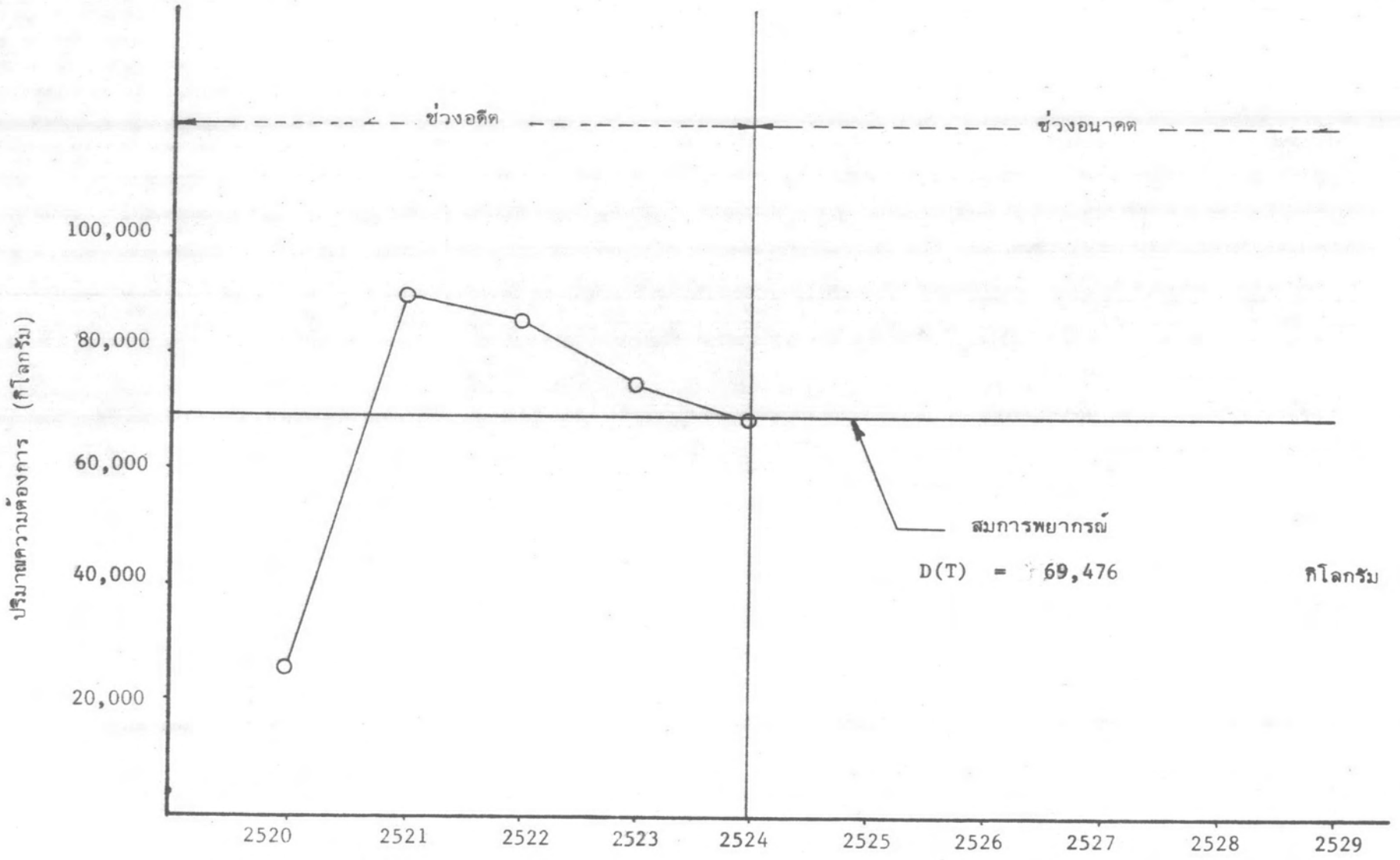
ตารางที่ 3 - 17

แสดงผลการพยากรณ์ ปริมาณความต้องการ เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	69,476
2525	69,476
2526	69,476
2527	69,476
2528	69,476
2529	69,476



รูปที่ ๓.๙ แสดงแนวโน้มความต้องการเจาะลอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๖.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

เงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋อง (Rambutan with Pineapple in Syrup) ประเทศไทยได้เริ่มทำการส่งออกอย่างจริงจัง เมื่อปี ๒๕๑๖ ด้วยปริมาณไม่มากนัก คือประมาณ ๓,๐๖๒ กิโลกรัม มูลค่า ๕๗,๐๒๓ บาท ในปีต่อมาปริมาณการส่งออกได้ขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๘ - ๒๕๒๓ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๑๘ ทั้งนี้เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่กำลังเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศประกอบกับเงาะสอดไส้สับปะรดมีรสชาดดีกว่าเงาะกระป๋อง ตรงที่ว่ามีรสเปรี้ยวของสับปะรดอยู่ด้วย นอกจากนั้นราคาจำหน่ายโดยเฉลี่ยก็สูงกว่าเงาะกระป๋อง ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่สนใจของโรงงานผู้ผลิตที่มีแนวโน้มมาผลิตประเภทนี้มากขึ้น

ตารางที่ 3 - 18

ปริมาณและมูลค่า เงาะสดไส้สับปะรดกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	-	-
2515	-	-
2516	3,062	57,023
2517	17,814	280,239
2518	51,794	929,924
2519	221,472	3,870,421
2520	314,307	6,436,091
2521	695,734	13,395,432
2522	472,501	11,299,937
2523[1/]	436,308	9,557,075

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของไทยมีการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ตั้งแต่ปี ๒๕๑๖ มีปริมาณ ๓,๐๖๘ กิโลกรัม มูลค่า ๕๗,๐๒๓ บาท จะเห็นว่ามีการส่งออกน้อยมากพอถึงช่วงปี ๒๕๑๙ - ๒๕๒๓ มีปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้น และส่งออกมากที่สุดในปี ๒๕๒๑ มีปริมาณถึง ๖๙๕,๗๓๔ กิโลกรัม มูลค่า ๑๓,๓๙๕,๔๓๒ บาท มีอัตราสูงกว่าปี ๒๕๒๐ ถึงร้อยละ ๑๒.๑ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๑๙

ตารางที่ 3 - 19

การส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	-	-	-	-
2515	-	-	-	-
2516	3,062	-	57,023	-
2517	17,814	+ 481.7	280,239	+ 391.4
2518	51,794	+ 190.7	929,924	+ 231.8
2519	221,307	+ 327.3	3,870,421	+ 316.2
2520	314,307	+ 42.0	6,536,091	+ 66.3
2521	695,734	+ 121.4	13,395,432	+ 108.1
2522	472,501	- 32.1	11,299,937	- 15.6
2523	436,308	- 7.6	9,557,075	- 15.4

ตลาดเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงคโปร์, ฝรั่งเศส อินโดนีเซีย, สหรัฐอเมริกาและเยอรมัน ตามที่แสดงปริมาณและมูลค่าดังตารางที่ ๓ - ๒๐ โดยเฉพาะในปี ๒๕๒๓ ข้อมูลมีตัวเลขตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม เท่านั้น จะเห็นว่ามากกว่าร้อยละ ๔๙ ของเงาะสอดไส้สับปะรดที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายทั้งหมด ส่งไปที่สิงคโปร์ ส่วนประเทศอื่นๆ นำเข้ามีปริมาณน้อยลงตามลำดับ

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ดังในตารางที่ ๓ - ๑๙ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้ม การส่งออกโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๐ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๑ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ D (T) = - 116,097 + 87,271 t กิโลกรัม (t = 1 สำหรับปี 2516) ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๐ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๒๑ โดยอาจสรุปได้ว่า มีปริมาณการส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยประมาณในอัตราปีละ ๘๗,๒๗๑ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 20

ปริมาณและมูลค่าเงาะสดไส้สับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ประเทศ	2521		2522		2523	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อินโดนีเซีย	-	-	121,985	2,656,344	208,417	2,735,898
ญี่ปุ่น	-	-	-	-	135	3,060
สิงคโปร์	514,672	9,982,959	239,977	5,794,747	214,953	5,806,720
ฝรั่งเศส	12,975	354,552	43,514	1,234,738	16,500	490,482
เยอรมัน	5,988	125,909	7,812	221,128	19,073	584,489
เนเธอร์แลนด์	1,356	24,960	34,674	927,082	13,554	340,712
นอร์เวย์	-	-	-	-	298	7,880
อังกฤษ	-	-	407	12,185	1,356	53,835
สหรัฐอเมริกา	13,868	348,633	2,357	73,866	21,640	737,339
ออสเตรเลีย	272	7,029	379	9,970	1,085	37,624
ฮ่องกง	678	13,507	-	-	-	-
ลาว	27	720	-	-	-	-
มาเลเซีย	113,180	1,861,174	7,560	96,803	-	-
ซาอุดิอาราเบีย	510	9,749	1,856	70,502	-	-
ไต้หวัน	27,120	55,136	5,100	36,108	-	-
คานาดา	1,698	35,671	1,702	58,854	-	-
นิวซีแลนด์	3,390	76,406	4,500	94,860	-	-
อิสราเอล	-	-	678	12,750	-	-
อื่น ๆ	-	-	-		5,400	152,293
รวม	695,734	13,395,432	432,501	11,299,937	436,308	9,557,075

1/ ตัวเลขเบื้องต้น ที่มา : กรมศุลกากร

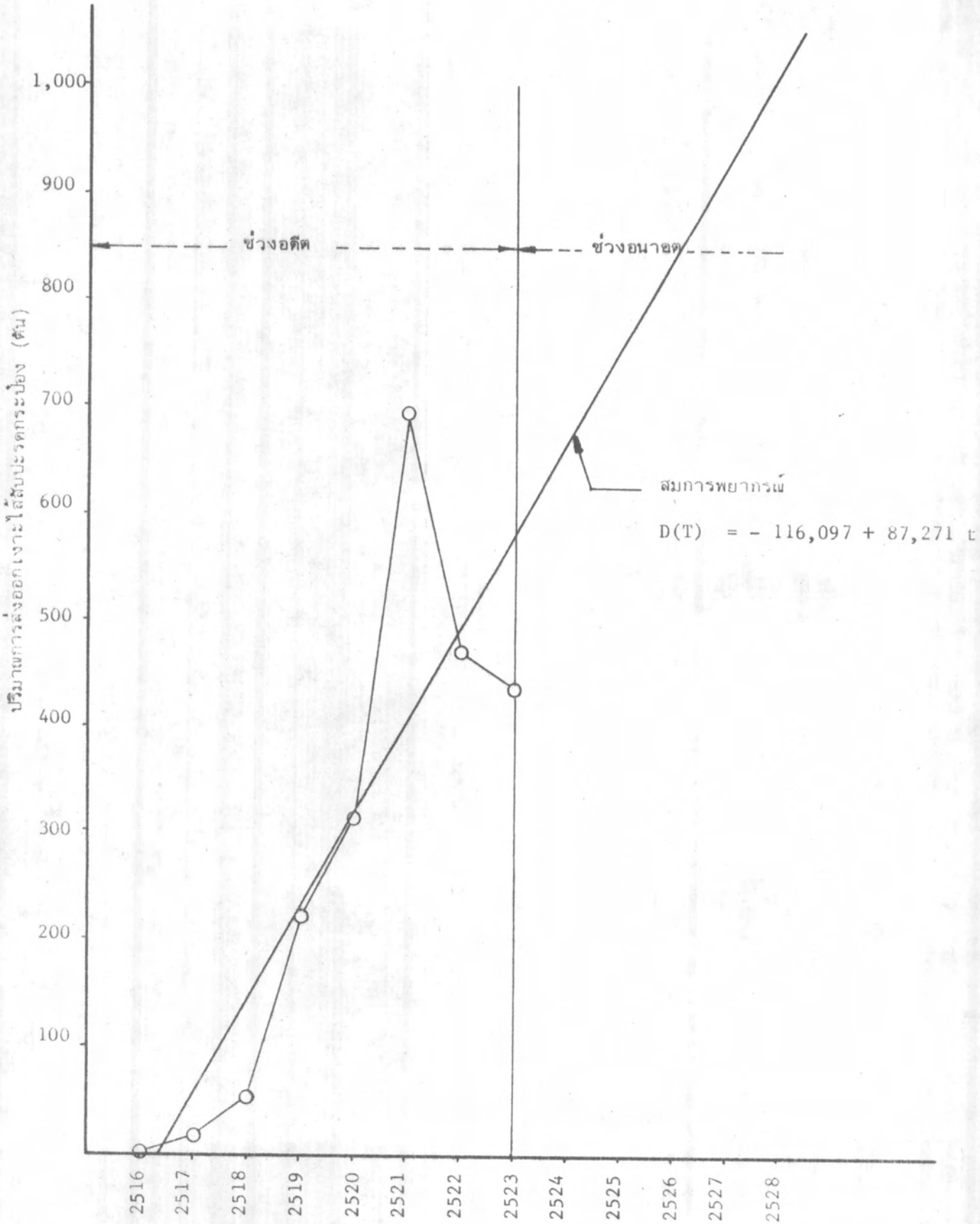
ตารางที่ 3 - 21

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเงาะสดไส้สับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	669,346
2525	756,618
2526	843,889
2527	991,161
2528	1,018,432



รูปที่ ๓.๑๐ แสดงแนวโน้มการส่งออกเงาะไส้สับปะรดของประเทศ

๓.๗ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลำใยกระป๋องของไทยในตลาด

๓.๗.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ตามตารางที่ ๓ - ๒๒ จะเห็นได้ว่า ปริมาณความต้องการยังน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการส่งออก สาเหตุที่ตลาดภายในประเทศมีความต้องการลำใยกระป๋องอยู่บ้างนั้น ก็เป็นเพราะช่วงฤดูกาลที่มีลำใยสดออกสู่ตลาดนั้นมีระยะเวลาไม่นานนัก

ตารางที่ 3 - 22

ปริมาณความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	24,280	-
2521	18,896	- 22.17
2522	28,090	+ 48.65
2523	22,100	- 21.32
2524[1/]	28,750	+ 30.09

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

จากข้อมูลปริมาณความต้องการลำใยกระป๋อง ตามตารางที่ ๓ - ๒๒ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๑ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๓ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

D (T) = 24,423 กิโลกรัม

ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๑ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการลำใยกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๓ โดยอาจสรุปได้ว่า ไม่มีปริมาณความต้องการลำใยกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๒๔,๔๒๓ กิโลกรัม

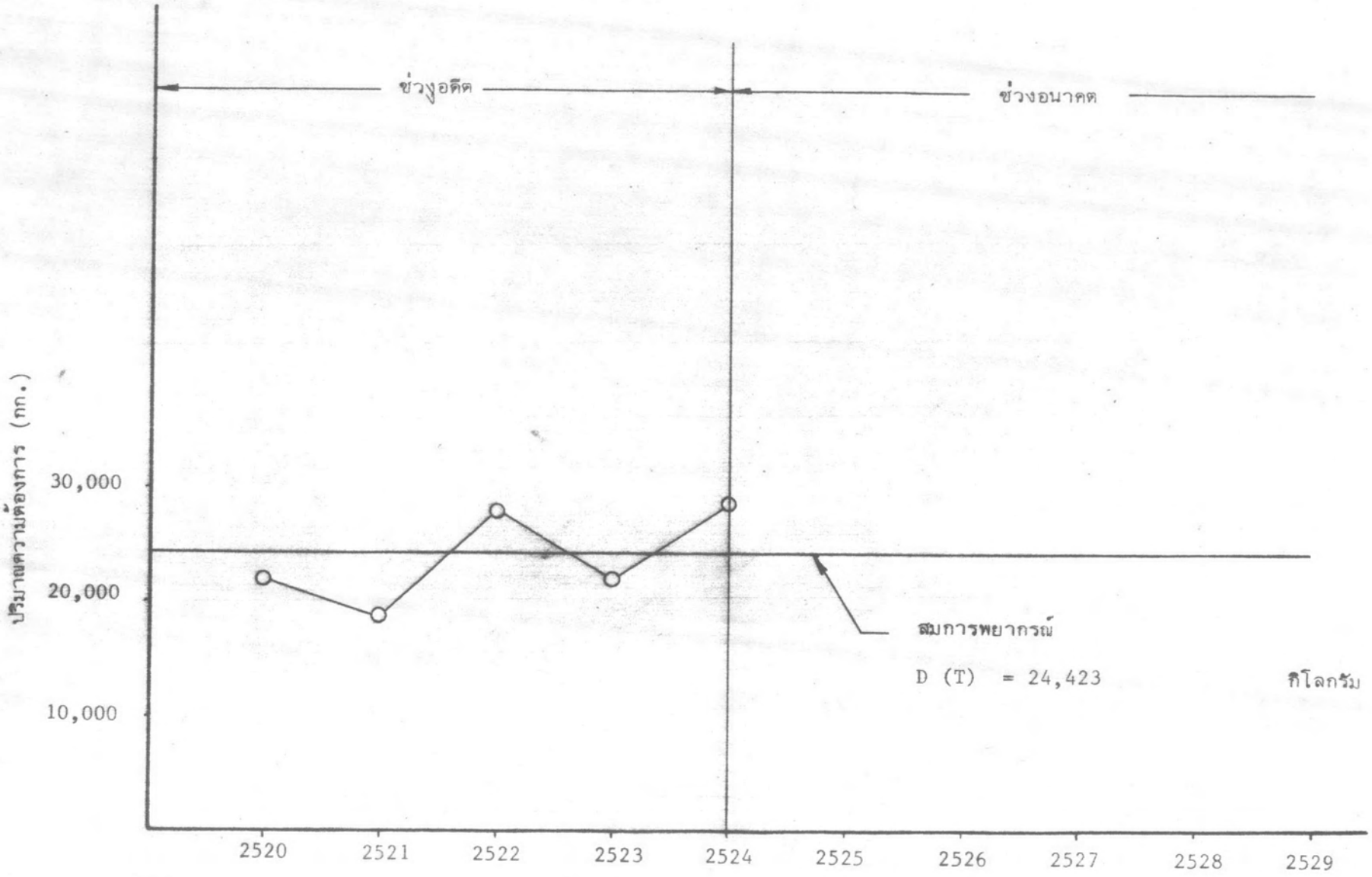
ตารางที่ 3 - 23

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	24,423
2525	24,423
2526	24,423
2527	24,423
2528	24,423
2529	24,423



รูปที่ ๓.๑๑ แสดงแนวโน้มความต้องการลำไยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๗.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลำใยกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

ลำใยกระป๋อง (Longan canned) สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกอย่างจริงจังในปี ๒๕๑๔ แต่มีปริมาณไม่มากนักคือ ส่งออกได้เพียงแค่ ๑,๒๔๐ กิโลกรัม ต่อมาอัตราการส่งออกไปในช่วงปี ๒๕๑๔ - ๒๕๑๗ มีปริมาณการส่งที่เพิ่มขึ้นและลดลงไม่สม่ำเสมอ และการส่งออกมีมากขึ้นในช่วงปี ๒๕๑๘ - ๒๕๒๓ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๒๔

ตารางที่ 3 - 24

ปริมาณและมูลค่าลำใยกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	1,240	14,700
2515	158,992	1,008,494
2516	24,388	431,646
2517	48,841	673,892
2518	21,538	308,497
2519	152,962	3,246,328
2520	192,696	3,723,303
2521	143,155	2,942,671
2522	100,203	3,191,133
2523[1/]	126,702	4,621,049

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

จากปริมาณการส่งออกในปี ๒๕๑๔ จำนวน ๑,๒๔๐ กิโลกรัม มูลค่า ๑๔,๗๐๐ บาทและได้มีปริมาณการส่งออกสูงขึ้นในปี ๒๕๑๕ มีปริมาณ ๑๕๘,๙๙๒ กิโลกรัม ๑,๐๐๘,๔๙๔ บาท อันเป็นการเพิ่มมากกว่า ๑๐๐ เท่าตัว แต่ปริมาณการส่งออกของปี ๒๕๑๖ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันในปี ๒๕๑๕ ปรากฏว่า มีปริมาณลดลงถึง ๖.๕ เท่าตัว ทั้งนี้ สาเหตุก็เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบคือ ลำใยสดปี ๒๕๑๖ ออกน้อยมาก

ตารางที่ 3 - 25

อัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณ และมูลค่าการส่งออกลำใยกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	1,240	-	14,700	-
2515	158,992	+ 12,721.9	1,008,494	+ 6,760.5
2516	24,388	- 84.6	431,646	- 57.2
2517	48,841	+ 100.3	673,892	+ 56.2
2518	21,538	- 55.9	308,497	- 54.2
2519	152,962	+ 610.2	3,246,328	+ 952.3
2520	192,696	+ 25.9	3,723,303	+ 14.7
2521	143,155	- 25.7	2,942,671	- 20.9
2522	100,203	- 30.0	3,191,133	+ 8.4
2523[1/]	126,702	+ 26.4	4,621,049	+ 44.8

1/ ตัวเลขเบื้องต้น มกราคม - ตุลาคม

ที่มา : กรมศุลกากร

ตลาดลำใยกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา, มาเลเซีย และสิงค์โปร์ ตามที่แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกตามตารางที่ ๓ - ๒๖ โดยเฉพาะปี ๒๕๒๓ ข้อมูลมีตัวเลขตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม เท่านั้น จะเห็นว่าปริมาณของลำใยกระป๋องที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายทั้งหมด ส่งไปที่มาเลเซีย ส่วนประเทศอื่นๆ นำเข้ามีปริมาณน้อยตามลำดับ

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกลำใยกระป๋อง ดังในตารางที่ ๓ - ๒๕ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์รายละเอียดดังแสดงไว้ในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๒ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๗ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกลำใยกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ D (T) = 34,589 + 11,360 t กิโลกรัม (t = 1 สำหรับปี 2514) ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๒ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกลำใยกระป๋องได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๗ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกลำใยกระป๋องเพิ่มขึ้นในอัตราปีละ ๑๑,๓๖๐ กิโลกรัม โดยประมาณ

