

บทที่ 2

โครงสร้างอุตสาหกรรม

2.1. โครงสร้างการผลิต

การศึกษาในส่วนโครงสร้างการผลิตนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ในส่วนแรกจะเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลโดยรวมของไทย ส่วนที่สองจะเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งของไทย และส่วนสุดท้ายจะเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตปูกระป๋องของไทย

โดยทั่วไปโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำของไทยโดยส่วนใหญ่มิได้ทำการแปรรูปสัตว์น้ำประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงประเภทเดียวแต่จะมีการใช้สัตว์น้ำหลากหลายประเภททั้งนี้ขึ้นกับวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปที่สำคัญคือสัตว์น้ำซึ่งจะมีปริมาณมากในบางฤดูกาล จะเห็นได้จากการศึกษาของมูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย¹ ที่ทำการสำรวจโรงงานอาหารทะเลกระป๋องของไทยซึ่งแยกตามกำลังการผลิต โรงงานขนาดเล็กมักจะผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องประเภทกุ้ง ปู หอยลาย และซีฟู้ดคอกเทล ในขณะที่โรงงานขนาดกลางจะผลิตอาหารทะเลกระป๋องทุกชนิดทั้ง กุ้ง หอยลาย ปลาหมึก ซีฟู้ดคอกเทล ชาริติน และแมคคอรัล ส่วนโรงงานขนาดใหญ่ส่วนมากจะผลิตปลาชาริตินและแมคคอรัล แต่มีจำนวนหนึ่งผลิต กุ้งและปลาหมึกด้วย โรงงานที่ผลิตอาหารทะเลแช่แข็งก็เช่นเดียวกันแม้ส่วนใหญ่จะทำการผลิตกุ้งแช่แข็งซึ่งเป็นอาหารทะเลแช่แข็งที่ผลิตและส่งออกเป็นปริมาณมากที่สุด ในบรรดาอาหารทะเลแช่แข็งทั้งหมดแต่บางโรงงานก็มีการผลิตอาหารทะเลแช่แข็งประเภทอื่นควบคู่ไปด้วยเช่น ปลาหมึก ปลา เนื้อปลา เป็นต้น เนื่องจากโรงงานต้องมีการหมุนเวียนการแปรรูปสัตว์น้ำแต่ละประเภทไปตามแต่ละฤดูกาล ดังนั้นโรงงานที่ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องจึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งและอาหารทะเลกระป๋องชนิดอื่นๆด้วย

¹ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคณะ. โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋องในตลาดต่างประเทศ ในระยะ 5 ปีข้างหน้า (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2537), หน้า 153

2.1.1. โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำของไทย

ก. การลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำของไทย

จากสถิติโรงงานอุตสาหกรรมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในตารางที่ 2-1 พบว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวสัตว์น้ำของไทย ณ สิ้นปี พ.ศ.2541 มีทั้งหมด 528 โรงงาน ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 16,516.82 ล้านบาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ถึง 397 โรงงาน และใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 16,262.48 ล้านบาท

จากตารางที่ 2-1 แสดงให้เห็นว่ากิจการที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุดและมีการลงทุนมากที่สุดคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รมควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยฉับพลันหรือเหือดแห้ง (โรงงานประเภท 0602) มีจำนวนโรงงานมากที่สุดถึง 321 โรงงาน และใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 9,074.44 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 55 ของมูลค่าการลงทุนของโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวสัตว์น้ำทั้งหมด(คำนวณจากตารางที่ 2-1) โรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการทำให้เยือกแข็งมีจำนวนโรงงานมากที่สุดและมีการลงทุนเป็นมูลค่ามากที่สุดในโรงงานประเภทนี้ เนื่องจากประเทศไทยทำการผลิตอาหารทะเลประเภทแช่แข็งเพื่อการส่งออกมากกว่าอาหารทะเลประเภทอื่นๆ และเมื่อส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลักซึ่งต้องมีการผลิตคราวละมากๆ ดังนั้นโรงงานจำนวนมากถึง 239 โรงงานจัดอยู่ในกลุ่มของโรงงานขนาดใหญ่โดยมีการลงทุนเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 9,003.89 ล้านบาท