ตารางที่ 3 - 26

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำใยกระป๋องของประเทศไทย

แยกตามประเทศที่รับซื้อ

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อินโดนีเซีย	-	-	-	-	13,560	411,625
ลาว	496	10,800	-	-	961	47,544
ซาอุดิอาระเบีย	989	37,373	1,428	74,532	7,470	310,515
สิงคโปร์	97,830	1,603,029	39,663	693,346	13,560	367,200
เวียดนาม	-	-	-	-	811	30,567
ฝรั่งเศส	-	-	12,204	413,371	26,757	895,367
เนเธอร์แลนด์	-	-	-	-	15,255	428,017
นอร์เวย์	-	-	-	-	41	1,365
สวิทเซอร์แลนด์	100	3,749	-	-	48	4,489
ฟานาดา	-	-	-	-	813	33,588
สหรัฐอเมริกา	20,601	949,974	44,467	1,972,431	58,068	2,629,403
ออสเตรเลีย	-	-	203	8,327	2,167	88,496
มาเลเซีย	23,166	337,746	2,160	27,658	139,511	5,248,176
เยอรมัน	-	-	105	1,468	-	-

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

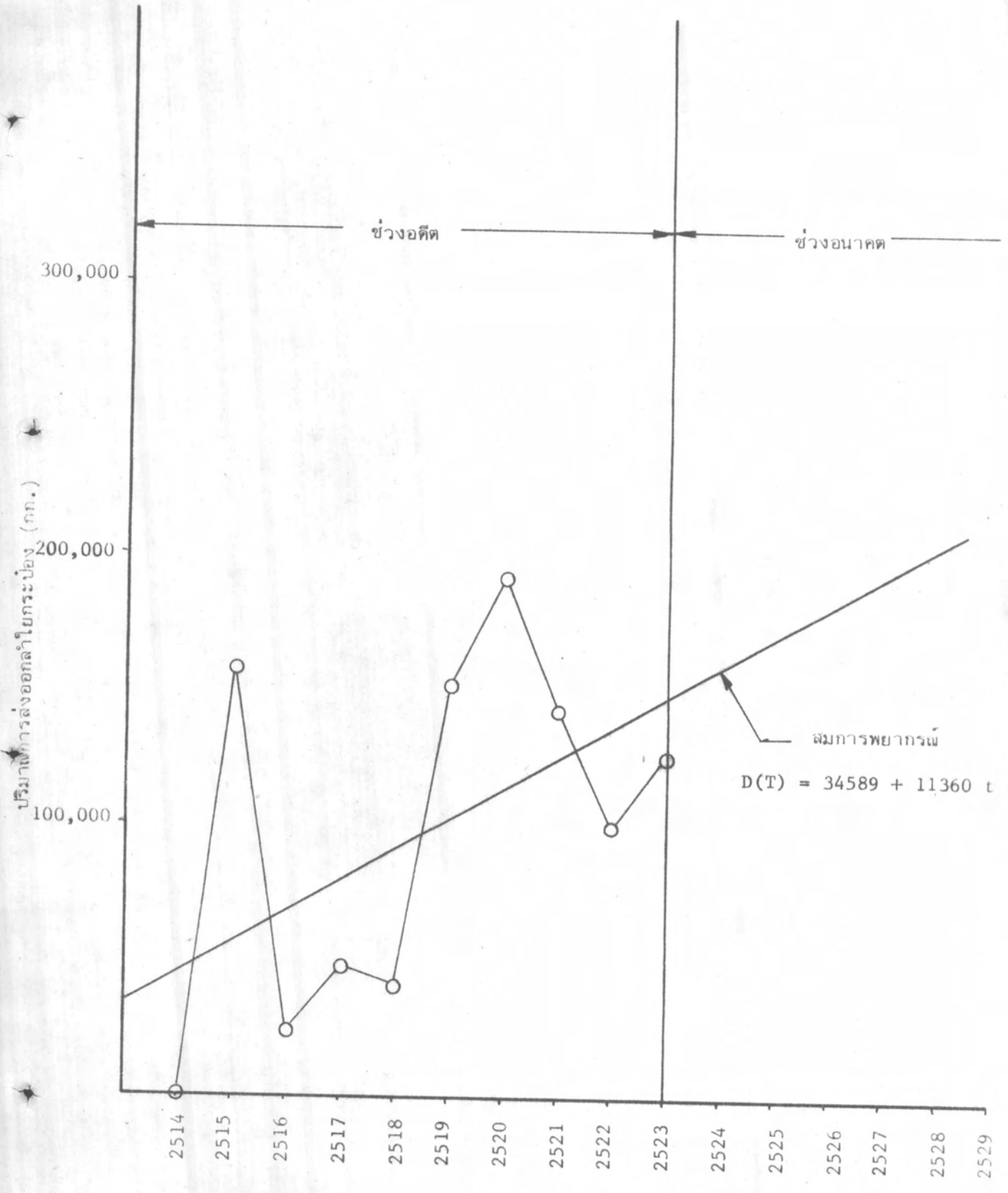
ตารางที่ 3 - 27

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกลำใยกระป๋องของประเทศไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	159,553
2525	170,914
2526	182,274
2527	193,634
2528	204,994



รูปที่ ๓.๑๒ แสดงแนวโน้มการส่งออกลำใยกระป๋องของประเทศไทย

๓.๘ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของไทยในตลาด

๓.๘.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศนั้น ดูเหมือนว่ามีปริมาณมากกว่าผลไม้กระป๋องชนิดอื่นๆ ทั้งนี้ ก็เนื่องจากว่าผลผลิตลิ้นจี่สดในแต่ละปีมีปริมาณน้อยมาก และช่วงเวลาที่มีจำหน่ายในตลาดก็เป็นช่วงที่สั้นมาก ดังนั้นการผลิตลิ้นจี่กระป๋องบางปีก็ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดในประเทศ จึงมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังเช่น ในปี ๒๕๑๖, ๒๕๒๒ และ ๒๕๒๓ ประเทศไทยสั่งซื้อลิ้นจี่กระป๋องจากไต้หวันเข้ามาปริมาณ ๑๔,๖๖๘, ๗,๔๒๘ ๖,๘๔๐ กิโลกรัม และมีมูลค่า ๓๓๖,๘๘๐, ๑๗๖,๖๙๖ และ ๑๕๐,๐๐๐ บาท ตามลำดับ

จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ตามตารางที่ ๓ - ๒๘ จะเห็นได้ว่าปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศอยู่ในอัตราค่อนข้างสูง สูงกว่าปริมาณการส่งออกต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะผลิตผลของลิ้นจี่สด ซึ่งเป็นวัตถุดิบของการทำลิ้นจี่กระป๋องมีปริมาณน้อยมาก

ตารางที่ 3 - 28

ปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	4,305	-
2521	5.679	+ 31.9
2522	12.282	+ 116.2
2523	11,967	- 2.5
2524[1/]	9.504	- 20.58

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

จากข้อมูลปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋องตามตารางที่ ๓ - ๒๘ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก จะได้ผลการแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๓ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการ แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๙ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 3,861 + 1,668\ t \qquad \text{กิโลกรัม}$$

$$t = 1 \quad \text{สำหรับปี } 2520$$

ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๓ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๒๙ โดยอาจสรุปได้ว่า มีปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋องเพิ่มขึ้น ในอัตราประมาณปีละ ๑,๖๖๘ กิโลกรัม

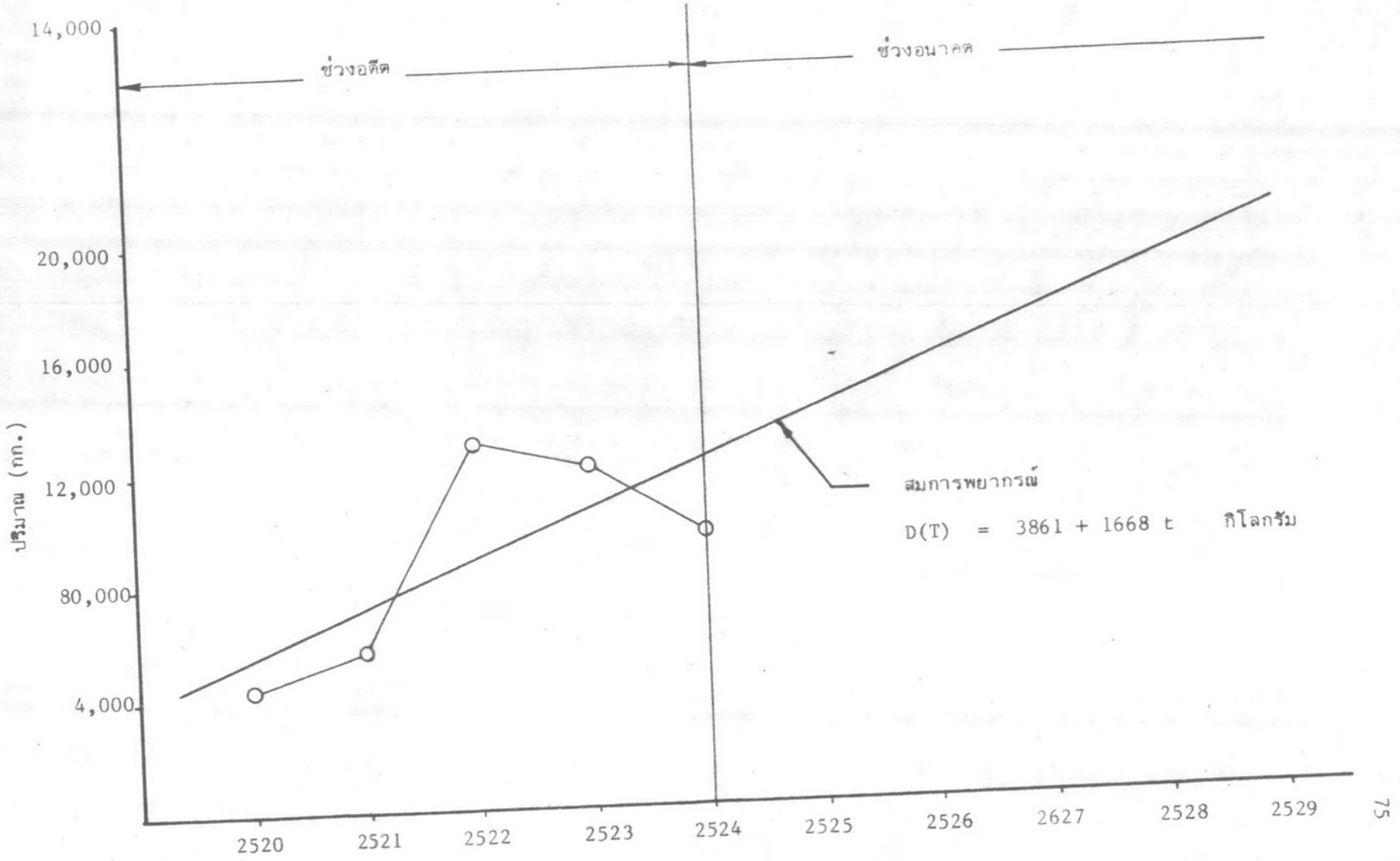
ตารางที่ 3 - 29

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	12,205
2525	13,873
2526	15,541
2527	17,210
2528	18,879
2529	20,547



รูปที่ ๓.๑๓ แสดงแนวโน้มความต้องการสิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๘.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

ลิ้นจี่กระป๋อง (Lichee Canned) การส่งลิ้นจี่กระป๋องออกของประเทศไทยนับว่ายังมีปริมาณน้อยมาก ในปี ๒๕๑๖ ส่งไปฮ่องกงประมาณ ๕๔ กิโลกรัม มูลค่า ๙๒๗ บาท ในปี ๒๕๑๗ และ ๒๕๑๙ ส่งไปฟิลิปปินส์และสิงค์โปร์ประมาณ ๒๕๐ กิโลกรัม มูลค่า ๕,๐๘๘ บาท และ ๔๒ กิโลกรัม มูลค่า ๑,๗๒๗ บาท ตามลำดับ สำหรับปี ๒๕๑๘ และ ๒๕๒๐ ไม่มีการส่งออกเลยทั้งนี้ เพราะเกิดการขาดแคลนลิ้นจี่สดภายในประเทศ ต่อมาในปี ๒๕๒๑ ซึ่งมีการส่งออกมากที่สุดก็คือ ปริมาณ ๓,๗๙๗ กิโลกรัม มูลค่า ๕๙,๒๘๔ บาท ในช่วงปี ๒๕๒๒ - ๒๕๒๓ ปริมาณการส่งออกก็ลดลงมาเรื่อยๆ ดังตารางที่ ๓ - ๓๐

ตารางที่ ๓ - ๓๐

ปริมาณและมูลค่าลิ้นจี่กระป๋องที่ไทยส่งออก

ปี	ปริมาณ กก.	มูลค่า บาท	ราคาบาท/กิโลกรัม
2514	-	-	-
2515	-	-	-
2416	54	927	18
2517	250	5,088	20.23
2518	-	-	-
2519	42	1,727	41.12
2520	-	-	-
2521	3,797	59,284	15.61
2522	102	3,815	37.40
2523[1/]	54	9,600	177.7

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องของประเทศไทย ดังในตารางที่ ๓ - ๓๐ เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวกค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๔ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกดังแสดงในตารางที่ ๓.๓๑ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องของไทยไม่มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยมีความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 573 \quad \text{กิโลกรัม}$$

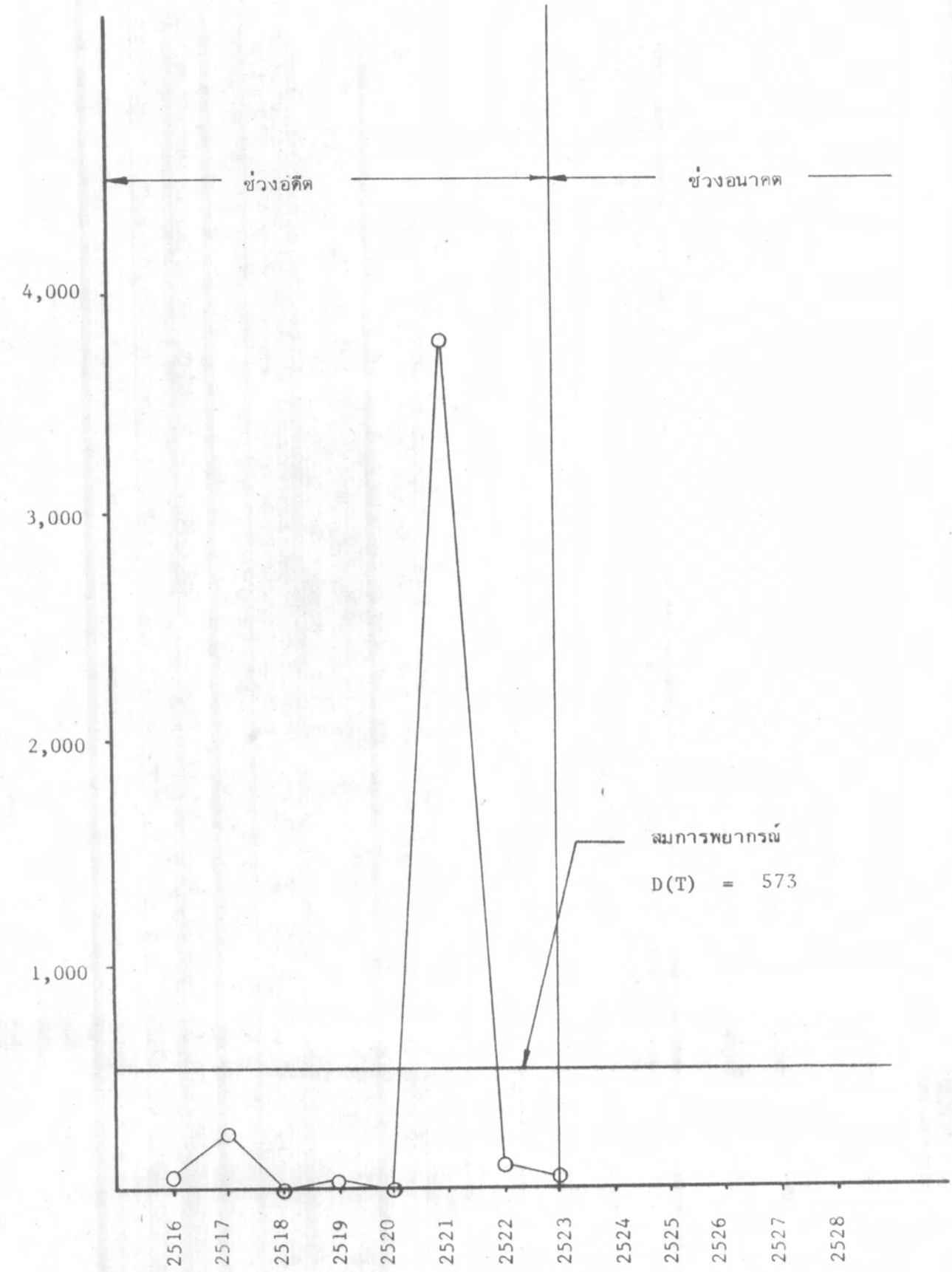
ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องในรูปที่ ๓.๑๔ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการลิ้นจี่กระป๋องดังในตารางที่ ๓ - ๓๑ โดยสรุปได้ว่า ปริมาณการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องตามหลักการวิเคราะห์ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๕๗๓ กก.

ตารางที่ ๓ - ๓๑

แสดงผลการพยากรย์ปริมาณการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องของประเทศไทย

ปริมาณ : กก.

ปี	ปริมาณ
2524	537
2525	537
2526	537
2527	537
2528	537



รูปที่ ๓.๑๔ แสดงแนวโน้มการส่งออกลิ้นจี่กระป๋องของประเทศไทย

๓.๔ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะม่วงกระป๋องของตลาด

๓.๔.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะม่วงกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

จากการสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถาม ปรากฏว่าข้อมูลการจำหน่ายมะม่วงกระป๋องภายในประเทศไม่มีเลย ทั้งนี้เนื่องจากว่า ผู้บริโภคนิยมบริโภคเงาะกระป๋อง ลำไยกระป๋อง หรือลิ้นจี่กระป๋องมากกว่ามะม่วงกระป๋อง และผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ก็เริ่มทำการผลิตมาเมื่อไม่กี่ปีนี้เอง ด้วยวัตถุประสงค์ของโรงงานก็ผลิตเพื่อส่งออกตลาดต่างประเทศ เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ผู้บริโภคไม่นิยมมะม่วงกระป๋อง แม้ว่ามะม่วงสดจะออกสู่ตลาดเฉพาะช่วงฤดูกาลประมาณ ๒ - ๓ เดือนก็ตาม พอหมดช่วงเวลาดังกล่าวก็มีผลไม้ชนิดอื่นๆ มาแทน จึงทำให้การขาดแคลนผลไม้สดภายในประเทศมีน้อยมาก ยังมีผลิตภัณฑ์มะม่วงอีกชนิดหนึ่งคือ มะม่วงดอง อันเป็นที่นิยมของผู้บริโภคเช่นกัน และมีจำหน่ายตลอดปี

๓.๔.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะม่วงกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

มะม่วงกระป๋อง (Mangoes Canned) ผลิตภัณฑ์มะม่วงกระป๋องของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณ และมูลค่า ตามตารางที่ ๓ - ๓๒

ตารางที่ 3 - 32

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

ปี	ปริมาณ กก.	มูลค่า บาท	ราคาเฉลี่ยบาท/กิโลกรัม
2520	37,220	354,116	9.72
2521	27,556	249,666	9.06
2522	49,240	614,356	12.47
2523[1/]	89.095	1,595,413	17.90

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

จากสถิติการส่งออกดังในตารางที่ ๓ - ๓๒ แสดงให้เห็นว่าปริมาณการส่งออกมะม่วงกระป๋องของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มทำการส่งออกเมื่อปี ๒๕๒๐ นี่เอง จึงไม่ค่อยมีบทบาทในตลาดที่สำคัญมากนัก และยังไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม แนวโน้มราคาส่งออกโดยเฉลี่ย ก็มีแนวโน้มสูงขึ้น

ตารางที่ 3 - 33

แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2520	37,220	-	354,116	-
2521	27,556	- 25.96	249,666	- 29.5
2522	49,240	+ 78.6	614,356	+ 146.07
2523[1/]	89,095	80.94	1,595,413	+ 159.7

1/ ข้อมูลเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตลาดมะม่วงกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น, ออสเตรเลีย, ฝรั่งเศส, เนเธอร์แลนด์ รายละเอียดดังในตารางที่ ๓ - ๓๔ สำหรับข้อมูล ๑๐ เดือนแรกของปี ๒๕๒๓ ออสเตรเลียเป็นตลาดที่รับซื้อมากที่สุดถึงร้อยละ ๓๑.๕ ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด

ตารางที่ 3 - 34

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ประเทศ	2521		2522		2523 1/	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	27,556	249,666	8,451	93,828	18,406	278,495
สิงคโปร์	-	-	20,530	200,664	-	-
เนเธอรแลนด์	-	-	15,241	251,328	14,280	274,176
ออสเตรเลีย	-	-	272	4,284	28,052	483,265
นิวซีแลนด์	-	-	4,746	64,252	-	-
เบลเยี่ยม	-	-	-	-	1,356	14,329
ฝรั่งเศส	-	-	-	-	15,978	312,018
เยอรมัน	-	-	-	-	9,180	189,304
คานาดา	-	-	-	-	406	12,141
สหรัฐอเมริกา	-	-	-	-	1,437	31,685

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะม่วงกระป๋องในตลาดต่างประเทศ ไม่อาจทำการวิเคราะห์โดยสมบูรณ์ได้ เนื่องจากข้อมูลทางการตลาดมีเพียงแค่ ๔ ปี เพราะมะม่วงกระป๋องยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งทำการผลิต แต่จากข้อมูลดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๓๒ พอสรุปได้ว่ามีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น

๓.๑๐ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการกล้วยกระป๋องของตลาด

๓.๑๐.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการกล้วยกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

โรงงานผู้ทำการผลิตกล้วยกระป๋องก็มุ่งหมายเพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ เพราะประเทศไทยมีกล้วยสดจำหน่ายตลอดปี และผู้บริโภคก็มีความนิยมมากกว่า หาซื้อง่ายกว่า และราคาก็ถูกกว่าอีกด้วย จากการสำรวจตลาดก็ไม่มีข้อมูลการจำหน่ายกล้วยกระป๋องภายในประเทศ จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการในที่นี้ได้

๓.๑๐.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการกล้วยกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

กล้วยกระป๋อง (Banana Canned) ผลิตภัณฑ์กล้วยกระป๋องของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณมูลค่า และราคาส่งออกเฉลี่ย (F.O.B.) ตามตารางที่ ๓ - ๓๕

ตารางที่ 3 - 35

ปริมาณและมูลค่า ราคาเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ราคาเฉลี่ย : บาท/กก.

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	ราคาเฉลี่ย
2520	13,368	150,642	11.27
2521	30,565	416,670	13.63
2522	42,827	617,778	14.42
2523[1/]	28,485	448,168	15.73

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

จากสถิติการส่งออกดังในตารางที่ ๓ - ๓๖ แสดงให้เห็นว่าปริมาณการส่งออกกล้วยกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้นและลดลงในอัตราที่ไม่สม่ำเสมอ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เริ่มทำการส่งออกเมื่อปี ๒๕๒๐ เช่นเดียวกับมะม่วงกระป๋อง สำหรับราคาส่งออกเฉลี่ยก็มีแนวโน้มสูงขึ้นแต่ยังต่ำกว่ามะม่วงกระป๋อง

ตารางที่ 3 - 36

แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกกล้วยกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	13,368	-	150,642	-
2521	30,568	+ 128.64	416,670	+ 176.6
2522	42,827	+ 40.10	617,778	+ 48.26
2523 1/	28,485	- 33.5	448,168	- 27.45

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตลาดกล้วยกระป๋องที่สำคัญของไทยได้แก่ เนเธอร์แลนด์, เยอรมัน และเบลเยี่ยม รายละเอียดดังในตารางที่ ๓ - ๓๗

ตารางที่ 3 - 37

ปริมาณ มูลค่า การส่งออกกล้วยกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ประเทศ	2521		2522		2523 1/	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สวิทเซอร์แลนด์	-	-	1,307	19,166	-	-
เอนโดรา	10,886	154,819	-	-	-	-
เบลเยี่ยม	16,973	249,863	6,804	90,788	-	-
เยอรมัน	12,247	174,923	12,928	176,539	9,492	148,396
เนเธอร์แลนด์	42,827	617,772	6,804	83,966	9,498	149,940
ฝรั่งเศส	-	-	-	-	6,780	106,982
สหรัฐอเมริกา	-	-	-	-	2,712	42,850
เดนมาร์ค	-	-	2,722	38,211	-	

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

เนื่องจากข้อมูลทางด้านการตลาดของกล้วยกระป๋องมีข้อมูลน้อย เพราะยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการกล้วยกระป๋อง ในที่นี้ได้ อย่างไรก็ตามคาดว่า หากผลิตภัณฑ์ชนิดได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังแล้ว คงจะมีบทบาทไม่น้อยทีเดียว เพราะว่า กล้วยเป็นผลิตผลทางการเกษตรที่สามารถให้ผลผลิตได้ตลอดทั้งปี ซึ่งหากเป็นที่ต้องการของตลาดแล้ว อุปสรรคในการผลิตจะน้อยกว่าผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ

๓.๑๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะละกอกระป๋องของตลาด

๓.๑๑.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะละกอกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

มะละกอก็เป็นไม้ผลประเภทเดียวกันกล้วยคือ ให้ผลิตผลได้ทุกฤดูกาลตลอดปี จึงไม่ก่อให้เกิดการขาดแคลนมะละกอสดภายในประเทศ ประกอบกับการสำรวจตลาดปรากฏว่าข้อมูลทางด้านการตลาดภายในประเทศของมะละกอกระป๋องไม่มี อย่างไรก็ตาม ความมุ่งหมายหลักของโรงงานผู้ผลิตมะละกอกระป๋อง ก็ทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ดังนั้นจึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะละกอกระป๋องของตลาดภายในประเทศในที่นี้ได้

๓.๑๑.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะละกอกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

มะละกอกระป๋อง (Papaya Canned) ผลิตภัณฑ์มะละกอกระป๋องของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณมูลค่า และราคาส่งออกเฉลี่ย (F.O.B.) ตามตารางที่ ๓ - ๓๘

ตารางที่ 3 - 38

ปริมาณ มูลค่า และราคาเฉลี่ยของการส่งออกมะละกอกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม
มูลค่า : บาท
ราคา : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	ราคาเฉลี่ย
2520	63,666	355,785	5.58
2521	3,402	53,485	15.72
2522	14,280	170,982	11.97
2523	-	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร

ปริมาณการส่งออกจากตารางที่ ๓ - ๓๘ จะเห็นว่า มีปริมาณเพิ่มขึ้นและลดลงในอัตราที่ไม่สม่ำเสมอ และเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มทำการส่งออกเมื่อปี ๒๕๒๐ พร้อมกับมะม่วงและกล้วยกระป๋อง แต่ปริมาณน้อยกว่า

ตารางที่ 3 - 39

ปริมาณ มูลค่า ส่งออกมะละกอกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ประเทศ	2521		2522		2523	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สหรัฐอเมริกา	-	-	14,280	170,982	-	-
เบลเยี่ยม	1,361	21,394	-	-	-	-
นิวซีแลนด์	2,041	32,091	-	-	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร

เนื่องจากข้อมูลทางด้านการตลาดของมะละกอกระป๋องมีข้อมูลน้อย เพราะยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการมะละกอกระป๋องในที่นี้ได้ อย่างไรก็ตาม หากผลิตภัณฑ์มะละกอกระป๋องเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในตลาดที่สำคัญแล้ว ก็จะมีบทบาทไม่น้อยกว่ากล้วยกระป๋อง เพราะต่างก็เป็นผลไม้ที่สามารถผลิตได้ตลอดปี

๓.๑๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาด

๓.๑๒.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ

ผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง (Mixed Fruits Canned) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งเริ่มผลิตขึ้นในประเทศไทย เมื่อไม่นานมานี้เอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากการผลิตผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ เช่น เป็นผลพลอยได้จากการผลิตสับปะรดกระป๋อง เงาะกระป๋อง ลำไยกระป๋อง มะละกอกระป๋อง จากนั้นก็จะมี องุ่น และส้ม รวมอยู่ด้วย ความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง ของตลาดภายในประเทศ จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน และตัวแทนจำหน่าย ดวมตารางที่ ๓-๔๐ จะเห็นได้ว่า ปริมาณความต้องการของตลาดก็จัดอยู่ในระดับที่ดีกว่าผลไม้กระป๋องบางชนิด เช่น มะม่วงกระป๋อง กล้วยกระป๋อง และมะละกอกระป๋อง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง มีผลไม้หลายชนิดบรรจุอยู่ในกระป๋องเดียวกัน อันเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มีชื่ออีกชื่อหนึ่งเรียกว่า "Fruit Cocktail"

ตารางที่ 3 - 40

ปริมาณความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	8,715	-
2521	8,350	- 4.1
2522	9,716	+16.3
2523	10,480	+ 7.8
2524 1/	12,500	+19.27

1/. ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

จากข้อมูลประมาณความต้องการผลไม้ผสมกระป๋อง ตามตารางที่ ๓๕๔๐ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก..ง. จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๕ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการ แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๔๑ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้นโดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 7042 + 970\ t$$

$$t = 1 \text{ สำหรับปี } 2520$$

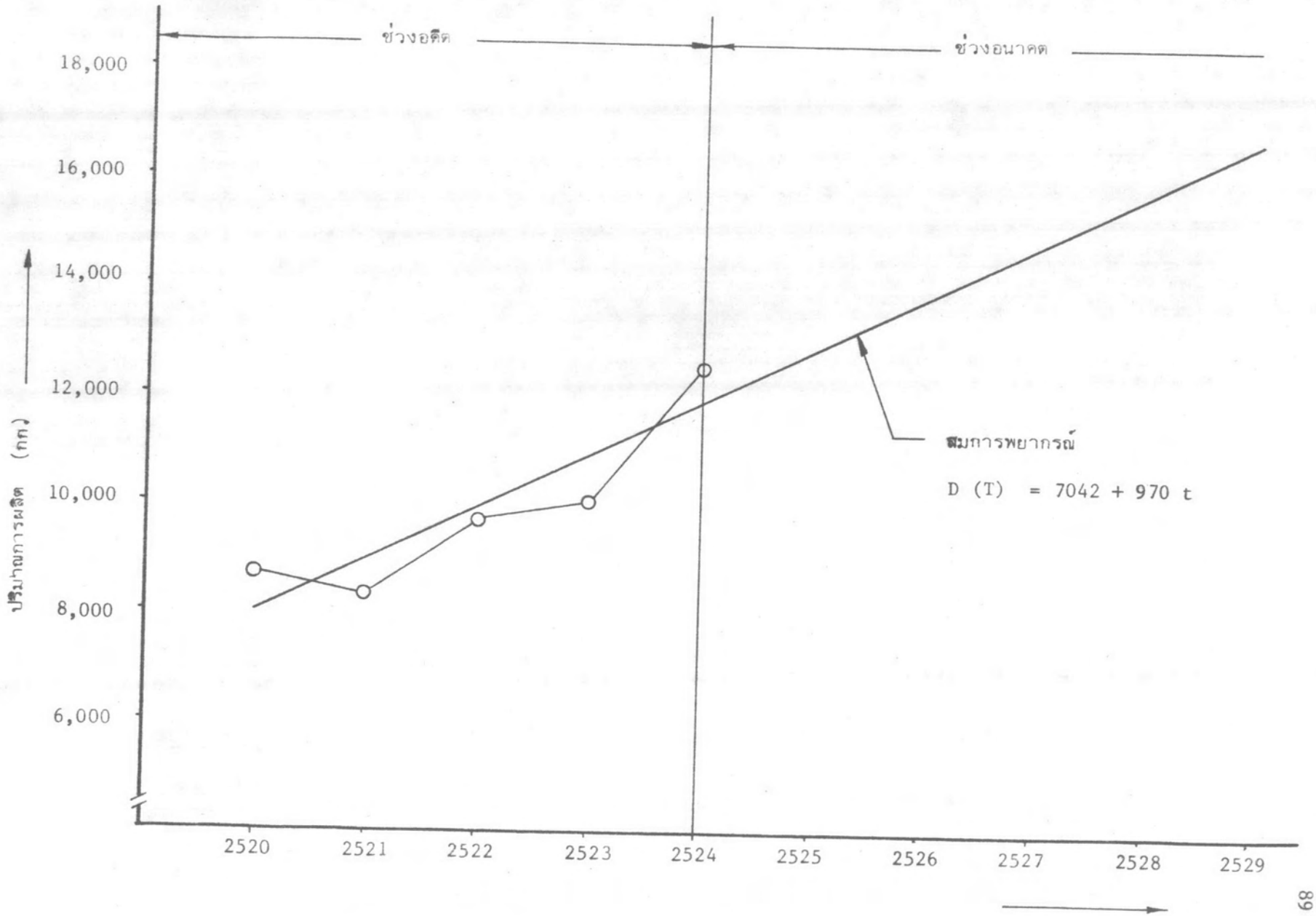
ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๕ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๔๑ โดยอาจสรุปได้ว่า มีปริมาณความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องเพิ่มขึ้นในอัตราประมาณปีละ ๙๗๐ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 41

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	11,892
2525	12,862
2526	13,832
2527	14,802
2528	15,772
2529	16,742



รูปที่ ๓.๑๕ แสดงแนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๑๒.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง ที่ผลิตเพื่อเป็นสินค้าออก ยังมีปริมาณน้อยมาก ซึ่งการส่งจะรวมกับผลไม้กระป๋องชนิดต่างๆ ไม่ได้แยกเป็นรายการโดยเฉพาะ จึงไม่อาจหาข้อมูลมาทำการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกของตลาดต่างประเทศในที่นี้ได้ และอีกประการหนึ่ง โรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ยังมีน้อยมาก และขาดการพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจัง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของไทยไม่ค่อยมีบทบาทในตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตผลไม้ผสมกระป๋องที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย อิตาลี และอเมริกาใต้ ดังนั้น หากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการส่งเสริมจนสามารถส่งเป็นสินค้าออกได้แล้ว จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีบทบาทในตลาดต่างประเทศอีกชนิดหนึ่ง

การวิเคราะห์อุปสงค์ของผลไม้กระป๋องในงานวิจัยนี้จะยุติเพียงเท่าที่กล่าวไว้ข้างบน ต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์อุปสงค์ของผักกระป๋องที่มีผู้ทางจะนำมาผลิตรวมกับผลไม้กระป๋องในสายงานการผลิตเดียวกันได้

๓.๑๓ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของตลาด

๓.๑๓.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของตลาดในประเทศ

อุตสาหกรรมหน่อไม้กระป๋องในประเทศไทยมีการผลิตไม่มากนัก เนื่องจากวัตถุดิบ (หน่อไม้สด) ที่จะนำมาใช้ในการผลิตมีจำนวนน้อย เมื่อเป็นดังนี้ จึงทำให้โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องที่จะทำการผลิตหน่อไม้โดยเฉพาะจึงไม่มี ซึ่งเท่าที่มีอยู่นั้นก็เป็นการผลิตเพียงส่วนประกอบของการผลิตอาหารกระป๋องประเภทอื่นๆ เท่านั้น

ผลิตภัณฑ์หน่อไม้กระป๋องที่ผลิตได้ในประเทศส่วนใหญ่ได้ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ รายละเอียดจะกล่าวในหัวข้อการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการหน่อไม้กระป๋องของตลาดต่างประเทศ และส่วนที่จำหน่ายในประเทศก็คือ ส่วนที่เหลือจากการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศนั่นเอง[๑]

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า การผลิตหน่อไม้กระป๋องในประเทศมีปริมาณน้อย เนื่องจากวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตนั้นมีจำกัด จึงเป็นเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการอาหารกระป๋องส่วนใหญ่ต่างก็ไม่ได้ให้ความสนใจเป็นกรณีพิเศษ เพื่อที่จะทำการผลิต ผลิตภัณฑ์หน่อไม้กระป๋องแต่เพียงอย่างเดียว เมื่อเป็นดังนี้ จึงไม่ทำให้การขาดแคลนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมดังกล่าวมีความรุนแรงมากนัก และตลาดผู้บริโภคภายในประเทศก็ไม่สู้เดือดร้อนแต่อย่างใด เมื่อหน่อไม้กระป๋องเกิดการขาดแคลน

---

[๑] เอกสารวิชาการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

เนื่องจากความนิยมในการบริโภคหน่อไม้กระป๋องในประเทศมีอยู่ไม่มากนัก เพราะหน่อไม้สดสามารถหาได้ง่ายโดยทั่วไป และมีราคาไม่แพงประกอบกับมีรสอร่อยกว่าอีกด้วย อีกประการหนึ่ง เมื่อหมดฤดูหน่อไม้สด ประชาชนก็หันมาบริโภคหน่อไม้อัดปี๊บ ซึ่งก็มีคุณสมบัติคล้ายกับหน่อไม้กระป๋อง ราคาก็ถูกกว่ากันมาก ด้วยเหตุนี้ จึงไม่อาจหาข้อมูลปริมาณการบริโภคหน่อไม้กระป๋องของตลาดภายในประเทศมาได้ ดังนั้นจึงไม่อาจทำการวิเคราะห์ความต้องการหน่อไม้กระป๋องของตลาดภายในประเทศได้

๓.๑๓.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

หน่อไม้ไผ่ตงกระป๋อง (Bamboo Shoots Canned) สถิติการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๔๒

จากตารางที่ ๓ - ๔๓ จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยทำการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องอย่างจริงจังเมื่อปี ๒๕๑๔ เป็นปริมาณ ๒๐๗ ตัน มูลค่า ๖๒๐,๑๗๒ บาท เพิ่มเป็น ๖๘๖.๘๘ ตัน ในปี ๒๕๑๕ ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นถึง ๓ เท่าตัว หรือคิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงถึงร้อยละ ๒๓๐ ในปี ๒๕๑๘ - ๒๕๑๙ ปริมาณการส่งออกลดลงอย่างมากคือ ส่งออกเพียงแค่ ๑๗๔ และ ๒๒๑ ตันตามลำดับ อย่างไรก็ตามในข้อมูลช่วง ๑๐ ปี ดังกล่าว ปริมาณการส่งออกสูงสุดก็คือในปี ๒๕๒๒ มีปริมาณการส่งออกสูงถึง ๑,๑๐๗ ตัน มูลค่า ๗,๒๘๘,๗๘๐ บาท จะเห็นว่าอัตราการเพิ่มขึ้นและลดลงไม่สม่ำเสมอ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๔๓

ตลาดหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องที่สำคัญของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง สิงค์โปร์ และออสเตรเลีย ตามสถิติการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทย แยกตามประเทศที่รับซื้อดังแสดงในตาราง ๓ - ๔๔ ส่วนทางด้านราคาส่งออกเฉลี่ยก็มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกๆ ปี นอกจากนี้ก็ได้มีการขยายตลาดไปยังประเทศในแถบยุโรป เพราะหน่อไม้กระป๋องของไทยกำลังได้รับความนิยม และรู้จักแพร่หลายในตลาดดังกล่าว

ตารางที่ 3 - 42

ปริมาณและมูลค่าหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทยที่ส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	207,625	620,172
2515	686,876	1,747,603
2516	331,823	1,618,816
2517	556,602	2,380,619
2518	174,817	828,885
2519	221,413	1,140,174
2520	469,951	3,052,389
2521	639,251	4,540,471
2522	1,107,828	7,288,780
2323[1/]	865,247	8,043,354

1/ ตัวเลขเบื้องต้น มกราคม - กันยายน

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3 - 43

การส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	207,625	-	620,172	-
2515	686,876	+ 230.8	1,747,603	+ 181.7
2516	331,823	- 51.7	1,618,816	- 7.4
2517	556,602	+ 67.7	2.380,619	+ 47.1
2518	174,817	- 68.5	828,855	- 65.2
2519	221,413	+ 26.6	1,140,174	+ 37.5
2520	469,951	+ 112.3	3,052,389	+ 167.7
2521	639,251	+ 36.0	4,540,471	+ 48.7
2522	1,107,828	+ 73.3	7,288,780	+ 60.5
2523	865,247	- 21.8	8,043,354	+ 10.4

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทย ดังในตารางที่ ๓ - ๔๓ เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๖ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๔๕ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forcaster มีรูปสมการคือ D(T) = 186,509 + 61,751t กิโลกรัม (t =1สำหรับปี ๒๕๑๔) ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๖ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงในตารางที่ ๓ - ๔๕ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกหน่อไม้กระป๋องเพิ่มขึ้นโดยประมาณการเพิ่มในอัตราปีละ ๖๑,๗๕๑ กิโลกรัม

ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องที่สำคัญ[๑] ได้แก่ ไต้หวัน จีนคอมมิวนิสต์ อินโดนีเซีย แม้ว่าประเทศไทยได้ส่งหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องเข้าไปมีบทบาทในตลาดต่างประเทศก็ตาม ถ้าหากว่าผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมกันอย่างจริงจังแล้ว โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการปลูกหน่อไม้ไผ่ตง เพื่อส่งป้อนโรงงานแปรรูป แทนที่จะอาศัยหน่อไม้จากธรรมชาติอย่างเดียว ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มีเสถียรภาพมากขึ้น

---

[๑] บรรพต ทงษ์ทอง "การผลิตและการค้าผลไม้กระป๋อง" รายงานผลการศึกษาและวิจัย ฝ่ายวิจัยสินค้าอุตสาหกรรม กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์กระทรวงพาณิชย์ ๒๕๑๗

ตารางที่ 3 - 44

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อัฟกานิสถาน	24	611	45	1,530	-	-
บาเรนห์	1,820	1,531	1,520	14,687	762	9,558
ฮ่องกง	18,911	109,900	12,828	53,082	38,996	238,833
อินเดีย	80	3,242	52	1,620	-	-
ญี่ปุ่น	427,600	3.021,794	718,874	4,550,317	930,604	7,829,231
ลาว	82	3,120	252	8,600	127	5,585
ซาอุดิอาระเบีย	6,200	71,505	17,280	190,944	13,721	201,809
สิงค์โปร์	133,146	818,217	254,260	1,405,573	33,840	222,394
ออสเตรีย	-	-	-	-	251	7,055
ฝรั่งเศส	10,933	85,107	42,680	512,189	19,289	261,360
เยอรมัน	1,058	20,008	1,921	28,360	247	4,741
นอร์เวย์	-	-	-	-	272	7,536
สวีเดน	-	-	-	-	66	865
สวิทเซอร์แลนด์	-	-	-	-	210	1,714
อังกฤษ	-	-	-	-	340	3,872
คานาดา	-	-	55,939	491,728	940	11,688
สหรัฐอเมริกา	39,347	390,637	2,177	30,150	117,911	1,460,160
ออสเตรเลีย	50	1,069			37,191	776,051

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

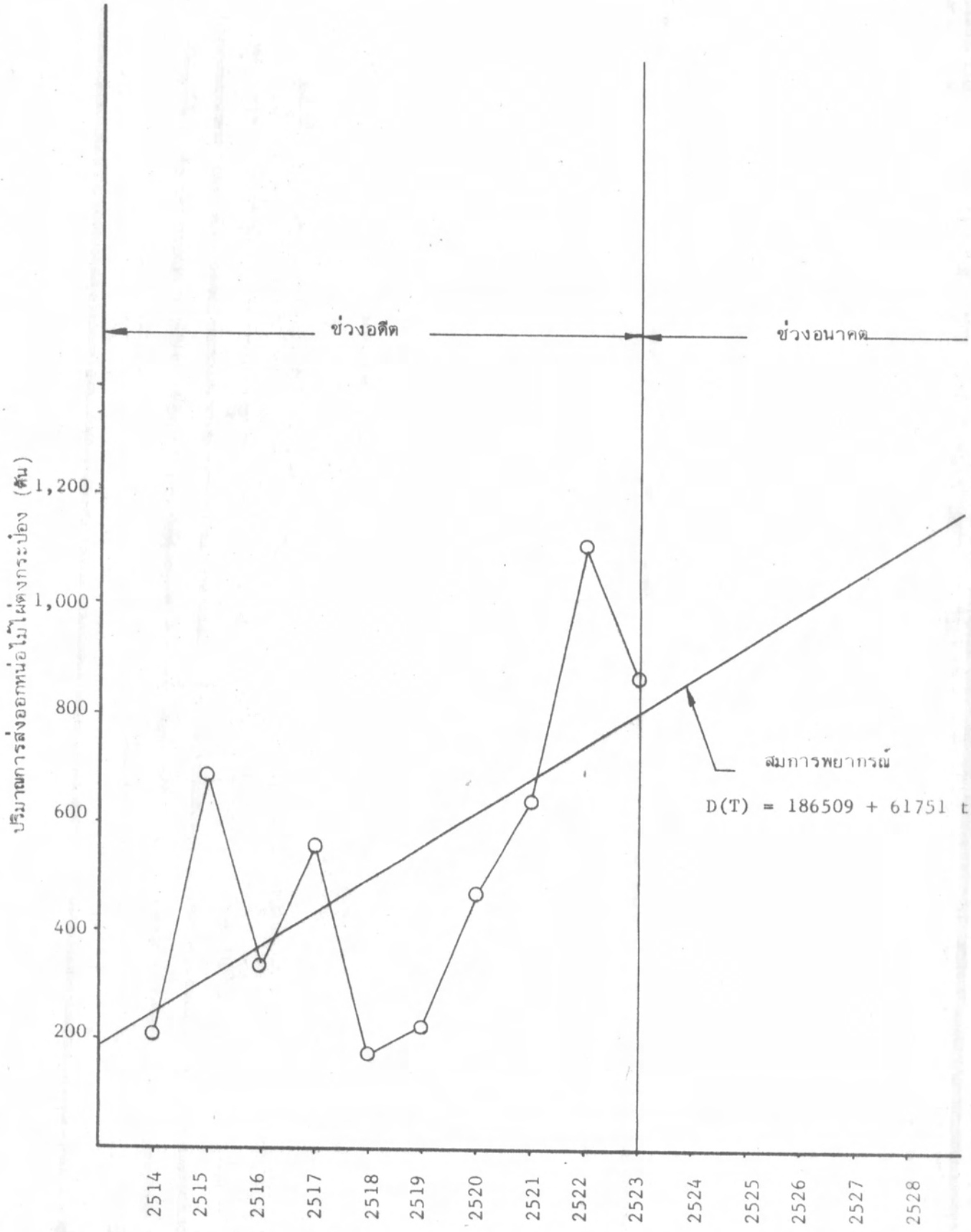
ตารางที่ 3 - 45

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของประเทศไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	865,779
2525	927,531
2526	989,283
2527	1,051,035
2528	1,112,787