ส่วนกิจการที่มีจำนวนโรงงานและมีมูลค่าการลงทุนสูงรองลงมาคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำอาหารจากสัตว์น้ำและบรรจุในภาชนะที่ผนึกและอากาศเข้าไม่ได้หรือเรียกว่าเป็นโรงงานที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง(โรงงานประเภท 0601) มีจำนวนทั้งหมด 88 โรงงาน มีมูลค่าการลงทุนทั้งหมดเท่ากับ 6,037.70 ล้านบาท และเช่นเดียวกันกับโรงงานประเภท 0602 โรงงานอาหารทะเลกระป๋องของไทยส่วนใหญ่ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งมีจำนวนโรงงานเท่ากับ 76 โรงงานจากทั้งหมด 88 โรงงาน และมีมูลค่าการลงทุนเท่ากับ 5,970.01 ล้านบาท

ตารางที่ 2-1 สถิติโรงงานอุตสาหกรรม(สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ) ณ สิ้นปี พ.ศ.

2541

ประเภท โรงงาน	โรงงานจำพวกที่ 1 (ขนาดเล็ก)			โรงงานจำพวกที่ 2 (ขนาดกลาง)			โรงงานจำพวกที่ 3 (ขนาดใหญ่)			รวมโรงงานจำพวกที่ 1-3 (ทุกขนาด)		
	จำนวน	เงินลงทุน	คนงาน	จำนวน	เงินลงทุน	คนงาน	จำนวน	เงินลงทุน	คนงาน	จำนวน	เงินลงทุน	คนงาน
0601	-	-	-	12	67.69	213	76	5,970.01	36,959	88	6,037.70	37,172
0602	54	24.64	455	38	45.91	655	239	9,003.89	44,463	321	9,074.44	45,573
0603	-	-	-	20	27.07	176	25	547.17	4,779	45	574.24	4,955
0604	-	-	-	-	-	-	3	0.88	5	3	0.88	5
0605	-	-	-	17	89.03	402	54	740.53	3,706	71	829.56	4,108
รวม	54	24.64	455	87	229.70	1,446	397	16,262.48	89,912	528.00	16,516.82	91,813

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

- หมายเหตุ**
- โรงงานประเภท 0601 หมายถึง การทำอาหารจากสัตว์น้ำและบรรจุในภาชนะที่ผนึกและอากาศเข้าไม่ได้
 - โรงงานประเภท 0602 หมายถึง การถนอมสัตว์น้ำโดยใช้การอบ รมควัน ไล่เกลือ ตอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็ง โดยขับพลังหรือเหือดแห้ง
 - โรงงานประเภท 0603 หมายถึง การทำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปจากสัตว์น้ำ หนังหรือ ไขมันสัตว์น้ำ
 - โรงงานประเภท 0604 หมายถึง การสกัดน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำทางการทำน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำให้บริสุทธิ์
 - โรงงานประเภท 0605 หมายถึง การล้าง ซ้ำหะละ แกะ ต้ม นึ่ง ทอด หรืออบสัตว์น้ำ

กิจการอาหารทะเลกระป๋องมีจำนวนโรงงานน้อยกว่าโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รมควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยจับปล้นหรือเหือดแห้ง อยู่มาก แต่มูลค่าการลงทุนกลับต่ำกว่าไม่มาก แสดงให้เห็นถึงการลงทุนในโรงงานอาหารทะเลกระป๋อง ของแต่ละโรงงานมีการลงทุนที่สูงกว่า โดยโรงงานอาหารทะเลกระป๋องขนาดใหญ่โดยเฉลี่ยลงทุน 78.55 ล้านบาทต่อโรงงาน ส่วนโรงงานขนาดใหญ่ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รม ควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยจับปล้นหรือเหือดแห้งมีมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย เพียง 37.67 ล้านบาทต่อโรงงานซึ่งมีมูลค่าการลงทุนน้อยกว่าโรงงานอาหารทะเลกระป๋องถึง 1 เท่าตัว

กิจการอีกประเภทที่มีจำนวนโรงงานและมูลค่าการลงทุนรองลงมาจากโรงงานอาหารทะเล กระป๋องคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการล้าง ขำแหวะ แกะต้ม นึ่งทอด หรือบดสัตว์น้ำ (โรงงาน ประเภท 0605) มีจำนวนโรงงานทั้งหมด 71 โรงงานซึ่งใกล้เคียงกับจำนวนโรงงานผลิตอาหารทะเล กระป๋องแต่มีการลงทุนเป็นมูลค่าเพียง 829.56 ล้านบาทน้อยกว่ามูลค่าการลงทุนของโรงงานอาหาร ทะเลกระป๋องอยู่มากเนื่องจากไม่ต้องใช้เครื่องจักรที่ซับซ้อนมากทำให้การลงทุนต่ำกว่า และเช่นเดียวกัน โรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการล้าง ขำแหวะ แกะต้ม นึ่งทอด หรือบดสัตว์น้ำ โดยส่วนใหญ่เป็นโรง งานขนาดใหญ่ 54 โรงงานมีมูลค่าการลงทุนเพียง 740.53 ล้านบาท ดังนั้นจึงมีมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย เพียง 13.71 ล้านบาทต่อโรงงาน ซึ่งโรงงานประเภทนี้จะป็นโรงงานที่ทำการผลิตวัตถุดิบส่งต่อไปโรงงาน ขนาดใหญ่ประเภทอื่น ๆ นำไปแปรรูปต่อไป

โรงงานที่มีจำนวนโรงงานและมูลค่าการลงทุนรองลงมาจากที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการล้าง ขำแหวะ แกะต้ม นึ่งทอด หรือบดสัตว์น้ำ คือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูปจากสัตว์น้ำ หนังหรือไขมันสัตว์น้ำ (โรงงานประเภท 0603) มีจำนวนโรงงานทั้งหมด 45 โรงงาน มีมูลค่าการลงทุนทั้งหมดเท่ากับ 574.24 ล้านบาท และเช่นเดียวกันกับโรงงานประเภทอื่นๆ ส่วนใหญ่ ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศดังนั้นมูลค่าการลงทุนส่วนใหญ่จึงเป็นโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งมี จำนวนโรงงานเท่ากับ 25 โรงงานและมีมูลค่าการลงทุนเท่ากับ 547.17 ล้านบาท จึงมีมูลค่าการลงทุน โดยเฉลี่ยเท่ากับ 21.89 ล้านบาทต่อโรงงาน

สุดท้ายคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการสกัดน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำ ทางการทำน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำให้บริสุทธิ์ (โรงงานประเภท 0604) มีจำนวนโรงงาน ทั้งหมดเพียง 3 โรงงานและเป็นโรงงานขนาดใหญ่ทั้งหมดมีมูลค่าการลงทุนเพียง 0.88 ล้านบาท ทำให้ โดยเฉลี่ยแล้วมีมูลค่าการลงทุนต่อโรงงานน้อยมากเพียง 0.29 ล้านบาท

ข. การใช้แรงงานและค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ

อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนของการแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้น จากสถิติโรงงานอุตสาหกรรมในตารางที่ 2-1 จะเห็นว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวสัตว์น้ำของไทย ณ สิ้นปี พ.ศ.2541 ทั้งหมด 528 โรงงานมีการจ้างคนงานรวมทั้งสิ้น 91,813 คน

โรงงานที่มีการจ้างคนงานมากที่สุดคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รมควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยแช่ปล้นหรือเหือดแห้ง (โรงงานประเภท 0602) มีการจ้างคนงานทั้งหมด 45,573 คนคิดเป็นร้อยละ 50 ของการจ้างคนงานของโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวสัตว์น้ำทั้งหมด(คำนวณจากตารางที่ 2-1) โดยโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการทำให้เยือกแข็งที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุดและย่อมมีการจ้างคนงานมากที่สุดในโรงงานประเภทนี้เนื่องจากประเทศไทยทำการผลิตอาหารทะเลประเภทแช่แข็งเพื่อการส่งออกมากกว่าอาหารทะเลประเภทอื่นๆ และเมื่อเป็นส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลักซึ่งต้องมีการผลิตคราวละมากๆ ดังนั้นจึงมีโรงงานจำนวนมากถึง 239 โรงงานจัดอยู่ในกลุ่มของโรงงานขนาดใหญ่ ทำให้มีการจ้างคนงานมากถึง 44,463 คน