รูปที่ ๓.๑๖ แสดงแนวโน้มการส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องของประเทศไทย

๓.๑๔ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาด

๓.๑๔.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศนั้น มีปริมาณไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากว่า ผู้บริโภคต้องการข้าวโพดอ่อนสดมากกว่า ซึ่งมีจำหน่ายอยู่โดยทั่วไป นอกจากจะหาซื้อได้ง่ายแล้ว ราคาข้าวโพดอ่อนสดก็ยังถูกกว่าอีกด้วย และข้าวโพดสดก็มีจำหน่ายเกือบตลอดทั้งปี เพราะข้าวโพดเป็นพืชไร่สามารถปลูกได้ตลอดทั้งปี แต่แนวทางที่พอจะจำหน่ายข้าวโพดอ่อนกระป๋องได้บ้างก็จำหน่ายให้กับภัตตาคารเป็นส่วนใหญ่ และจำหน่ายให้กับร้านรับจัดทำอาหารในงานมงคลต่างๆ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ตามตารางที่ ๓ - ๔๖ จะเห็นได้ว่า ปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องเพิ่มขึ้น และลดลงในอัตราที่ไม่สม่ำเสมอ และมีปริมาณน้อยกว่าปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศมาก

ตารางที่ 3 - 46

ปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2520	18,785	-
2521	14,006	- 25.4
2522	26,842	+ 91.6
2523	16,420	- 38.82
2524 1/	19,078	- 16.18

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

จากข้อมูลปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องตามตารางที่ ๓ - ๔๖ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๗ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการ แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๔๗ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

D (T) = 19,026 กิโลกรัม

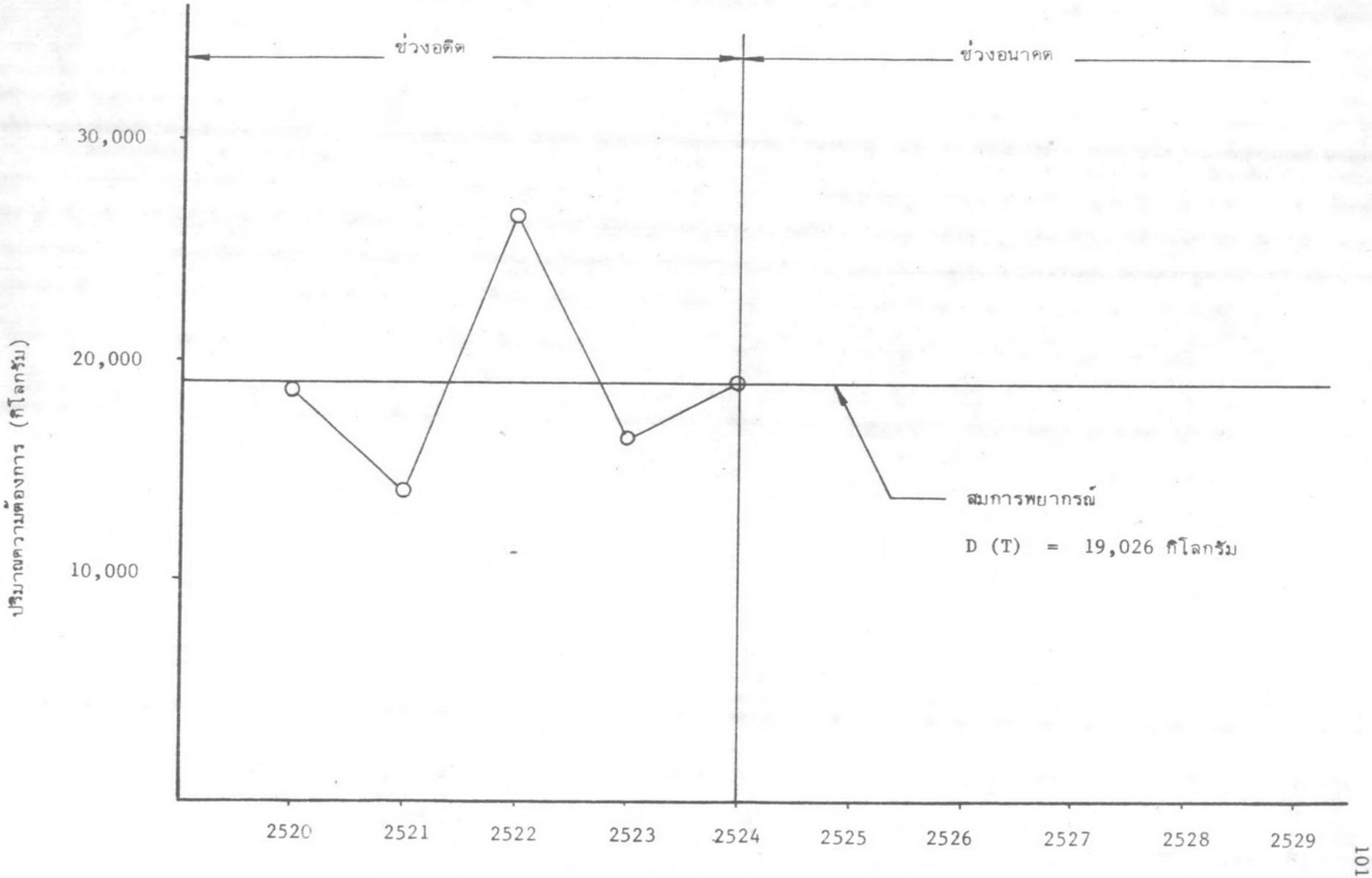
ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๗ และผลการพยากร์ปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๔๗ โดยอาจสรุปได้ว่า ไม่มีปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณความต้องการประมาณปีละ ๑๙,๐๒๖ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 47

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2525	19,026
2526	19,026
2527	19,026
2528	19,026
2529	19,026



รูปที่ ๓.๑๗ แสดงแนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๑๔.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

ข้าวโพดอ่อนกระป๋อง (Young Corn Canned) จากสถิติการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๔๘

จากตารางที่ ๓ - ๔๘ จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยทำการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องอย่างจริงจังเมื่อปี ๒๕๑๖ เป็นปริมาณ ๔๐ ตัน มูลค่า ๗๗,๗๓๑ บาท จากนั้นปริมาณการส่งออกลดลงในปี ๒๕๑๗ - ๒๕๑๘ คือมีปริมาณเพียง ๖๗ และ ๔๗ ตัน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามในช่วงปี ๒๕๑๙ - ๒๕๒๒ ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีปริมาณการส่งออกมากที่สุดในปี ๒๕๒๒ มีปริมาณ ๘๖๕.๘ ตัน คิดเป็นอัตราการส่งออกสูงกว่าปี ๒๕๒๑ ถึงร้อยละ ๗๖.๙ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๔๙ จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี ๒๕๑๙ เป็นต้นมาปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ขณะเดียวกัน ราคาส่งออกของข้าวโพดอ่อนกระป๋องเฉลี่ยในแต่ละปีก็มีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย

ตลาดข้าวโพดอ่อนกระป๋องที่สำคัญของไทยได้แก่ ออสเตรเลีย, ญี่ปุ่น, สหรัฐ-อเมริกา, ฝรั่งเศส นอกจากนี้ก็ได้มีการขยายตลาดไปยังประเทศในแถบยุโรป กล่าวคือในช่วง ๑๐ เดือนแรกของปี ๒๕๒๓ เยอรมันสั่งซื้อข้าวโพดอ่อนกระป๋องของไทยมีปริมาณ ๑๐๒ ตัน มูลค่า ๑,๘๙๒,๘๐๐ บาท ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๕๐

แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญของข้าวโพดอ่อนกระป๋องก็ตาม ญี่ปุ่นก็เป็นประเทศที่ผลิตข้าวโพดอ่อนกระป๋องด้วยเช่นกัน แต่ผลิตได้ไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการภายในประเทศ จึงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ คือไทย และไต้หวัน ดังนั้น ตลาดญี่ปุ่นจึงเป็นตลาดสำคัญแห่งหนึ่งที่ควรหาลู่ทางส่งข้าวโพดอ่อนกระป๋องให้ได้มากขึ้น ประเทศคู่แข่งขันของไทยคือ ไต้หวัน ซึ่งเพิ่งจะเริ่มทำการผลิตได้เป็นจำนวนไม่มากนัก จึงนับเป็นโอกาสดีของไทยจะส่งเสริมการส่งสินค้าชนิดนี้ออก ปัจจุบันก็มีโรงงานของบางบริษัทได้ทำการส่งเสริมเกษตรกรให้ปลูกข้าวโพดอ่อน เพื่อเป็นวัตถุดิบของโรงงาน ผลปรากฏว่า ได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพราะเกษตรกรมีตลาดรองรับเป็นอย่างดี

ตารางที่ 3 - 48

ปริมาณและมูลค่าข้าวโพดอ่อนกระป๋องของไทยที่ส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า	ราคาเฉลี่ยบาท/กก.
2514	-	-	-
2515	-	-	-
2516	90,125	777,731	8.62
2517	67,047	840,036	12.52
2518	57,482	1,370,283	23.83
2519	234,175	3,579,257	15.28
2520	552,503	8,908,809	16.12
2521	489,399	9,534,587	19.48
2522	865,882	17,330,139	20.01
2523[1/]	618,169	14,058,046	22 74

1/ ตัวเลขเบื้องต้น มกราคม - กันยายน

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3 - 49

อัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	-	-	-	-
2515	-	-	-	-
2516	90,125	-	777,731	-
2517	67,047	- 25.6	840,036	+ 8.0
2518	57,482	- 14.3	1,370,283	+ 63.1
2519	234,175	+ 307.4	3,579,257	+ 161.2
2520	552,503	+ 135.6	8,908,809	+ 148.9
2521	489,399	- 11.4	9,534,587	+ 7.0
2522	865,882	+ 76.9	17,330,139	+ 81.7
2523	618,169	- 28.6	14,058,046	- 18.8

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋อง ดังในตารางที่ ๓ - ๔๙ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๕ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๑ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Foreaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = -126,611 + 110,768 \text{ (หน่วยกิโลกรัม)}$$

$$t = 1 \quad \text{สำหรับปี } 2516$$

ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๘ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๑ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยประมาณการเพิ่มขึ้นในอัตราปีละ ๑๑๐,๗๖๘ กิโลกรัม

ตารางที่ ๓ - ๕๑

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของประเทศไทย

ปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘

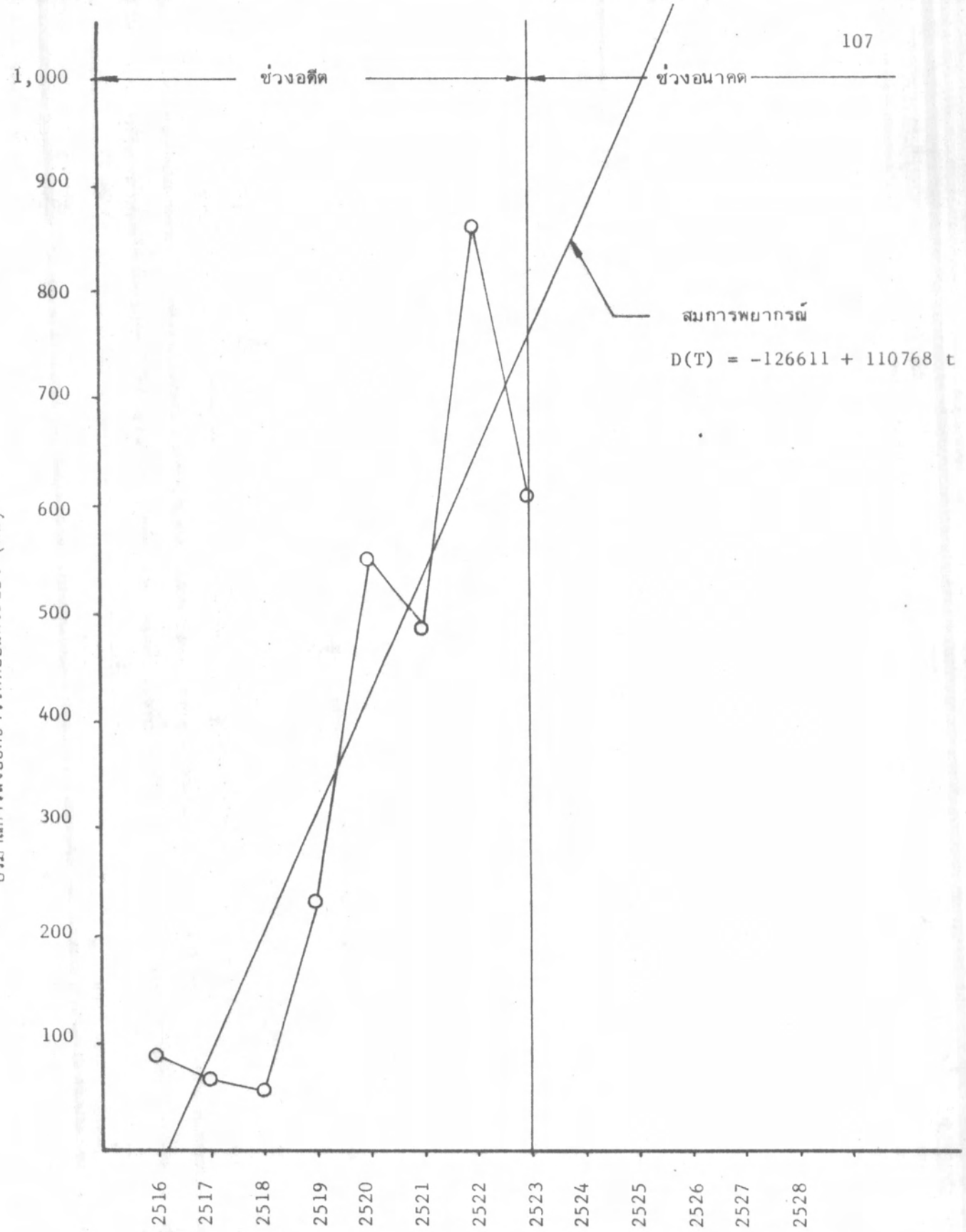
ปี	ปริมาณ
2524	870,306
2525	981,074
2526	1,091,843
2527	1,202,611
2528	1,313,380

ตารางที่ 3 - 50

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ประเทศ	2521		2522		2523	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฮ่องกง	-	-	19,400	84,318	7,692	123,787
ญี่ปุ่น	176,055	3,796,346	214,116	6,189,769	172,980	5,661,596
สิงค์โปร์	-	-	814	17,970	-	-
ฝรั่งเศส	33,926	714,366	62,697	1,335,834	55,581	1,278,620
เยอรมัน	-	-	255,920	3,335,834	102,348	1,892,800
สหรัฐอเมริกา	83,994	1,347,486	96,703	2,015,367	129,618	3,082,110
ออสเตรเลีย	172,495	3,284,132	207,532	4,053,931	262,479	4,881,715
นิวซีแลนด์	3,674	30,563	8,700	114,736	-	-
เนเธอร์แลนด์	19,255	363,694	-	-	-	-
บาเรนท์	-	-	-	-	171	4,461
เบลเยี่ยม	-	-	-	-	1,356	24,564
นอร์เวย์	-	-	-	-	136	3,749
คานาดา	-	-	-	-	678	16,382



รูปที่ ๓.๑๙ แสดงแนวโน้มการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋องของประเทศไทย

๓.๑๕ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาด

๓.๑๕.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดในประเทศ

การจำหน่ายเห็ดกระป๋องภายในประเทศมีปริมาณไม่มากนัก[๑] เนื่องจากว่าผลิตภัณฑ์เห็ดกระป๋องยังไม่เป็นที่นิยมกันแพร่หลาย เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อเห็ดสดได้ตามท้องตลาดทั่วๆไป และประกอบกับเห็ดสดมีรสอร่อยกว่าเห็ดกระป๋องมากอีกด้วย นอกจากนั้นเห็ดก็ยังสามารถทำการเพาะปลูกขึ้นได้ทั้งกรรมวิธีในทางวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ จึงทำให้มีเห็ดสดบริโภคตลอดปี ฉะนั้น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเห็ดกระป๋อง จึงได้ส่งเห็ดกระป๋องที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ตามตารางที่ ๓ - ๕๒ จะเห็นได้ว่าปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศ เพิ่มขึ้นและลดลงในอัตราที่ไม่สม่ำเสมอ

ตารางที่ 3 - 52

ปริมาณความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราเปลี่ยนแปลง
2520	8,410	-
2521	6,145	- 26.9
2522	6,679	+ 8.7
2523	7,460	+ 11.7
2524*	8,168	+ 9.5

* ตัวเลขเบื้องต้น ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

[๑] อุตสาหกรรม, กระทรวง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม "อุตสาหกรรมเครื่องกระป๋อง"

จากข้อมูลปริมาณความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ตามตาราง ที่ ๓ - ๕๒ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๑๙ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการ แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๓ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ไม่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 7,372 \quad \text{กิโลกรัม}$$

ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๑๙ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการเห็ดกระป๋อง แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๓ โดยอาจสรุปได้ว่า ไม่มีปริมาณความต้องการเห็ดกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณความต้องการเฉลี่ยประมาณปีละ ๗,๓๗๒ กิโลกรัม

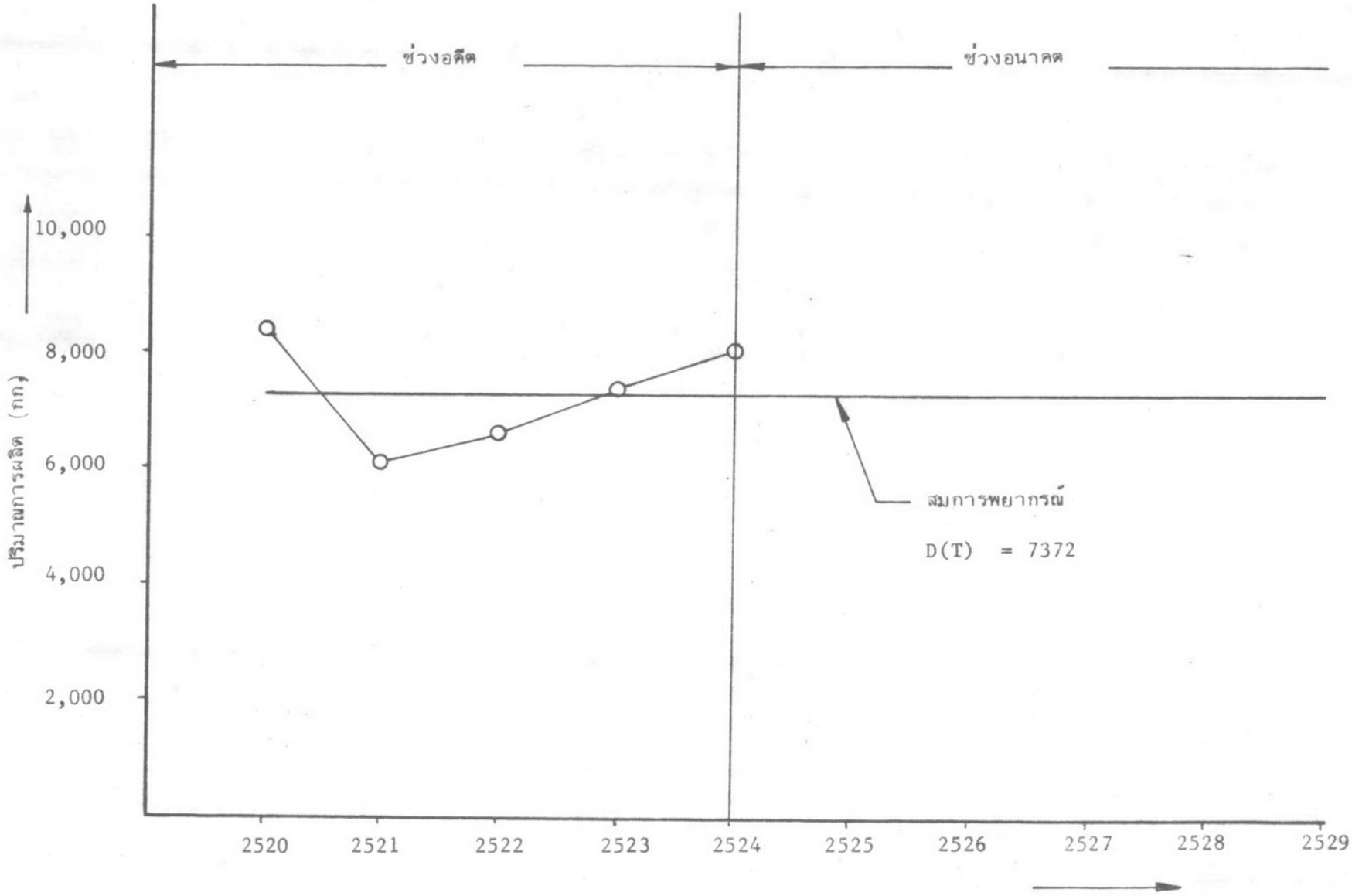
ตารางที่ 3 - 53

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	7,372
2525	7,372
2526	7,372
2527	7,372
2528	7,372
2529	7,372