ส่วนโรงงานที่มีการจ้างคนงานมากรองลงมาคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำอาหารจากสัตว์น้ำและบรรจุในภาชนะที่ผนึกและอากาศเข้าไม่ได้หรือเรียกว่าเป็นโรงงานที่ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง(โรงงานประเภท 0601) มีการจ้างคนงานทั้งหมด 37,172 คน และเช่นเดียวกันกับโรงงานประเภท 0602 โรงงานอาหารทะเลกระป๋องของไทยส่วนใหญ่ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนั้นส่วนใหญ่จึงเป็นโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งมีจำนวนโรงงานเท่ากับ 76 โรงงานจากทั้งหมด 88 โรงงาน และมีการจ้างคนงานสูงถึง 36,959 คน

จำนวนโรงงานอาหารทะเลกระป๋องมีจำนวนน้อยกว่าโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รมควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยแช่ปล้นหรือเหือดแห้งอยู่มากแต่การจ้างคนงานกลับน้อยกว่าไม่มากแสดงให้เห็นว่าโรงงานอาหารทะเลกระป๋องแต่ละโรงงานมีการจ้างคนงานมากกว่า โดยโรงงานอาหารทะเลกระป๋องขนาดใหญ่โดยเฉลี่ยจ้างคนงาน 486 คนต่อโรงงาน โรงงานขนาดใหญ่ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการถนอมสัตว์น้ำโดยการอบ รมควัน ไล่เกลือ ดอง ตากแห้งหรือทำให้เยือกแข็งโดยแช่ปล้นหรือเหือดแห้งโดยเฉลี่ยมีการจ้างคนงานเพียง 186 คนต่อโรงงาน

โรงงานอีกประเภทที่มีการจ้างคนงานรองลงมาจากโรงงานอาหารทะเลกระป๋องคือโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปจากสัตว์น้ำ นึ่งหรือไขมันสัตว์น้ำ (โรงงานประเภท 0603) มีการจ้างคนงานทั้งหมด 4,955 คนโดยการจ้างงานส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างงานจากโรงงานขนาดใหญ่ถึง 4,779 คนจากจำนวนโรงงานขนาดใหญ่ทั้งหมด 25 โรงงาน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วมีการจ้างคนงานมากถึง 191 คนต่อโรงงาน จะสังเกตได้ว่าแม้ว่าโรงงานขนาดกลางจะมีจำนวนโรงงานเท่ากับ 20 โรงงานซึ่งใกล้เคียงกับโรงงานขนาดใหญ่แต่จำนวนคนงานกลับน้อยกว่าโรงงานขนาดใหญ่มาก

โรงงานที่มีการจ้างคนงานมากรองลงมาจากโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปจากสัตว์น้ำ นึ่งหรือไขมันสัตว์น้ำ ได้แก่โรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการล้างฆ่าและ แกะต้ม นึ่งทอด หรือบดสัตว์น้ำ (โรงงานประเภท 0605) ซึ่งมีการจ้างคนงานทั้งหมด 4,108 คน และเช่นเดียวกับการจ้างงานส่วนใหญ่จะมาจากการจ้างงานของโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งมีการจ้างคนงาน 3,706 คน จากโรงงานขนาดใหญ่ 54 โรงงานโดยเฉลี่ยแล้วมีการจ้างคนงานเพียง 68 คนต่อโรงงาน

สำหรับค่าจ้างแรงงานของไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี จากตารางที่ 2-2 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2532 ค่าจ้างขั้นต่ำของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค โดยปัจจุบันค่าจ้างขั้นต่ำที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2541 กรุงเทพฯและ 5 จังหวัดรอบๆ ได้แก่ สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐมและสมุทรสาคร รวมถึงภูเก็ตมีค่าจ้างขั้นต่ำสูงที่สุดเท่ากับ 162 บาทต่อวัน ส่วนจังหวัดระนอง พังงา ชลบุรี สระบุรี นครราชสีมาและเชียงใหม่มีค่าจ้างขั้นต่ำเท่ากันคือเท่ากับ 140 บาทต่อวันส่วนอีก 60 จังหวัดที่เหลือมีค่าจ้างขั้นต่ำเท่ากันคือเท่ากับ 130 บาทต่อวัน แต่จากตารางที่ 1-2 ในอุตสาหกรรมกรรมการแปรรูปและการเก็บถนอมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำพบว่าในปี พ.ศ.2539 ลูกจ้างจำนวน 114,035 คน ได้รับค่าตอบแทนแรงงานเป็นเงินทั้งสิ้น 7,915,703.3 พันบาท คิดเป็นค่าจ้างประมาณ 190 บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งสูงกว่าเมื่อเทียบกับค่าจ้างขั้นต่ำในเขตกรุงเทพฯ และ 5 จังหวัดรอบๆที่มีผลบังคับใช้ในช้วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2538 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ.2539 ซึ่งเท่ากับ 157 บาท ถึง 33 บาท และค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยในช่วงเดียวกันซึ่งเท่ากับ 132 ถึง 58 บาทแสดงให้เห็นว่าแรงงานในอุตสาหกรรมกรรมการแปรรูปและการเก็บถนอมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำโดยเฉลี่ยแล้วได้รับค่าจ้างสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำ

ตารางที่ 2-2 อัตราค่าจ้างขั้นต่ำในแต่ละจังหวัดของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2532-2541

หน่วย : บาทต่อวัน

เดือนที่มีผลบังคับใช้	5 จังหวัดรอบ กรุงเทพฯ	ภูเก็ต	ระนอง พังงา	ชลบุรี สระบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่	60 จังหวัด ที่เหลือ	เฉลี่ย
มกราคม พ.ศ.2532	76	73	73	69	63	70.8
เมษายน พ.ศ.2532	78	75	75	70	65	72.6
เมษายน พ.ศ.2533	90	90	84	79	74	83.4
เมษายน พ.ศ.2534	100	100	93	88	82	92.6
เมษายน พ.ศ.2535	115	115	107	101	94	106.4
เมษายน พ.ศ.2536	125	125	110	110	102	114.4
เมษายน พ.ศ.2537	132	132	116	116	108	120.8
ตุลาคม พ.ศ.2537	135	135	118	118	110	123.2
กรกฎาคม พ.ศ.2538	145	145	126	126	118	132.0
ตุลาคม พ.ศ.2539	157	157	137	137	128	143.2
มกราคม พ.ศ.2541	162	162	140	140	130	146.8

ที่มา : กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

หมายเหตุ 5 จังหวัดรอบๆกรุงเทพมหานครได้แก่ สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐมและสมุทรสาคร

2.1.2 โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมเนื้อปลาแช่แข็งของไทย

ก. สภาพการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งของไทยในปัจจุบัน

ในการศึกษาถึงสถานการณ์การผลิต การจำหน่าย จำนวนสินค้าคงคลังและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมเนื้อปลาแช่แข็งของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแม้จะเป็นการศึกษาจากผู้ประกอบการบางส่วนในอุตสาหกรรมเนื้อปลาแช่แข็งแต่ก็ทำให้ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่น่าสนใจดังนี้