รูปที่ ๓.๑๙ แสดงแนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๑๕.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

เห็ดกระป๋อง (Mushrooms Canned) ประเทศไทยเริ่มส่งเห็ดกระป๋องออกในปี ๒๕๑๔ แต่ยังมีปริมาณน้อยคือ มีปริมาณ ๔,๒๐๐ กิโลกรัม และเพิ่มขึ้นเป็น ๒๔,๖๘๖ กิโลกรัม ในปี ๒๕๑๕ อย่างไรก็ตามปริมาณการส่งออกมีอัตราการเพิ่มและลดลงไม่สม่ำเสมอ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๕๔

ตารางที่ 3 - 54

ปริมาณและมูลค่าเห็ดกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	9,200	49,316
2515	24,686	283,358
2516	18,073	186,468
2517	15,806	243,594
2518	19,758	291,249
2519	99,366	1,613,307
2520	23,653	383,381
2521	239	8,588
2522	232	13,651
2523[1/]	14,198	318,924

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตั้งแต่ปี ๒๕๑๕ การส่งออกเห็ดกระป๋องของไทยสูงกว่าปี ๒๕๑๔ ถึงร้อยละ ๑๖๘ จากนั้นปริมาณการส่งออกก็ลดลงในปี ๒๕๑๖ และ ๒๕๑๗ พอมาถึงปี ๒๕๑๙ ไทยส่งออกถึง ๙๙,๓๖๖ กิโลกรัม มูลค่า ๑,๖๑๓,๓๐๗ บาท เป็นปริมาณการส่งออกสูงสุด ตั้งแต่มีการส่งออก ซึ่งอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณและมูลค่า การส่งออกที่เพิ่มขึ้นและลดลง ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๕๕

ตารางที่ 3 - 55

อัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเห็ดกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	9,200	-	49,316	-
2515	24,686	+ 168.3	283,358	+ 474.5
2516	18,073	- 26.8	186,468	- 34.2
2517	15,806	- 12.5	243,594	+ 30.6
2518	19,758	+ 25.0	291,249	+ 19.6
2519	99,366	+ 402.9	1,613,307	+ 453.9
2520	23,652	- 76.2	383,381	- 76.23
2521	293	- 98.7	8,588	- 97.8
2522	232	- 20.8	13,651	- 58.9
2523[1/]	14,063	+5,961.6	314,933	+ 2,207.0

1/ ตัวเลขเบื้องต้น มกราคม - กันยายน

ที่มา : กรมศุลกากร

ตลาดเห็ดกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ เยอรมัน, สหรัฐอเมริกา ตามที่แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกแยกตามประเทศที่นำเข้า แต่เนื่องจากปริมาณการส่งออกในปี ๒๕๒๑ - ๒๕๒๒ การส่งออกมีปริมาณน้อยมาก จึงทำให้มองเห็นได้ไม่ชัดถึงตลาดที่สำคัญของเห็ดกระป๋องประเทศรับซื้อสำคัญได้แก่ สิงค์โปร์, ฮ่องกง, และสวีเดน รายละเอียดตามตารางที่ ๓ - ๕๖

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกเห็ดกระป๋อง ดังในตารางที่ ๓ - ๕๕ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก จะได้ผลดังแสดงในรูปที่ ๓.๒๐ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๗ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกเห็ดกระป๋องของไทยไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 22,507 \quad \text{กิโลกรัม}$$

ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๐และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเห็ดกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๕ - ๒๕๒๙ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๗ โดยอาจสรุปได้ว่าการส่งออกเห็ดกระป๋องมีปริมาณความต้องการคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๒๒,๕๐๗ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 56

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเห็ดกระป๋องของประเทศไทย

(แยกตามประเทศที่รับซื้อ)

ประเทศ	2521		2522		2523[1/]	
	ปริมาณ(กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)
อัฟกานิสถาน	-	1,630	-	-	-	-
พม่า	10	2,834	-	-	-	-
ลาว	60	3,390	-	-	43	2,880
เนปาล	153	734	28	1,836	-	-
ซาอุดิอาระเบีย	16	-	204	11,815	340	8,658
ฮ่องกง	-	-	-	-	20	862
เยอรมัน	-	-	-	-	12,240	275,197
สหรัฐอเมริกา	-	-	-	-	1,555	31,327
	239	8,588	232	13,651	14,198	318,924

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

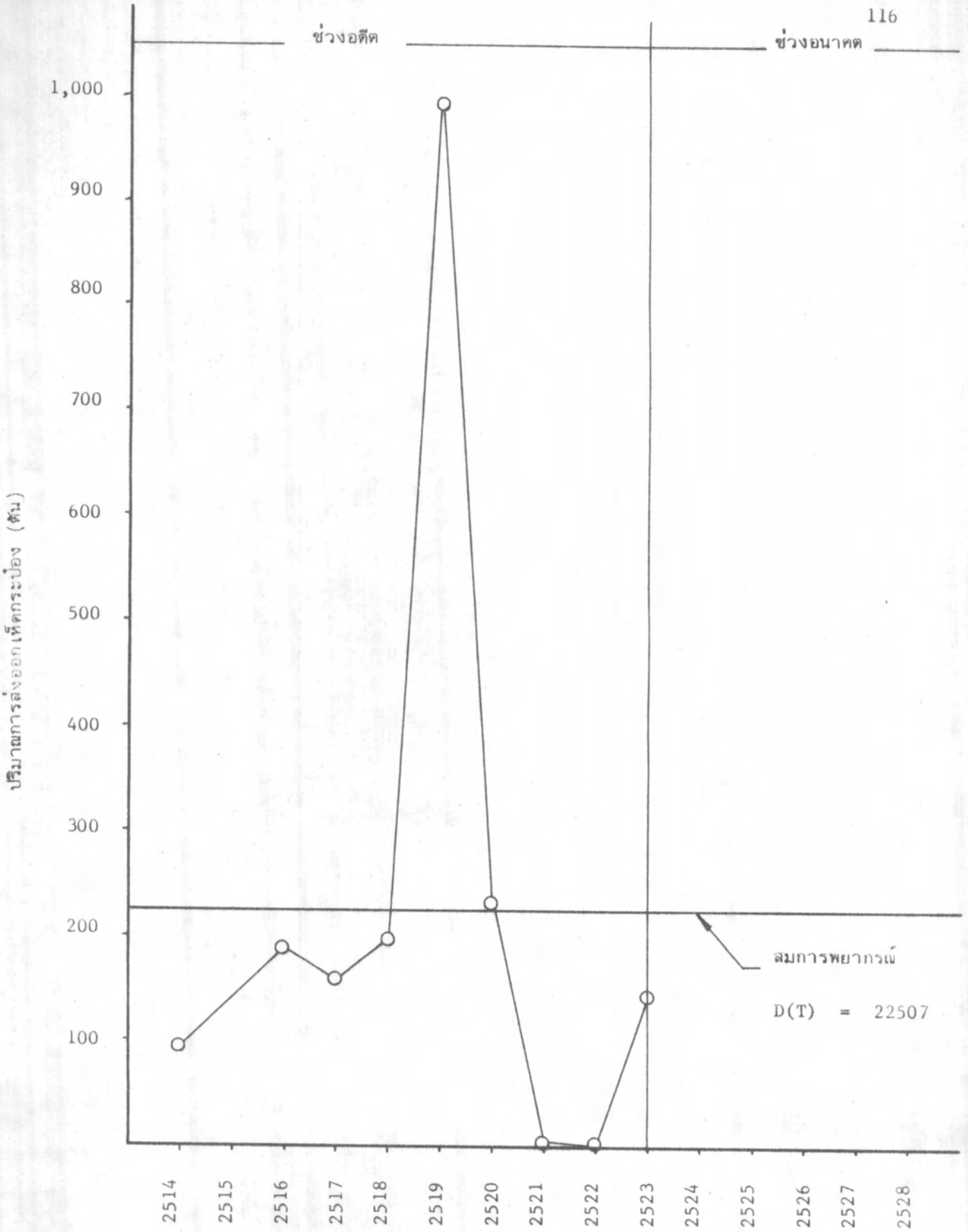
ตารางที่ 3 - 57

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกเห็ดกระป๋องของประเทศไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	22,507
2525	22,507
2526	22,507
2527	22,507
2528	22,507



รูปที่ ๓.๒๐ แสดงแนวโน้มการส่งออกเห็ดกระป๋องของประเทศไทย

๓.๑๖ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาด

๓.๑๖.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ นับว่ามีความต้องการสูง และปริมาณการผลิตภายในประเทศยังน้อยมาก และมีปริมาณไม่เพียงพอในบางปี จึงมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังเช่นในปี ๒๕๑๗, ๒๕๑๙, ๒๕๒๐, ๒๕๒๑ และ ๒๕๒๓ ประเทศไทยต้องสั่งซื้อถั่วลันเตากระป๋องจากฝรั่งเศส ด้วยปริมาณ ๑,๗๖๑, ๘๗๔, ๑๐๒๐ ๑,๑๕๖ และ ๘๑๖ กิโลกรัม[๑/] แต่ปริมาณการนำเข้าไม่มากเหมือนกับสินค้าอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ในการนี้ทางกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ได้พยายามรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตรและประเทศยังทำการสั่งซื้อเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อหาทางแก้ไขและชลอการนำเข้า โดยการตั้งกำแพงภาษีให้สูงขึ้น และสนับสนุนส่งเสริมการปลูกถั่วลันเตา เพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับโรงงาน จากข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน และตัวแทนจำหน่าย ตามตารางที่ ๓-๕๘ จะเห็นได้ว่าปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋อง โดยเฉลี่ยมีปริมาณสูงกว่าการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ตารางที่ 3 - 58

ปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ	อัตราเปลี่ยนแปลง
2520	7,052	-
2521	10,430	+ 47.90
2522	9,674	- 7.2
2523	8,650	- 10.5
2524[2/]	9,053	+ 4.6

2/ ตัวเลขเบื้องต้น ที่มา : โรงงานมาตรฐาน

๑/ กรมศุลกากร

จากข้อมูลปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋อง ตามตารางที่ ๓ - ๕๘ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค.จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๑ และผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการ แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๙ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

D (T) = 8,971 กิโลกรัม

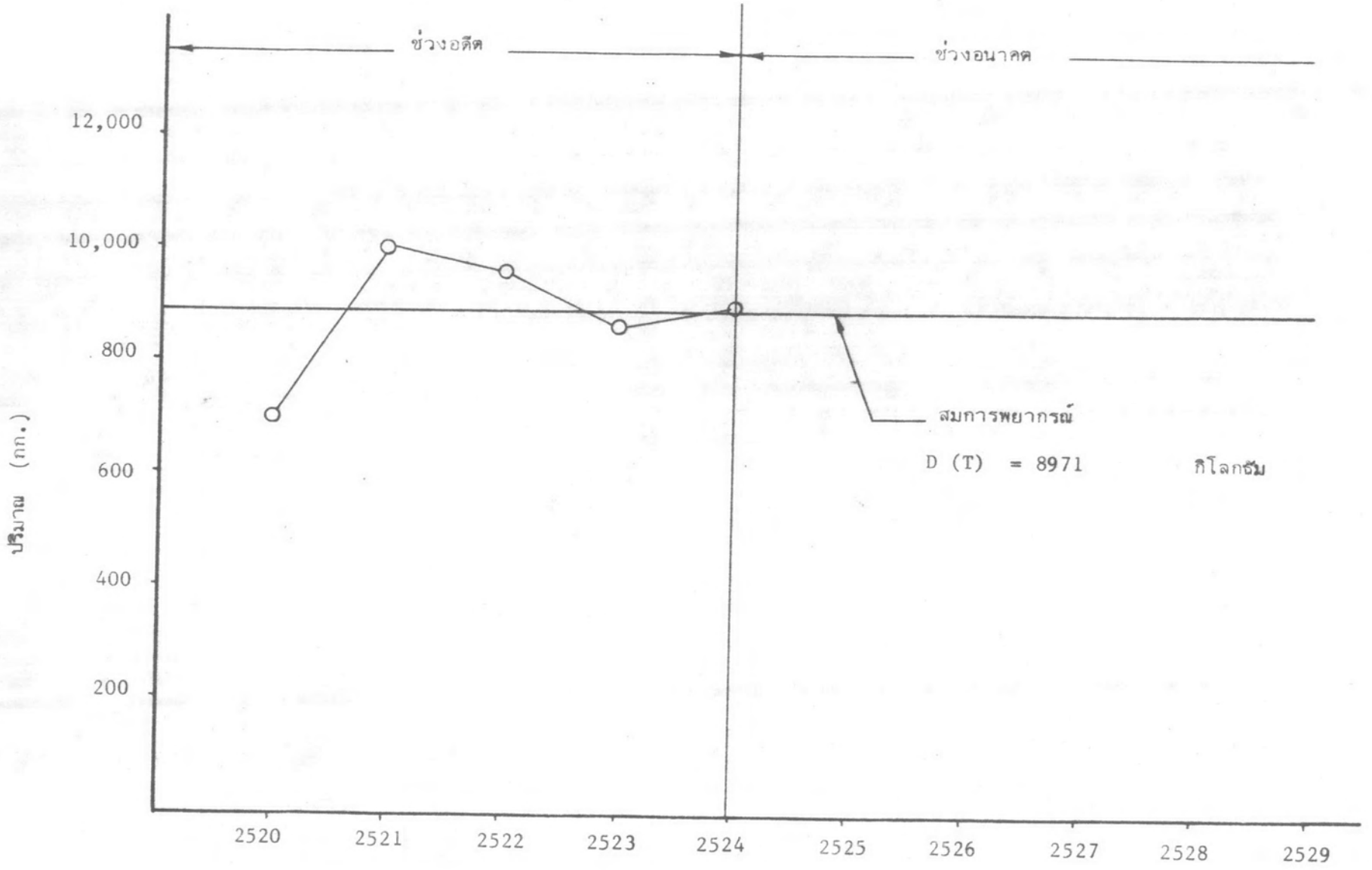
ดังแสดงแนวโน้มความต้องการให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๑ และผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋องแสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๕๙ โดยอาจสรุปได้ว่า ไม่มีปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋องเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณความต้องการประมาณปีละ ๘,๙๗๑ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 59

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ ปี 2525 - 2529

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	8,971
2525	8,971
2526	8,971
2527	8,971
2528	8,971
2529	8,971



รูปที่ ๓.๒๑ แสดงแนวโน้มปริมาณความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ

๓.๑๖.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการถั่วลันเตากระป๋องของตลาดต่างประเทศ

ถั่วลันเตากระป๋อง (Green Peas Canned) การส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของประเทศไทย นับว่ายังมีปริมาณน้อยมาก เริ่มส่งออกในปี ๒๕๑๘ ปริมาณ ๖๔๖ กิโลกรัม และในปี ๒๕๑๙ ไม่มีการส่งออก ในช่วงปี ๒๕๒๐ - ๒๕๒๓ ปริมาณการส่งออกมากที่สุดก็คือปี ๒๕๒๑ มีปริมาณ ๑๖,๖๗๔ กิโลกรัม และลดลงเหลือเพียง ๑๐๒ และ ๔๒๕ กิโลกรัมในปี ๒๕๒๒ และปี ๒๕๒๓ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๐

ตลาดที่สำคัญของถั่วลันเตากระป๋องของไทยก็คือ เนเธอร์แลนด์ ลาว และซาอุดิอาระเบีย จะเห็นว่าบทบาทของถั่วลันเตากระป๋องของไทย ยังมีน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณการผลิตของเรายังไม่เพียงพอ

ตารางที่ ๓ - ๖๐

ปริมาณและมูลค่าถั่วลันเตากระป๋องที่ไทยส่งออก

ปี	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)
2518	646	6,919
2519	-	-
2520	654	5,455
2521	16,674	150,690
2522	102	2,800
2523 1/	425	11,551

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3 - 61

แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณและมูลค่าการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2518	646	-	6,919	-
2519	-	-	-	-
2520	654	-	5,455	-
2521	16,674	+ 2,249.5	150,690	+ 2,662.4
2522	102	- 99.4	2,800	- 98.14
2523[1/]	425	+ 316.6	11,551	+ 312.53

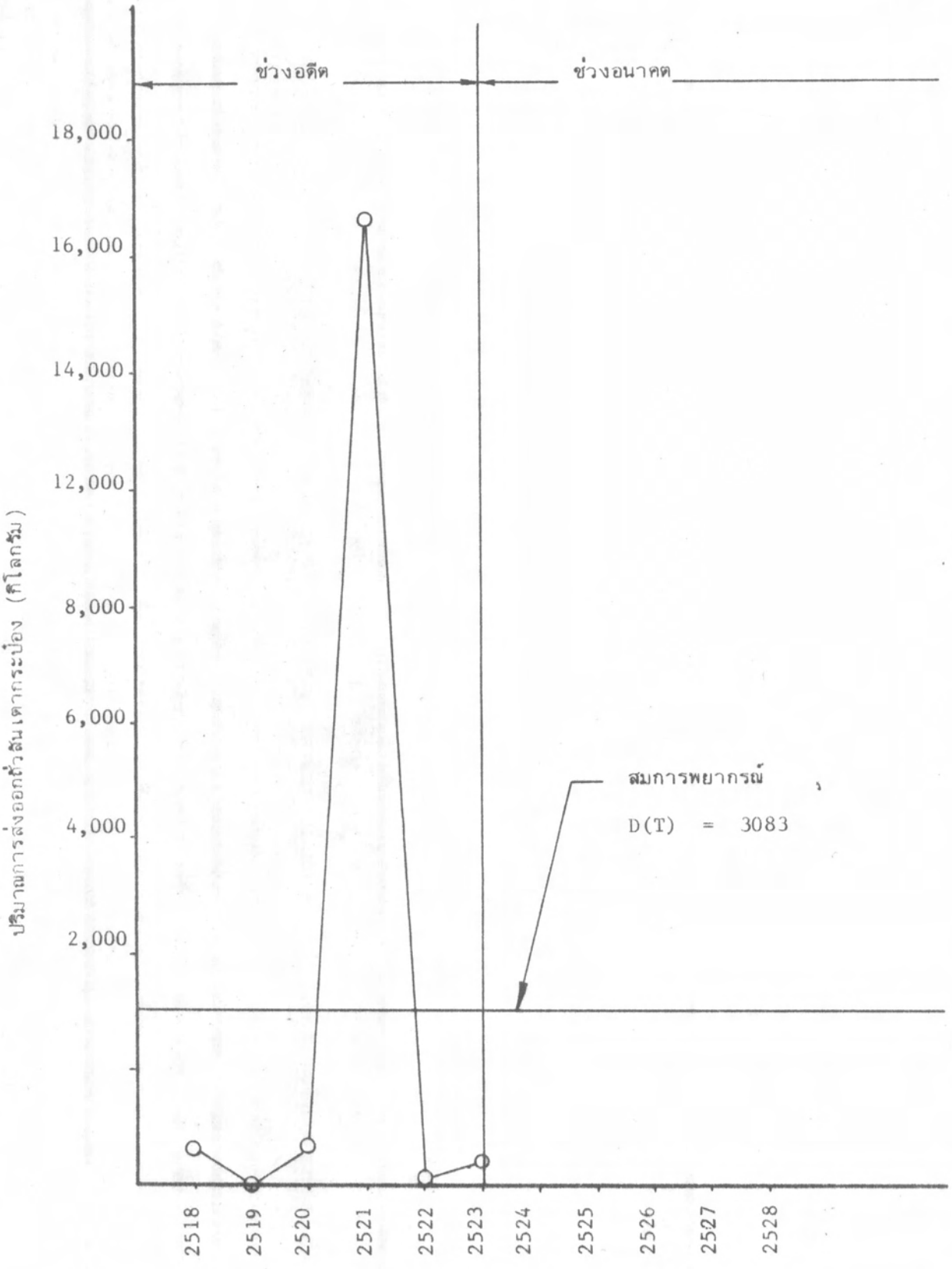
จากข้อมูลปริมาณการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของไทย ดังในตารางที่ ๓ - ๖๑ เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๒ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๒ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของไทยไม่มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

D (T) = 3,083 หน่วย : กิโลกรัม

ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๒ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๒ โดยสรุปผลได้ว่า ไม่มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยปริมาณการส่งออกประมาณปีละ ๓,๐๘๓ กิโลกรัม

ตารางที่ ๓ -๖๒ แสดงผลการพยากรย์ปริมาณการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของประเทศไทย

ปี	ปริมาณ(กก.)
2524	3,083
2525	3,083
2526	3,083
2527	3,083
2528	3,083



รูปที่ ๓.๒๒ แสดงแนวโน้มการส่งออกถั่วลันเตากระป๋องของประเทศไทย

ต่อไปนี้ จะเป็นการวิเคราะห์อุปสงค์ของน้ำผลไม้กระป๋องที่จะนำมาพิจารรณาในงานวิจัยนี้

๓.๑๗ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำสับปะรดกระป๋องของตลาด

๓.๑๗.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำสับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ความต้องการน้ำสับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศก็ทำนองเดียวกับความต้องการของสับปะรดกระป๋องคือ มีปริมาณน้อย และวัตถุประสงค์ของการผลิตน้ำสับปะรดกระป๋องก็เพื่อการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้น ความนิยมในการดื่มน้ำสับปะรดกระป๋องของคนไทยยังน้อยมาก ลู่ทางในการจำหน่ายภายในประเทศก็คือ โรงแรมและภัตตาคาร ส่วนใหญ่นำมาบริการชาวต่างประเทศ ดังนั้น สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ซึ่งทำการผลิตเพื่อเป็นสินค้าออก จึงไม่ทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ

๓.๑๗.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำสับปะรดกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

น้ำสับปะรดกระป๋อง (Pineapple juice Canned) สถิติการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๓

จากตารางที่ ๓ - ๖๓ จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยทำการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องอย่างจริงจัง เมื่อปี ๒๕๑๖ ปริมาณ ๕๔๕ ตัน แล้วเพิ่มขึ้นเป็น ๑,๐๑๔, ๒,๘๗๒ ตัน ในปี ๒๕๑๗ และ ๒๕๑๘ ตามลำดับ และปริมาณสูงมากขึ้นในปี ๒๕๒๒ และ ๒๕๒๓ คือ ปริมาณ ๑๒,๒๒๓ และ ๑๖,๙๒๐ ตัน สำหรับปี ๒๕๒๓ นั้น ข้อมูลเพียงแค่ ๙ เดือนแรกเท่านั้น แต่ก็มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุดในรอบ ๑๐ ปี และมีมูลค่าสูงถึง ๑๙๙ ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๔

ตารางที่ 3 - 63

ปริมาณและมูลค่าน้ำสับปะรดกระป๋องที่ไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	100	6,288
2515	390	1,197
2516	545,719	266,120
2517	1,019,255	5,857,144
2518	2,872,130	18,580,975
2519	2,301,321	19,289,883
2520	2,408,724	19,402,030
2521	4,540,034	44,294,258
2522	12,222,649	137,505,673
2523[1/]	16,920,925	199,224,126

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ ๓ - ๖๔

แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย

ปริมาณ : กก.

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	100	-	6,288	-
2515	390	+ 2.9	1,197	- 80.9
2516	545,719	+1,398.27	266,120	+ 22,132.3
2517	1,019,255	+ 86.7	5,857,144	+ 2,100.9
2518	2,872,130	+ 181.7	18,580,975	+ 217.2
2519	2,301,321	- 19.8	19,289,883	+ 3.8
2520	2,408,724	+ 4.6	19,402,030	+ 0.5
2521	4,540,034	+ 88.4	44,294,258	+ 128.3
2522	12,222,649	+ 169.2	137,505,673	+ 210.4
2523	16,920,925	+ 38.4	199,224,126	+ 44.8

ตลาดน้ำสับปะรดกระป๋องที่สำคัญของไทยได้แก่ สหรัฐอเมริกา, สเปน, เนเธอร์แลนด์, เยอรมัน เลบานอน, เกาหลี, ซาอุดิอาระเบีย ตามสถิติการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย แยกตามประเทศที่รับซื้อดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๕ สำหรับช่วง ๑๐ เดือนแรกของปี ๒๕๒๓ สเปนเป็นประเทศที่สั่งซื้อมากที่สุด

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย ดังในตารางที่ ๓.๖๔ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มโดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดดังในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๓ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๖ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = -4,700,802 + 1,658,002\ t \quad \text{(หน่วยกิโลกรัม)}$$

$t = 1$ สำหรับปี ๒๕๑๔

ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๓ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๖ โดยอาจสรุปได้ว่ามีปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้นโดยประมาณการเพิ่มในอัตราปีละ ๑,๖๕๘,๐๐๒ กิโลกรัม

ตารางที่ 3 - 65

น้ำสับปะรด

ประเทศ	2521		2522		2523	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
บาเรนห์	265,533	1,830,398	17,850	181,030	7,770	67,898
อิหร่าน	346,288	2,387,778	-	-	-	-
ไซปรัส	-	-	500	5,100	-	-
อิสราแอล	-	-	25,730	571,200	-	-
เกาหลี	34,734	408,665	190,589	2,200,385	186,570	2,073,716
ญี่ปุ่น	-	-	-	-	13,608	210,172
ลาว	2,284	35,040	1,074	20,400	1,906	31,200
คูเวต	10,332	80,756	-	-	8,165	89,352
เลบานอน	316,811	3,085,209	763,211	9,826,804	302,397	4,876,129
โอเมน	-	-	-	-	45,823	518,788
ปากีสถาน	2,050	14,700	2,102	19,710	460	4,800
ซาอุดิอาระเบีย	192,930	1,651,188	99,829	926,201	127,764	1,277,807
ซีเรีย	-	-	-	-	1,356	5,209
สิงค์โปร์	342	3,632	6,804	40,795	-	-
อาหรับ	79,624	547,728	-	-	10,886	143,736
เบลเยี่ยม	5,002	39,609	6,804	57,120	15,649	153,358
เดนมาร์ค	-	-	46,062	540,212	-	-
ฟินแลนด์	-	-	15,255	133,110	96,305	1,119,605
เยอรมัน	6,780	42,787	508,532	4,797,016	356,811	3,361,042
อิตาลี	-	-	47,885	389,340	46,728	490,653

ประเทศ	2521		2522		2523	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
malta	-	-	-	-	5,443	57,078
เนเธอร์แลนด์	50,023	396,090	449,318	4,086,798	505,026	4,598,779
นอร์เวย์	-	-	-	-	18,713	205,504
สเปน	-	-	149,815	1,748,509	1,656,288	18,655,765
สวีเดน	-	-	-	-	78,080	929,815
อังกฤษ	53,358	614,709	294,241	4,080,042	150,372	1,601,733
สวิทเซอร์แลนด์	-	-	-	-	28,948	318,435
คานาดา	-	-	217,583	2,240,125	-	-
ชิลี	110,050	871,398	-	-	-	-
สหรัฐอเมริกา	3,035,547	32,060,120	9,329,276	105,219,594	549,994	6,334,694
นิวยีแลนด์	-	-	50,189	422,182	45,680	518,715
บังคลาเทศ	-	-	-	-	588	7,959
บรูไน	-	-	-	-	3,064	65,388
ฮ่องกง	-	-	-	-	17,082	226,602

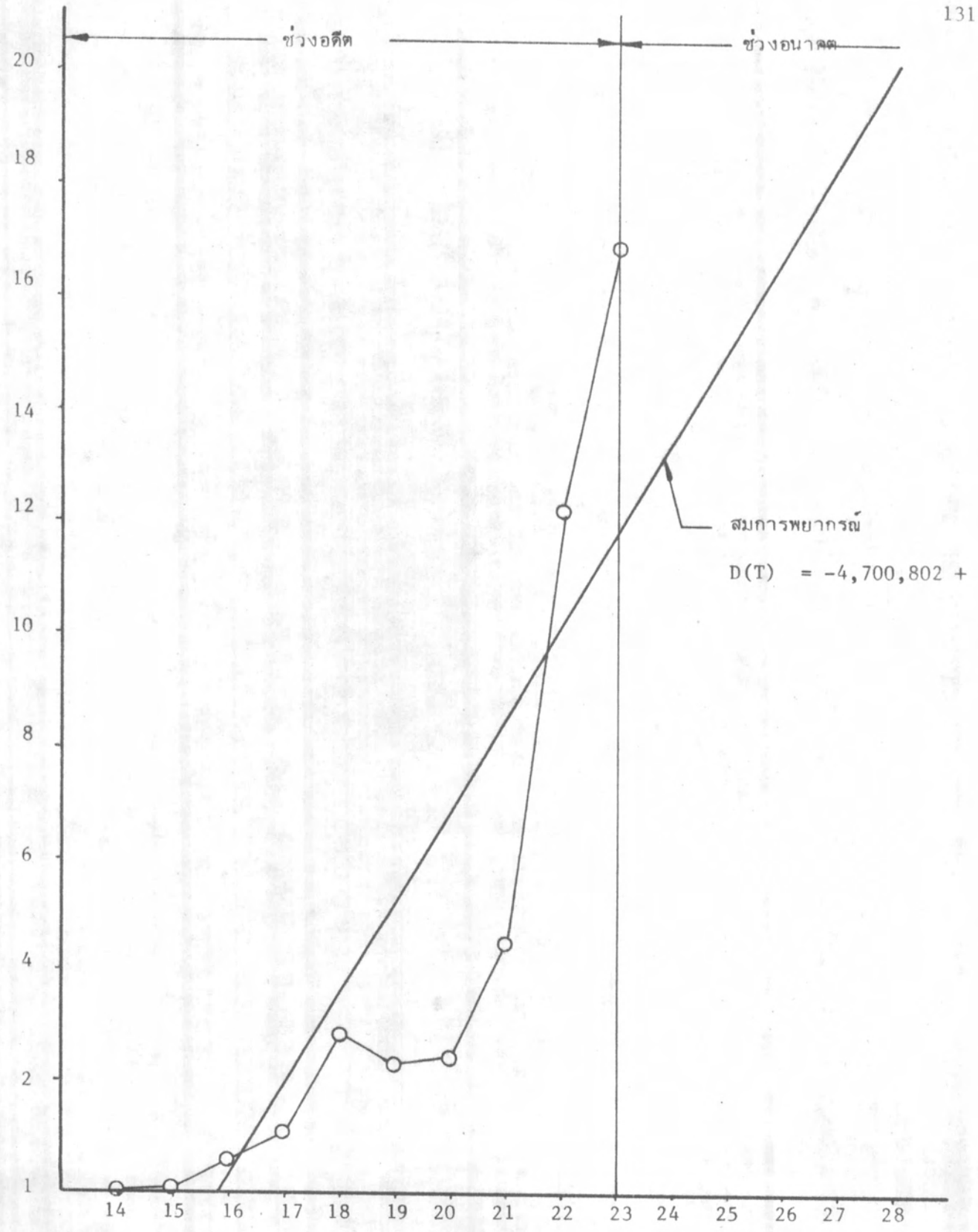
ตารางที่ 3 - 66

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	13,537,214
2525	15,195,214
2526	16,853,200
2527	18,511,200
2528	20,169,200



รูปที่ ๓.๒๓ แสดงแนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

๓.๑๗.๓ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างดังได้กล่าวแล้วในหัวข้อ ข้อมูลทางการตลาดของโรงงานตัวอย่างว่า ทำการผลิตเพื่อเป็นสินค้าออก ในที่นี้จึงทำการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง โดยอาศัยข้อมูลรายปีจากปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานตัวอย่าง ๖ ปีด้วยกัน ตามตารางที่ ๓ - ๑ ซึ่งข้อมูลที่ได้มาอาจค่อนข้างน้อย จึงทำให้การวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกอาจไม่สมบูรณ์นัก แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อจะได้เป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการส่งออกของโรงงานตัวอย่างได้

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างในตารางที่ ๓ - ๑ เมื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๔ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๗ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 10{,}684 + 152{,}023\ t \text{ กิโลกรัม}$$

$t = 1$ สำหรับปี 2518

ดังได้แสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๔ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๖๗ โดยสรุปผลได้ว่ามีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น ในอัตราประมาณปีละ ๑,๕๒๐,๐๒๓ กิโลกรัม

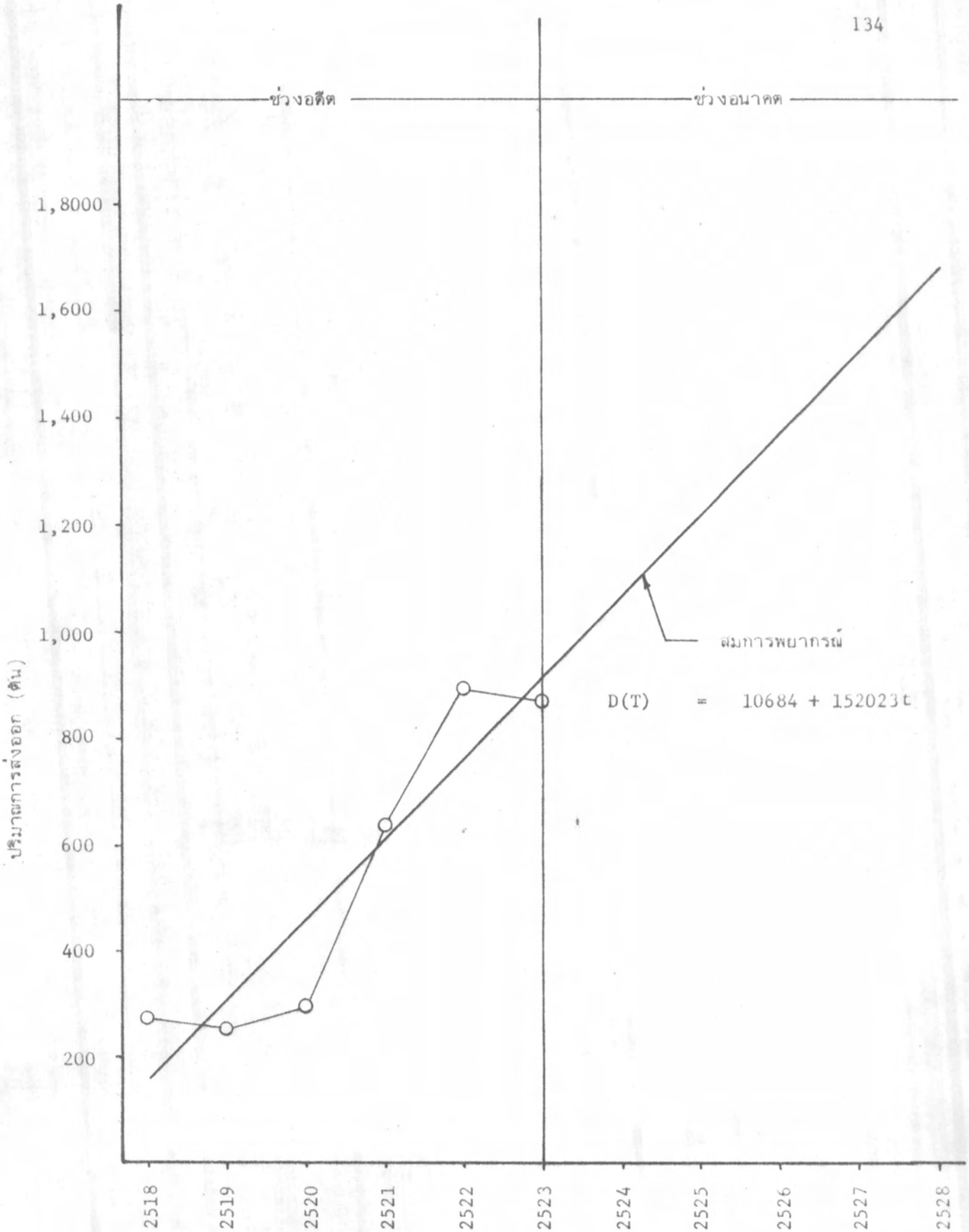
ตารางที่ 3 - 67

แสดงผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

ปี 2524 - 2528

ปริมาณ : กิโลกรัม

ปี	ปริมาณ
2524	1,074,847
2525	1,226,871
2526	1,378,894
2527	1,530,971
2528	1,682,940



รูปที่ ๓.๒๔ แสดงแนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง

๓.๑๘ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำส้มกระป๋องของตลาด

๓.๑๘.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำส้มกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำส้มกระป๋อง ไม่ค่อยมีบทบาทในตลาดภายในประเทศมากนัก เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลไม้สดได้ง่าย โดยเฉพาะผลไม้ประเภทส้มสามารถหาซื้อได้ตลอดปี ประกอบกับมีน้ำส้มคั้น จำหน่ายตลอดปีด้วย ด้วยเหตุนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในประเทศ และไม่อาจหาข้อมูลปริมาณการย้อนหลังของน้ำส้มกระป๋อง จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำส้มกระป๋องของตลาดภายในประเทศในที่นี้ได้

๓.๑๘.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำส้มกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

น้ำส้มกระป๋อง (Oranges juice Canned) สถิติการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๘ จะเห็นว่าประเทศไทยเริ่มทำการส่งน้ำส้มกระป๋องออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ เมื่อปี ๒๕๑๔ ด้วยปริมาณ ๑๕๐ กิโลกรัม อันเป็นปริมาณการส่งออกที่น้อยมาก ในปีต่อมาก็ไม่มีสินค้าส่งออก พอถึงปี ๒๕๑๖ ส่งออกด้วยปริมาณ ๗๙๘ กก. และ ๑๕,๓๑๒ กก. ในปี ๒๕๑๗ นับว่ามีปริมาณการส่งออกสูงสุดตลอดระยะเวลา ๑๐ ปี จากปริมาณการส่งออกของแต่ละปีดังกล่าว จะเห็นว่าอัตราการเพิ่มขึ้นและลดลงไม่สม่ำเสมอดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๖๙

ตารางที่ 3 - 68

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของประเทศไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2514	150	2,688
2515	-	-
2516	798	11,001
2517	15,312	87,505
2518	-	-
2519	600	8,802
2520	6,900	93,043
2521	6,119	78,881
2522	6,092	76,916
2523[1/]	7,653	99,982

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3 - 69

แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของประเทศไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2514	150	-	2,688	-
2515	-	-	-	-
2516	798	-	11,001	-
2517	15,312	+ 1,818.8	87,505	+695.4
2518	-	-	-	-
2519	600	-	8,802	-
2520	6,900	+ 1,050.0	93,043	+957.06
2521	6,119	- 11.3	78,881	- 15.2
2522	6,029	- 1.5	76,916	- 2.5
2523[1/]	7,653	+ 26.9	99,982	+ 29.98

1/ ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร

จากข้อมูลปริมาณการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของไทย ดังในตารางที่ ๓ - ๖๙ เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดดังในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๕ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๗๐ โดยสรุปผลได้ว่า แนวโน้มการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของไทย มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Forecaster มีรูปสมการคือ

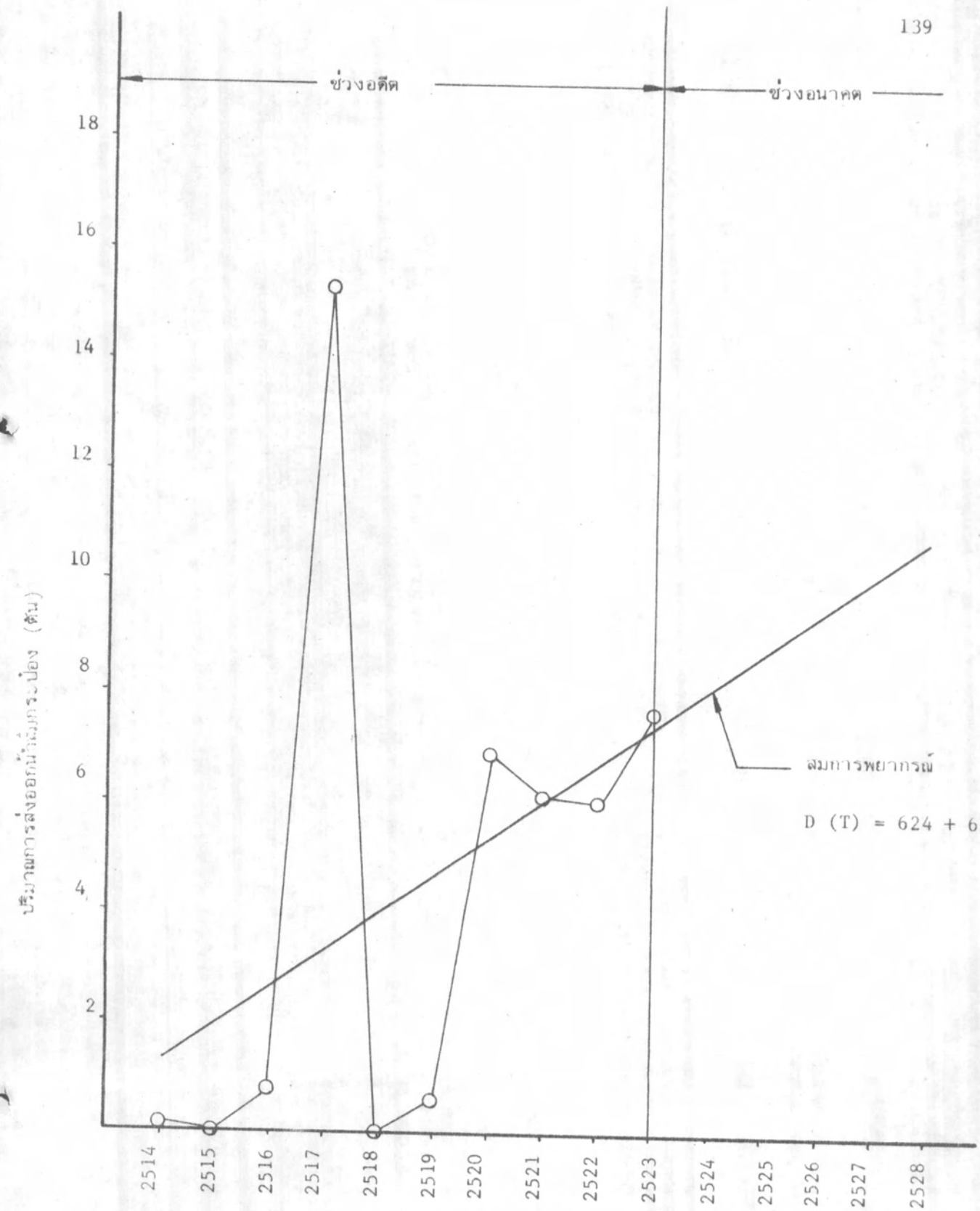
$$D(T) = 624 + 679\ t$$ กิโลกรัม

$t = 1$ สำหรับปี 2514

ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๕ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓-๗๐ โดยอาจสรุปได้ว่า มีปริมาณการส่งออกน้ำส้มกระป๋องเพิ่มขึ้น โดยประมาณในอัตราปีละ ๖๗๙ กิโลกรัม

ตารางที่ ๓ -๗๐ แสดงผลการพยากรย์ปริมาณการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของประเทศไทย

ปี	ปริมาณ (กก.)
2524	8,100
2525	8,780
2526	9,459
2527	10,139
2528	10,818



รูปที่ ๓.๒๕ แสดงแนวโน้มการส่งออกน้ำส้มกระป๋องของประเทศไทย

๓.๑๙ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำมะม่วงกระป๋องของตลาด

๓.๑๙.๑ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำมะม่วงกระป๋องของตลาดภายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์น้ำมะม่วงกระป๋อง ตามวัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิต ก็ผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออก เพราะผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่ไม่นิยมดื่มน้ำผลไม้ประเภทนี้อยู่แล้ว และยังมีผลไม้อีกหลายชนิดที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้มาทำเป็นน้ำผลไม้สด เช่น น้ำมะเขือเทศสด, น้ำส้มคั้น, น้ำมะนาว, น้ำสับปะรด ซึ่งมีจำหน่ายตลอดปี จากการสำรวจตลาดเพื่อหาข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน แต่ไม่มีข้อมูลปริมาณการขายน้ำมะม่วงกระป๋อง จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำมะม่วงกระป๋องของตลาดภายในประเทศในที่นี้ได้

๓.๑๙.๒ การวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำมะม่วงกระป๋องของตลาดต่างประเทศ

น้ำมะม่วงกระป๋อง (Mangoes juice Canned) จากสถิติการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๗๑ จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยเริ่มทำการส่งน้ำมะม่วงกระป๋องอย่างจริงจังเมื่อปี ๒๕๑๖ ปริมาณ ๔,๕๓๖ กิโลกรัม และ ๑,๔๖๐ ๑,๓๘๒, ๑๐๕,๔๑๐, ๑,๐๔๖, ๕๖ กิโลกรัม ในปี ๒๕๑๗, ๒๕๑๘, ๒๕๑๙, ๒๕๒๐ และ ๒๕๒๑ ตามลำดับ สำหรับปี ๒๕๒๒ - ๒๕๒๓ ไม่มีข้อมูลการส่งออก โดยนำข้อมูลไปรวมกับการส่งออกน้ำผลไม้กระป๋องชนิดอื่นๆ เนื่องจากปริมาณการส่งออกน้อยมาก จากการสอบถามเจ้าหน้าที่กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ พอสรุปได้ว่า โรงงานผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปผลิตมะม่วงกระป๋อง อันเป็นที่นิยมของตลาดมากกว่า และราคาดีกว่าอีกด้วย จากปริมาณการส่งออกดังกล่าวจะเห็นว่า ปริมาณการส่งออกมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไม่สม่ำเสมอ ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๗๒

ตารางที่ 3 - 71

ปริมาณและมูลค่าน้ำมะม่วงกระป๋องที่ประเทศไทยส่งออก

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2516	4,536	30,415
2517	1,960	18,343
2518	1,382	13,228
2519	105,190	941,223
2520	1,056	14,670
2521	56	1,898
2522	-	-
2523	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ ๓ - ๗๒

แสดงอัตราการเปลี่ยแปลงการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

ปริมาณ : กิโลกรัม

มูลค่า : บาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
2516	4,536	-	30,415	-
2517	1,960	+ 56.8	18,343	+ 39.7
2518	1,382	- 29.5	13,228	- 27.8
2519	105,192	+ 7511.5	941,223	+ 7015.4
2520	1,056	- 98.9	14,670	- 98.4
2521	56	- 94.6	1,898	- 87.1
2522	-	-	-	-
2523	-	-	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร

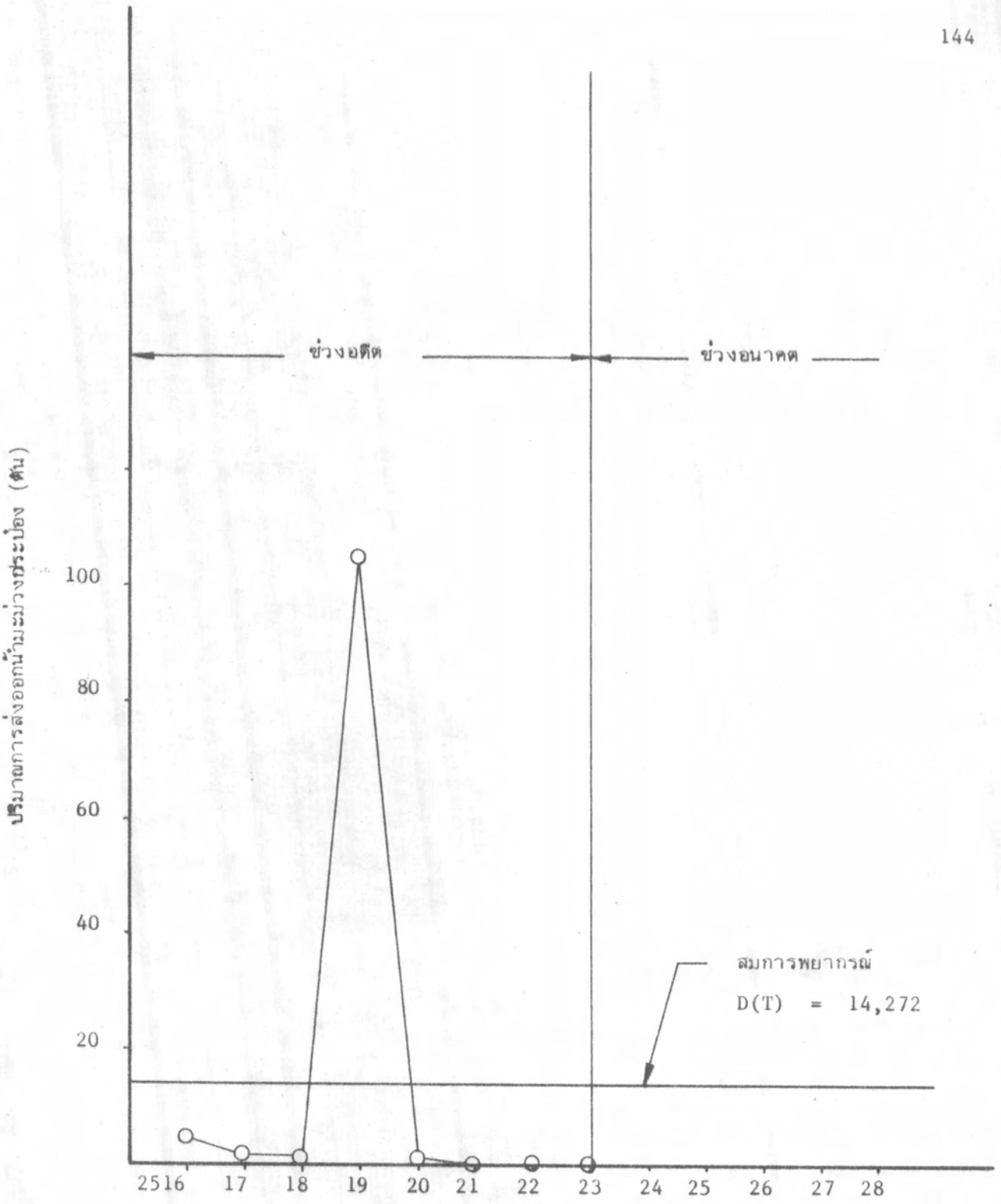
จากข้อมูลปริมาณการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของไทย ดังแสดงในตารางที่ ๓ - ๗๒ เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์แนวโน้ม โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายละเอียดดังในภาคผนวก ค จะได้ผลแสดงดังในรูปที่ ๓.๒๖ และผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๗๓ โดยสรุปผลได้ว่าแนวโน้มการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของไทยไม่มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยมีสมการพยากรณ์ความต้องการที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Constant Forecaster มีรูปสมการคือ

$$D(T) = 14,272 \quad \text{กิโลกรัม}$$

ดังแสดงแนวโน้มการส่งออกให้เห็นในรูปที่ ๓.๒๖ และผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องในช่วงปี ๒๕๒๔ - ๒๕๒๘ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๓ - ๗๓ โดยอาจสรุปได้ว่าไม่มีปริมาณการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องเพิ่มขึ้น การส่งออกประมาณปีละ ๑๔,๒๗๒ กิโลกรัม

ตารางที่ ๓ - ๗๓ แสดงผลการพยากรย์ปริมาณการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

ปี	ปริมาณ(กก.)
2524	14,272
2525	14,272
2526	14,272
2527	14,272
2528	14,272



รูปที่ ๓.๒๖ แสดงแนวโน้มการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องของประเทศไทย

สรุปผลการวิเคราะห์

๑. สับปะรดกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. สับปะรดกระป๋องที่ผลิตได้ในประเทศไทยประมาณร้อยละ ๙๐-๙๕ จะส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยมีตลาดที่สำคัญพอแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ ๔ กลุ่มคือ

กลุ่มที่ ๑ กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา และคานาดา

กลุ่มที่ ๒ กลุ่มประเทศประชาคมตลาดร่วมยุโรป ได้แก่ เยอรมันตะวันตก เบลเยี่ยม เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ และอังกฤษ

กลุ่มที่ ๓ กลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮ่องกง สิงคโปร์ ลาว และเกาหลี

กลุ่มที่ ๔ กลุ่มตะวันออกกลาง ได้แก่ บาเรนท์ อิสราเอล โซมาเลีย คูเวต ซาอุดิ-อาราเบีย อาหรับ และเยเมน

การจำหน่ายสับปะรดกระป๋องภายในประเทศนั้นมีปริมาณน้อยมาก โดยมากจำหน่ายตามโรงแรม หรือภัตตาคาร เพื่อสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ นอกจากจะสะดวกในการเก็บรักษาแล้ว ยังสามารถนำมาบริการได้ทันทีอีกด้วย สำหรับคนไทยโดยทั่ว ๆ ไปมักนิยมสับปะรดมากกว่าเพราะหาซื้อได้ง่าย และราคาถูกอีกด้วย

๒. โรงงานที่ผลิตสับปะรดกระป๋องภายในประเทศ ปัจจุบันมีประมาณ ๘ โรงงาน ซึ่งเป็นโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม โดยทำการผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออก นอกจากนี้ก็ยังมีโรงงานขนาดเล็กซึ่งทำการผลิตทั้งอาหารกระป๋อง และผลไม้กระป๋องบางชนิด แต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน และจำหน่ายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

๓. ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋อง ในการวิจัยนี้ จะทำการวิเคราะห์เฉพาะตลาดต่างประเทศเท่านั้น เพราะเป็นตลาดที่เป็นเป้าหมายหลักของโรงงานผลิต การวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดต่างประเทศแต่ละปีในอดีต และ

ทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการในอนาคตด้วย ซึ่งผลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ความต้องการสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น และผลจากการพยากรณ์แนวโน้มในอนาคต โดยถือว่าแนวโน้มนี้จะต่อเนื่องไปถึงอนาคตก็จะได้แนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นโดยประมาณในอัตราปีละ ๑๓,๒๖๘ ตัน

๔. ในด้านการตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องถูกกำหนดโควต้า และอัตราภาษีจากประเทศผู้นำเข้า และถ้าเกินโควต้าจะต้องเสียภาษีส่วนที่เกินในอัตราที่สูงกว่า ได้แก่ กลุ่มตลาดร่วมยุโรป ประเทศไทยได้รับโควต้า ๓.๕ ล้านหีบ และเพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงรัฐบาลก็ได้ เข้าควบคุมการส่งออก โดยผู้ส่งออกต้องขออนุญาติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ตั้งแต่วันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๒๒

๕. ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างในตลาดต่างประเทศ ผลจากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า การส่งออกสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่างมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในอัตราประมาณปีละ ๑,๙๒๐ ตัน

กรณีของโรงงานตัวอย่างในที่นี้ขอเสนอแนะว่า ควรมีนโยบายทำการผลิตผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ บ้าง เพราะว่าโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จำนวน ๑๔ โรงงาน ได้ดำเนินการไปแล้ว ๘ โรงงาน ดังนั้นหากโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมทั้งหมดได้เปิดดำเนินการแล้ว ก็จะทำให้ส่วนแบ่งของตลาดของโรงงานตัวอย่างลดลงอย่างแน่นอน

๒. <u>สรุปผลการวิเคราะห์เงาะกระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. เงาะกระป๋องที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ สำหรับตลาดภายในประเทศก็มีความต้องการบ้างโดยจำหน่ายทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ แต่ปริมาณน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการส่งออก ดังเช่นในปี ๒๕๒๒ ประเทศไทยส่งเงาะกระป๋องออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศปริมาณ ๒๖๘๘๐๙ ก.ก. แต่ประมาณความต้องการภายในประเทศเพียง ๒๒,๕๗๙ ก.ก. คิดเป็นร้อยละ ๘.๔ ของปริมาณการส่งออก ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่าประเทศไทย มีผลไม้

สดนานาชนิด หมุนเวียนอยู่ในตลาดภายในประเทศตลอดปี ประชาชนสามารถหาซื้อได้ง่าย และราคาถูกกว่า จึงทำให้ค่านิยมการบริโภคผลไม้กระป๋องลดลง

๒. ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรง จากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของเงาะกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ซึ่งมีข้อมูลประมาณ ๕ ปี นับว่าข้อมูลที่ได้มาอาจจะค่อนข้างน้อย จึงทำให้การวิเคราะห์อาจไม่สมบูรณ์นัก อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ดังกล่าวก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการเงาะกระป๋องของตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยประมาณปีละ ๒,๓๙๒ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกเงาะกระป๋อง พอสรุปผลได้ว่า การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๓๓,๑๐๙ กิโลกรัม

๓. การส่งออกเงาะกระป๋องไปยังตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันตลาดเงาะกระป๋องที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และออสเตรเลีย สำหรับสิงคโปร์นั้นเป็นประเทศลูกค้าของไทยมานานแล้ว ต่อมาเงาะกระป๋องกำลังเข้ามามีบทบาท ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่รับซื้อผลไม้กระป๋องของประเทศไทยหลายชนิด ดังเช่นในปี ๒๕๒๓ ข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม-ตุลาคม จะเห็นว่าการส่งออกเงาะกระป๋องของประเทศไทยมากกว่าร้อยละ ๗๔ ที่ส่งออกไปจำหน่ายที่สหรัฐอเมริกา

๓. เงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศมากกว่าภายในประเทศ เพราะผู้บริโภคภายในประเทศนิยมผลไม้สดมากกว่า นอกจากจะมีรสชาดดีกว่าแล้ว ราคาก็ถูกกว่าอีกด้วย แต่จะมีช่องทางการจำหน่ายบ้างก็ในช่วงนอกฤดูกาล เช่นในงานเทศกาลต่าง ๆ จำหน่ายตามร้านอาหารและภัตตาคาร เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าแทนผลไม้สด

๒. ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ซึ่งมีข้อมูลประมาณ ๕ ปี นับว่าข้อมูลที่ได้มาอาจจะค่อนข้างน้อย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มความต้องการเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องของตลาดภายในประเทศมีระดับค่อนข้างคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยได้ค่าเฉลี่ยประมาณปีละ ๖๙,๔๗๖ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง พอสรุปผลได้ว่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๘๗,๒๗๑ กิโลกรัม

๓. ผลิตภัณฑ์เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สมควรอย่างยิ่งที่จะผลิตควบคู่กับสับปะรดกระป๋อง เพื่อจะได้นำเนื้อสับปะรดส่วนที่มีตำหนิ ซึ่งหากนำไปทำสับปะรดกระป๋องชนิดรูปสี่เหลี่ยมตีป่น ซึ่งมีราคาต่ำกว่า ก็นำส่วนนั้นมาสอดไส้ในเงาะ ก็จะเป็นการนำสับปะรดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้มากกว่า

๔. ลำใยกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ลำใยกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในประเทศ เช่นเดียวกับเงาะกระป๋องและลิ้นจี่กระป๋อง เพราะว่าช่วงฤดูที่มีลำใยสดออกสู่ตลาดอยู่ในช่วงประมาณ ๒ เดือน และในบางปีผลิตผลของลำใยมีน้อย ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตลำใยที่สำคัญได้แก่ ไทย และไต้หวัน แต่ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มีผลผลิตเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศและไม่เคยส่งเข้ามาจากต่างประเทศ

๒) ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของลำใยกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการลำใยกระป๋องของตลาดภายในประเทศมีระดับค่อนข้างคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยได้ค่าเฉลี่ยประมาณปีละ ๒๔,๔๒๓ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกลำใยกระป๋อง พอสรุปผลได้ว่า การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยได้ค่าเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นประมาณปีละ ๑๑,๓๖๐ กิโลกรัม

๓) ตลาดลำใยกระป๋องที่สำคัญของประเทศไทย ส่วนใหญ่มักเป็นตลาดในกลุ่มประเทศในเอเชีย อย่างไรก็ตามปัจจุบันลำใยกระป๋องก็เริ่มเข้าไปมีบทบาทในแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกาบ้างแล้ว อันเป็นตลาดสำคัญที่ไทยควรให้ความสนใจ ผลไม้กระป๋องทุกชนิดที่เข้าไปมีบทบาทในสหรัฐอเมริกา ปริมาณการส่งออกส่วนใหญ่จะส่งไปที่ประเทศดังกล่าว

๕. ลิ้นจี่กระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ลิ้นจี่กระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในประเทศในอัตราที่สูงกว่าผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะลิ้นจี่สดที่ผลิตได้ภายในประเทศมีน้อย ช่วงเวลา

ในการจำหน่ายสั้น จึงทำให้มีราคาแพง และวัตถุดิบประเภทนี้ไม่เพียงพอที่จะป้อนให้กับโรงงานแปรรูป เพราะผลิตผลของลิ้นจี่ เกษตรกรผู้ทำสวนลิ้นจี่ทำได้เฉพาะในทางจังหวัดภาคเหนือเท่านั้น ในบางปีผลิตภัณฑ์ลิ้นจี่กระป๋องมีไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศ จึงมีการสั่งซื้อเข้ามาจากต่างประเทศคือไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มาก่อน และสภาพดินฟ้าอากาศก็เหมาะสำหรับการปลูกลิ้นจี่

๒) ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของลิ้นจี่กระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐานและตัวแทนจำหน่าย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการลิ้นจี่กระป๋องของตลาดภายในประเทศ มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยปริมาณการเพิ่มขึ้นในอัตราปีละ ๑,๖๖๘ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกลิ้นจี่กระป๋อง พอสรุปผลได้ว่า การส่งออกมีระดับคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๕๓๗ กิโลกรัม อย่างไรก็ตามตัวเลขนั้น เป็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกที่เป็นจริง แต่ตามข้อเท็จจริงแล้ว ไม่ได้หมายความว่าความต้องการของตลาดต่างประเทศอยู่ในระดับคงที่ แต่เป็นเพราะโรงงานผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบที่จะสามารถผลิตเป็นลิ้นจี่กระป๋องส่งไปสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศได้ ลิ้นจี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามาก่อนเงาะกระป๋องและเป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศมากกว่า ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตที่สำคัญได้แก่ ไต้หวัน ซึ่งทำการพัฒนามานาน พัฒนาทั้งแหล่งวัตถุดิบและโรงงานแปรรูป ประกอบกับภูมิอากาศที่เหมาะสมกับไม้ผลประเภทนี้ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ลิ้นจี่กระป๋องของไต้หวันมีบทบาทในตลาดต่างประเทศมาก

๓) ผลิตภัณฑ์ลิ้นจี่กระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สมควรได้รับการพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง โดยการพัฒนาในแหล่งผลิตวัตถุดิบเป็นจุดแรก ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรจังหวัดทางภาคเหนือก็ได้สนับสนุนการปลูกลิ้นจี่บ้างแล้ว โดยเกษตรกรจังหวัดได้นำพันธุ์ลิ้นจี่ให้ชาวสวนนำไปทดลองปลูก ซึ่งหากผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ได้รับการพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจังแล้วก็จะเป็นผลดียิ่งในด้านลดปริมาณการนำเข้าลิ้นจี่กระป๋อง สามารถผลิตเป็นสินค้าส่งออก และมีต้นทุนในการผลิตต่ำ สามารถต่อสู้แข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ง่าย

๖. มะม่วงกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์มะม่วงกระป๋องไม่มีบทบาทในตลาดภายในประเทศ แต่ยังมีมะม่วงที่แปรรูปมาอีกรูปแบบหนึ่ง คือ มะม่วงดอง ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในช่วงนอกฤดูกาล และมีจำหน่ายตลอดปี แม้ว่ามะม่วงจะออกสู่ตลาดเฉพาะช่วงฤดูกาล พอหมดช่วงเวลาดังกล่าวก็จะมีผลไม้ชนิดอื่นมาแทน โอกาสที่จะเกิดการขาดแคลนผลไม้สดภายในประเทศมีน้อย หรือหากผู้บริโภคต้องการผลไม้กระป๋องก็จะซื้อ พวกเงาะ ลำไย หรือลิ้นจี่กระป๋องมากกว่า เนื่องจากว่ามะม่วงกระป๋องยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เชื่อว่าผู้บริโภคภายในประเทศจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่รู้จัก และยังไม่มีข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศ จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศได้

ตามจุดมุ่งหมายของโรงงานผู้ผลิต ก็เพื่อเป็นสินค้าส่งออก ซึ่งได้ทำการส่งออกเมื่อปี ๒๕๒๐ นี่เอง ข้อมูลปริมาณการส่งออกมีน้อย ไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการให้สมบูรณ์ได้ แต่จากตัวเลขปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังเช่นในปี ๒๕๒๓ มีปริมาณการส่งออกในอัตราที่สูงกว่าปี ๒๕๒๒ ถึงร้อยละ ๘๐ ดังนั้นหากว่าได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดนี้อย่างจริงแล้ว มะม่วงก็จะถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากกว่าในปัจจุบันและเป็นการกระจายประเภทผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องให้มีมากขึ้นด้วย

๗. กล้วยกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กล้วยกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามจุดมุ่งหมายของโรงงานผู้ผลิตก็เพื่อเป็นสินค้าส่งออก ซึ่งเริ่มทำการส่งออกเมื่อปี ๒๕๒๐ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ภายในประเทศยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ประกอบกับตลาดภายในประเทศมีกล้วยสดจำหน่ายตลาดปีและยังมีปริมาณที่เกินความต้องการบริโภคสด จึงมีผู้นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยชนิดต่าง ๆ เช่นกล้วยตาก กล้วยอบน้ำผึ้ง กล้วยฉาบ และทำขนมต่าง ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์จากกล้วยผู้บริโภคภายในประเทศจะไม่เกิดความเดือดร้อนจากปัญหาการขาดแคลนเลย จากการศึกษาปรากฏว่าข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศไม่มี จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการได้

ส่วนการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการกล้วยกระป๋องในตลาดต่างประเทศนั้น เนื่องจากกล้วยกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ดังกล่าวแล้ว ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มไม่เพียงพอ จึงไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้ อย่างไรก็ตามจากปริมาณการส่งออกในระยะข้างต้นของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้สมควรที่จะได้มีการพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมเป็นอย่างยิ่ง เพราะกล้วยเป็นพืชไร่ที่ให้ผลิตผลได้ตลอดปี กำหนดปริมาณความต้องการได้ค่อนข้างแน่นอน และเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนต่อการลงทุนได้เร็ว หากว่าผลิตภัณฑ์กล้วยกระป๋องเข้ามีบทบาทในตลาดต่างประเทศที่สำคัญแล้ว จะเป็นที่สนใจของนักลงทุนมากกว่าผลไม้กระป๋องอื่น ๆ ที่อาศัยวัตถุดิบที่ออกเป็นฤดูกาลอีก

๘. มะละกอกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์มะละกอกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง และกล้วยกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มพัฒนามาพร้อม ๆ กัน ด้วยวัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิตก็เพื่อผลิตเป็นสินค้าส่งออก แต่จากปริมาณการส่งออกมะละกอกระป๋องมีปริมาณน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ทั้ง ๓ ชนิดดังกล่าว และข้อมูลปริมาณการส่งออกมีน้อยจึงไม่อาจทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดต่างประเทศได้ สำหรับความต้องการภายในประเทศนั้น ก็ทำนองเดียวกับกล้วย เพราะมะละกอก็เป็นพืชไร่ที่ให้ผลิตผลได้ทุกฤดูกาลตลอดปี ผู้บริโภคจึงสามารถหาซื้อมะละกอสดได้ง่ายและราคาถูกกว่า อย่างไรก็ตามหากว่ามะละกอกระป๋องเข้าไปมีบทบาทในตลาดต่างประเทศ โดยทางรัฐบาลช่วยบุกเบิกตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้แล้ว ก็จะเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลที่ว่ามะละกอให้ผลิตผลได้ทุกฤดูกาลตลอดปีและง่ายต่อการส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเพาะปลูก : เพราะเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนการลงทุนได้เร็ว

๙. ผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในประเทศมากกว่ามะม่วงกระป๋อง มะละกอกระป๋องและกล้วยกระป๋อง เพราะว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีผลไม้หลายชนิดรวมอยู่ในกระป๋องเดียวกัน สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายใน

ประเทศทั้งหมดของผลไม้ผสมบรรจุกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์อาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐานประมาณ ๕ ปี และผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เริ่มพัฒนามาเมื่อไม่กี่ปีนี่เอง จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก จากผลทางวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องของตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ ๙๗๐ กิโลกรัม

ส่วนการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องนั้น เนื่องจากการส่งออกจะรวมกับผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ไม่ได้แยกเป็นรายการโดยเฉพาะจึงไม่อาจหาข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในที่นี้ได้ ปัจจุบันโรงงานผลิตผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องยังมีน้อยมาก จากการวิจัยขอเสนอแนะว่าผลิตภัณฑ์ประเภทนี้สมควรสนับสนุนอย่างยิ่งและเหมาะกับโรงงานที่ผลิตผลไม้กระป๋องหลายชนิด เพราะผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นการนำเอาเนื้อผลไม้ที่มีตำหนิมารวมกัน เช่น เนื้อเงาะ เนื้อลำใยชิ้นที่แตก สับปะรดที่มีตำหนิ อันเป็นการนำผลไม้ที่มีตำหนิดังกล่าวมาใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพกว่า ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตผลไม้ผสมบรรจุกระป๋องที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย อิตาลี และอัฟริกาใต้ ซึ่งพอจะชี้เป็นแนวทางได้ว่าตลาดโลกก็มีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เช่นกัน

๑๐. หน่อไม้ไผ่ตงกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์หน่อไม้กระป๋องไม่ค่อยมีบทบาทในตลาดภายในประเทศเท่าใดนัก เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อหน่อไม้สดได้ ซึ่งรสชาดดีกว่าและราคาถูกกว่า สำหรับช่วงนอกฤดูกาลหน่อไม้ประชาชนก็หันมาบริโภคหน่อไม้อัดปี๊บ, หน่อไม้ดอง ซึ่งหาซื้อได้ง่ายและมีจำหน่ายในประเทศตลอดปี

๒) ในการวิจัยนี้ไม่สามารถทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการหน่อไม้กระป๋องของตลาดภายในประเทศได้ ทั้งนี้เนื่องจากไม่อาจรวบรวมข้อมูลปริมาณการขายทั้งหมดของหน่อไม้กระป๋องภายในประเทศได้ จึงขอทำการวิเคราะห์เฉพาะแนวโน้มความต้องการหน่อไม้กระป๋องของตลาดต่างประเทศ พอสรุปผลได้ว่า การส่งออกหน่อไม้ไผ่ตงกระป๋องมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยประมาณการเพิ่มขึ้นในอัตราปีละ ๖๑,๗๕๑ กิโลกรัม

๓) ตลาดหน่อไม้กระป๋องที่สำคัญของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮ่องกงและสิงคโปร์ อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังมีคู่แข่งขันที่สำคัญคือ ไต้หวัน จีนและอินโดนีเซีย ซึ่งประเทศคู่แข่งขัน

ดังกล่าวได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มาก่อน ปัจจุบันประเทศไทยได้ส่งหน่อไม้กระป๋องเข้าไปมีบทบาทในตลาดที่สำคัญบ้างแล้ว ดังนั้นหากทางราชการช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการเพาะปลูกหน่อไม้ไผ่ตงเพื่อกิจการอุตสาหกรรม แทนที่จะอาศัยหน่อไม้จากธรรมชาติอย่างเดียว ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นสินค้าออกที่สำคัญและมีผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

๑๑. ข้าวโพดอ่อนกระป๋อง

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดอ่อนกระป๋อง เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศมากกว่าและวัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิต ต่างก็มุ่งผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อข้าวโพดอ่อนสดได้ง่ายและมีจำหน่ายตลอดปี แต่ก็มีผู้ทางการจำหน่ายภายในประเทศบ้าง เช่น ตามร้านอาหารและภัตตาคาร ตลาดที่สำคัญภายในประเทศก็คือ กรุงเทพฯ

๒) ในวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่ทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของข้าวโพดอ่อนกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ประมาณ ๕ ปี นับว่าข้อมูลที่ได้มาอาจค่อนข้างน้อย เพราะผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพิ่งเริ่มพัฒนามาเมื่อไม่กี่ปีนี้เอง จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก จากการวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการข้าวโพดอ่อนกระป๋องของตลาดภายในประเทศ มีระดับค่อนข้างคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยประมาณความต้องการเฉลี่ยปีละ ๑๔,๐๒๖ กิโลกรัม

ส่วนการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกข้าวโพดอ่อนกระป๋อง พอสรุปผลได้ว่า การส่งออกมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น โดยประมาณการเพิ่มขึ้นในอัตราปีละ ๑๑๐,๗๖๘ กิโลกรัม

๓) ข้าวโพดอ่อนกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจอย่างยิ่งต่อโรงงานผลไม้กระป๋อง เพราะข้าวโพดอ่อนเป็นพืชไร่ สามารถผลิตเกือบตลอดปี ประกอบกับแนวโน้มความต้องการของตลาดต่างประเทศก็เพิ่มขึ้น หากทางโรงงานหรือทางราชการสนับสนุน และส่งเสริมให้เกษตรกรได้ทำการเพาะปลูกข้าวโพดอ่อน และสร้างเสถียรภาพทางด้านราคาของข้าวโพดอ่อนให้กับเกษตรกรแล้ว การพัฒนาการผลิตข้าวโพดอ่อนกระป๋องก็มีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ ข้าวโพดอ่อนเป็นพืชไร่ ก็สามารถที่จะกำหนดปริมาณความต้องการได้ง่าย และยิ่งเป็นการลงทุนที่เหมาะสมกับเกษตรกรไทย กล่าวคือ การลงทุนปลูกข้าวโพดอ่อนเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนเร็ว ทำให้เกษตรกรประสบปัญหาเกี่ยวกับดอกเบี้ยในการกู้เงินน้อยลง ไม่เหมือนกับการลงทุนปลูกพืชสวน เช่น พวกไม้ผลต่าง ๆ ซึ่งกว่าจะให้ผลตอบแทนได้ก็ใช้เวลาประมาณ ๔-๕ ปี

๑๒. <u>เห็ดกระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) เห็ดกระป๋อง ไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในตลาดภายในประเทศมากนัก เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อเห็ดสดได้ตามท้องตลาดทั่วไป มีจำหน่ายตลอดปี เพราะว่าเห็ดสามารถทำการเพาะได้ทั้งโดยวิธีวิทยาศาสตร์ และวิธีธรรมชาติ จึงสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตลอดปี ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเห็ดกระป๋อง จึงทำการผลิตเพื่อการส่งออก

๒) ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของเห็ดกระป๋อง เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน ประมาณ ๕ ปี ข้อมูลที่ได้มาค่อนข้างน้อย เพราะเห็ดกระป๋องก็เพิ่งได้รับการพัฒนาบ้างเมื่อไม่นานมานี้เอง จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก จากผลการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มความต้องการเห็ดกระป๋องของตลาดภายในประเทศอยู่ในระดับค่อนข้างคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยได้ค่าเฉลี่ยประมาณปีละ ๗,๓๗๒ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกเห็ดกระป๋อง พอสรุปผลได้ว่าการส่งออกไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๒๒,๕๐๗ กก.

๓) ผลิตภัณฑ์เห็ดกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจอีกประเภทหนึ่ง ที่ทางราชการและโรงงานแปรรูปควรให้การสนับสนุน และส่งเสริมการเพาะเห็ดเป็นอย่างยิ่ง เพราะว่าเห็ดสามารถเพาะได้โดยวิธีวิทยาศาสตร์ จึงเป็นการดำเนินกิจการที่ไม่ต้องอาศัยธรรมชาติเหมือนเช่นผักและผลไม้ อันทำให้เกษตรกรมีงานทำหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว หากว่าการเพาะเห็ด เป็นกิจการของเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่แล้ว ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตเห็ดกระป๋องจะลดลง อันก่อให้เกิดอำนาจการแข่งขันทางการค้าในตลาดต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

๑๓. <u>ถั่วลันเตากระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ถั่วลันเตากระป๋องนับว่ายังขาดการสนับสนุนและส่งเสริม ในบางปีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ของผู้บริโภคภายในประเทศไม่เพียงพอจึงมีการสั่งซื้อจากต่างประเทศเข้ามาโดยสั่งซื้อจากฝรั่งเศส หากจะมองตามเหตุผลแล้ว ถั่วลันเตาเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ดีในประเทศไทย แต่ขาดการสนับสนุน และขาดหลักประกันในการรับซื้อและเสถียรภาพทางด้านราคา จึงทำให้เกษตรกรไม่สนใจที่จะปลูกกัน เกษตรกรส่วนใหญ่หากขาดการสนับสนุน และส่งเสริมที่ดีแล้วจะไม่นิยมปลูกพืชเพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับโรงงาน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แต่มักจะปลูกพืชที่เป็นพืชเศรษฐกิจ เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง และพืชที่เป็นที่ต้องการของตลาดเพื่อบริโภคสด แม้กระทั่งสับปะรด เกษตรกรก็เพิ่งเริ่มสนใจทำการเพาะปลูกกัน เพื่อป้อนให้โรงงานแปรรูปเมื่อไม่นานนี้เอง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันก็มีโรงงานแปรรูปบางแห่งได้ส่งเสริมให้เกษตรกรได้ปลูกถั่วลันเตาเพื่อเป็นวัตถุดิบของโรงงานบ้างแล้ว หากเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจังแล้ว ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีบทบาทต่อเศรษฐกิจมากขึ้น เพราะถั่วลันเตาเป็นพืชไร่สามารถทำการผลิตได้ในปริมาณใกล้เคียงกับความต้องการ และเป็นการลงทุนการเพาะปลูกที่เหมาะสมกับเกษตรกรไทย

๒) ในการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ ในการวิจัยนี้ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้โดยตรงจากข้อมูลปริมาณการขายภายในประเทศทั้งหมดของถั่วลันเตากระป๋องได้ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่อาจหามาได้ แต่ในที่นี้ทำการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐาน และตัวแทนจำหน่าย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่สมบูรณ์นัก อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ก็เพื่อเป็นแนวทางที่จะชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มความต้องการถั่นลันเตากระป๋องของตลาดภายในประเทศ มีความต้องการในระดับคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๘,๙๗๑ กิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกถั่วลันเตากระป๋อง พอสรุปผลได้ว่าแนวโน้มการส่งออกมีระดับคงที่ ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๓,๐๘๓ กิโลกรัม ตามความเป็นจริงแล้วไม่ได้หมายความว่า ตลาดต่างประเทศมีความต้องการที่ระดับคงที่ แต่เป็นเพราะโรงงานผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบ จึงทำให้การส่งออกของผลิตภัณฑ์ถั่วลันเตาไม่ค่อยมีบทบาท อย่างไรก็ตามหากได้รับการพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมกันอย่างจริงจังทั้งทางด้านเกษตรกรผู้ผลิตและโรงงานผู้แปรรูปแล้ว ผลิตภัณฑ์ถั่วลันเตากระป๋องจะเป็นสินค้าส่งออกที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพื่อการส่งออกได้อีกประเภทหนึ่ง

๑๔. <u>น้ำสับปะรดกระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการผลิตสับปะรดกระป๋องตามวัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิต ก็เพื่อเป็นสินค้าส่งออก และเป็นสินค้าที่มีบาทบาทในตลาดต่างประเทศ ดังนั้นในที่นี้จึงไม่ทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศ ซึ่งมีความต้องการเป็นส่วนน้อย และโรงงานผู้ผลิตก็ไม่มีนโยบายที่จะขยายตลาดภายในประเทศ

๒) สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋อง สรุปได้ว่า การส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณปีละ ๑,๖๕๘,๐๐๒ กิโลกรัม

๓) น้ำสับปะรดกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามานานแล้วจนเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในตลาดโลก จนกลายเป็นสินค้าออกที่สำคัญของไทย

๔) ผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง ซึ่งทำการผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออกเช่นกัน จากการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋องของโรงงานตัวอย่าง สรุปได้ว่า มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยอัตราการเพิ่มขึ้นประมาณปีละ ๑๕๒,๐๒๓ กิโลกรัม อย่างไรก็ตาม หากโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดกิจการทางผลิตน้ำสับปะรดทั้ง ๑๔ โรงแล้ว จะต้องมีผลกระทบต่อโรงงานตัวอย่างแน่นอน คือ ส่วนแบ่งของตลาดจะต้องลดลง ปัญหาประการนี้ ทางโรงงานตัวอย่างควรมีการวางแผนในระยะต่อไป

๑๕. <u>น้ำส้มกระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์น้ำส้มกระป๋อง ตามวัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิต ก็ผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออก จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ ๖๗๙ กิโลกรัม สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดภายในประเทศนั้น ไม่อาจทำการวิเคราะห์ได้ เนื่องจากไม่อาจหาข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐานได้ แต่อย่างไรก็ตามความต้องการน้ำส้มกระป๋องของตลาดภายในประเทศอาจไม่มีบทบาทนัก เพราะว่าผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลไม้ประเภทส้ม และน้ำส้มคั้นซึ่งมีจำหน่ายตลอดปี

๑๖. <u>น้ำมะม่วงกระป๋อง</u>

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์น้ำมะม่วงกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการผลิตมะม่วงกระป๋อง ผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดนี้ ตามความประสงค์ของโรงงานผู้ผลิตก็เพื่อเป็นสินค้าส่งออก น้ำมะม่วงกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามาก่อนมะม่วงกระป๋อง ซึ่งทำการส่งออกตั้งแต่ปี ๒๕๑๖ จากการวิเคราะห์

แนวโน้มการส่งออก พอสรุปได้ว่า ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยได้ค่าเฉลี่ยประมาณปีละ ๑๔,๒๗๒ กิโลกรัม ในระยะหลังตั้งแต่ผลิตภัณฑ์มะม่วงกระป๋องเริ่มมีบทบาทในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ปริมาณการส่งออกน้ำมะม่วงกระป๋องลดลงรวมทั้งโรงงานผู้ผลิตมีแนวโน้มทำการผลิตมะม่วงกระป๋องมากขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการน้ำมะม่วงกระป๋องของตลาดภายในประเทศไม่อาจกระทำได้ เนื่องจากหาข้อมูลปริมาณการขายย้อนหลังของโรงงานมาตรฐานไม่ได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของผลไม้ภายในประเทศ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงไม่เป็นที่นิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

จากการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการผลไม้กระป๋อง ผักกระป๋อง และน้ำผลไม้กระป๋องของตลาดภายใน และต่างประเทศนั้น การศึกษาจะศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ของโรงงานตัวอย่าง ซึ่งมีอยู่ ๒ อย่างคือ สับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดกระป๋อง นอกจากนั้นก็ศึกษาถึงผลิตผลไม้กระป๋องที่มีการส่งออก ของโรงงานมาตรฐานทั่ว ๆไป ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ที่นำวัตถุดิบจากผลิตผลทางการเกษตรนั้น เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จะเป็นการยากที่จะกำหนดเป้าความต้องการของผลผลิตได้ อันต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่อาศัยวัตถุดิบจากอุตสาหกรรม ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่าผลิตผลจากการเกษตรในแต่ละปีไม่แน่นอน ต้องขึ้นอยู่กับธรรมชาติ บางปีผลิตผลมีมากเกินความต้องการ บางปีก็ไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้น ในการวางแผนการผลิตจะอาศัยจากการนำข้อมูลปริมาณการขายมาวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นแนวโน้มความต้องการของตลาดแต่เพียงอย่างเดียวนั้นไม่ได้ เช่นว่า จากการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของลิ้นจี่กระป๋อง จากข้อมูลปริมาณการส่งออก ผลสรุปออกมาว่า ความต้องการอยู่ในระดับคงที่ ซึ่งตามความเป็นจริงโรงงานผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบ จึงไม่มีลิ้นจี่กระป๋องที่จะทำการส่งออก และในบางปีความต้องการภายในประเทศก็ไม่เพียงพอ เหล่านี้เป็นต้น อีกประการจากการศึกษาจะชี้ให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ผลิตจากวัตถุดิบทางการเกษตร เช่น ถั่วลันเตากระป๋อง, เห็ดกระป๋อง, ลิ้นจี่กระป๋อง ซึ่งวัตถุดิบที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ประเทศสามารถผลิตได้เป็นอย่างดี แต่ขาดการสนับสนุน และส่งเสริมในสิ่งดังกล่าว เพราะขาดการศึกษาและวิจัยในสิ่งเหล่านี้ จึงต้องสูญเสียเงินไปโดยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเข้ามาในประเทศในบางปีที่มีปริมาณไม่เพียงพอ และอีกประการหนึ่งประเทศไทยสมควรได้รับการพัฒนาอย่างยิ่ง ที่จะหาหนทางนำวัตถุดิบจากการเกษตร ซึ่งเกษตรกรไทยสามารถทำการผลิตได้เป็นอย่างดีมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เพื่อเป็นสินค้าส่งออก แต่ทั้งนี้ก็ต้องพัฒนาทั้งแหล่งวัตถุดิบ และโรงงานแปรรูปอย่างสมดุลย์กัน

อย่างไรก็ตาม ผลจากการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดของประเทศ ซึ่งมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในอัตราประมาณปีละ ๑๓,๒๖๘ ตัน รายละเอียดของผลการพยากรณ์ ตามตารางที่ ๓-๔ นั้น เป็นผลการวิเคราะห์จากข้อมูลการส่งออกที่เป็นจริง หากทำการวิเคราะห์ในเชิงทฤษฎีก็สามารถทำการพยากรณ์ได้หลายๆ ปี แต่หากมองในเชิงปฏิบัติแล้ว ไม่ควรที่จะนำผลการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องมาเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิตในช่วงระยะเวลาอันยาวนานได้ ทั้งนี้ เนื่องจากว่าสภาวะความเคลื่อนของตลาดไม่แน่นอน และเป็นตลาดที่มีการแข่งขัน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์นั้น ปี ๒๕๒๓ มีข้อมูลเพียง ๑๐ เดือนแรก จากนั้นก็ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อประกอบการพิจารณาแนวโน้มการส่งออก เพื่อประกอบเหตุผลในผลการพยากรณ์ที่สามารถเป็นไปได้ กล่าวคือปี๒๕๒๓ มีปริมาณการส่งออกถึง ๑๒๗,๐๐๘ ตัน มูลค่า ๑,๔๓๒ ล้านบาท และปี ๒๕๒๔ มีปริมาณการส่ง ๑๖๑,๕๙๑ ตัน มูลค่า ๒,๐๓๙ ล้านบาท ซึ่งจะเห็นว่าปริมาณการส่งออกของปี ๒๕๒๔ มากกว่าปี ๒๕๒๓ ร้อยละ ๒๗.๒๓ ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าผลการพยากรณ์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ ๑๓,๒๖๘ ตัน ตลอดช่วงปี ๒๕๒๔-๒๕๒๘ นั้น ค่อนข้างจะเป็นไปได้ แต่อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาของการพยากรณ์ที่จะทำการวางแผนไม่ควรเป็นช่วงที่ยาวนานนัก หากเป็นไปได้แล้วควรทำการพยากรณ์ตลอดแบบปีต่อปี จึงจะมีความเชื่อมั่นได้สูงกว่า ทั้งนี้ เพราะว่าความต้องการสับปะรดกระป๋องของตลาดอาจจะถึงจุดอิ่มตัวที่จุดหนึ่งๆหรือปริมาณการส่งออกอาจลดลง เมื่อประเทศคู่แข่งขันแย่งตลาด

อนึ่ง ในภาวะปัจจุบัน และอนาคตโรงงานควรทำการศึกษาถึงสภาวะความเคลื่อนไหวของตลาด เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มความต้องการสับปะรดกระป๋อง และความเคลื่อนไหวด้านปริมาณการผลิตของประเทศคู่แข่งขันประกอบกับแนวโน้มการส่งออกของประเทศ เพื่อจะได้เป็นเหตุผลที่จะบอกได้ว่าความต้องการของตลาดถึงจุดอิ่มตัวแล้วหรือยัง หรืออาจจะบอกได้ว่าในช่วงเวลานั้น อัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตสูงกว่าปริมาณความต้องการของตลาดแล้วหรือไม่ ซึ่งเมื่อถึงจุดๆนี้ โรงงานจำเป็นที่จะต้องลดกำลังผลิตสับปะรดกระป๋อง อัน

จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของโรงงานอย่างแน่นอน ดังนั้น ผลกระทบอันนี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้โรงงานต้องพยามหาผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องชนิดอื่นมาทำการผลิตทดแทนปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องที่จะต้องสูญเสียไป ซึ่งผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องชนิดต่างๆ ที่จะนำมาเสนอนั้น ก็ได้กล่าวแล้วข้างต้น และจะเสนอถึงวิธีการดำเนินการวางแผนการผลิตผลไม้กระป๋องชนิดอื่นๆ ในบทต่อไป