ตารางที่ 2-3 สถิติอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงเดือน

กันยายน พ.ศ.2542 – มีนาคม พ.ศ.2543

ปริมาณ : ตัน

เดือน (Month)	ปริมาณการผลิต (Production)	ปริมาณการจำหน่าย (Shipment)			สินค้าคงคลัง (Inventory)	กำลังการผลิต (Capacity)
		ในประเทศ	ส่งออก	รวม		
ปลาแช่แข็ง (Chilled or Frozen Fish)						
ก.ย. 2542	4,508.72	216.40	3,571.41	3,787.81	2,531.87	5,137.00
ต.ค. 2542	2,750.88	243.39	2,179.63	2,423.02	2,868.73	5,131.00
พ.ย. 2542	2,662.07	445.40	2,332.84	2,778.24	2,760.56	4,715.00
ธ.ค. 2542	2,956.27	213.20	2,201.25	2,414.45	3,202.85	4,796.00
ม.ค. 2543	2,623.16	62.00	2,715.54	2,777.54	3,043.47	5,077.00
ก.พ. 2543	2,595.52	55.00	2,651.55	2,706.55	2,926.44	4,908.00
มี.ค. 2543	2,607.00	91.03	2,651.27	2,742.30	2,786.14	4,769.00
เนื้อปลาค้นแช่แข็ง(Minced Fish)						
ก.ย. 2542	5,341.49	1,028.76	3,812.46	4,841.22	3,676.24	6,119.00
ต.ค. 2542	5,657.52	729.44	4,824.65	5,554.09	3,425.67	6,363.00
พ.ย. 2542	5,624.14	1,025.95	4,393.28	5,419.23	3,264.58	6,065.00
ธ.ค. 2542	5,575.71	811.52	3,778.00	4,589.52	3,852.77	5,998.51
ม.ค. 2543	6,009.52	1,034.97	3,822.64	4,857.61	4,527.37	6,315.00
ก.พ. 2543	5,053.83	944.34	3,385.15	4,329.49	4,918.08	6,191.00
มี.ค. 2543	6,197.69	950.99	4,356.22	5,307.21	5,363.56	6,474.86

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมรายเดือน ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

จากตารางที่ 2-3 จะเห็นได้ว่าการผลิตพลาสติกแข็งซึ่งก็รวมถึงการผลิตพลาสติกทั้งตัวและเนื้อปลาแล่แข็งมีปริมาณการผลิตเพียง 50-60% ของกำลังการผลิตเท่านั้นยกเว้นในเดือนกันยายนที่มีการผลิตมากเกือบเท่ากับกำลังการผลิตทั้งนี้เนื่องมาจากปริมาณปลาที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีปริมาณที่ไม่แน่นอนและส่วนมากไม่เพียงพอจึงมีหลายเดือนที่ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอกับการจำหน่าย ปลาแข็งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จำหน่ายไปยังต่างประเทศที่จำหน่ายในประเทศมีไม่ถึง 10% ของปริมาณการจำหน่ายทั้งหมด สำหรับปริมาณปลาแข็งที่เก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยมีประมาณ 7,000-8,000 ตันซึ่งเพียงพอต่อการจำหน่ายได้ 1 เดือนเศษ

ส่วนการผลิตเนื้อปลาสดมีปริมาณการผลิตมากถึง 80-90% ของกำลังการผลิตแสดงให้เห็นถึงการผลิตเนื้อปลาสดมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบมากกว่าการผลิตปลาแข็ง เนื้อปลาสดที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จำหน่ายไปยังต่างประเทศที่จำหน่ายในประเทศมีประมาณ 10-20% ของปริมาณการจำหน่ายทั้งหมด สำหรับปริมาณเนื้อปลาสดที่เก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยมีประมาณ 3,000-5,000 ตันซึ่งเพียงพอต่อการจำหน่ายได้ 1 เดือนเศษ

ข. ชนิดและประเภทผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแข็ง

ผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแข็งเพื่อการส่งออกของไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ พลาสติกแข็งและเนื้อปลาสด(ซูริมิ)แข็ง

1. ชนิดและประเภทพลาสติกแล่แข็ง

พลาสติกแล่แข็ง หรือ พลาสติกเยือกแข็ง หมายถึง ปลาที่นำมาแล่เป็นแผ่นหรือแล่แบบมีเส้นและผ่านกรรมวิธีเยือกแข็ง โดยมีระยะเวลาการตกผลึก (Period of Crystallization) อย่างรวดเร็ว ให้มีอุณหภูมิที่บริเวณจุดกึ่งกลางของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียสและต้องควบคุมอุณหภูมิในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ที่ -18 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่าโดยสม่ำเสมอตลอดเวลา²

² กระทรวงอุตสาหกรรม , มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พลาสติกแล่เยือกแข็ง (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม , 2529) , หน้า 1

ปลาสดแช่แข็ง หรือ ปลาสดแช่เยือกแข็ง แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

1. ชนิดปลาแช่แผ่น³ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1.1 แบบมีหนัง (Skin-On) แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1.1.1 มีก้างและหาง (Bone-On , Tail-On)

1.1.2 มีก้างแต่ไม่มีหาง (Bone-On , Tail-Off)

1.1.3 ไม่มีก้างแต่มีหาง (Boneless , Tail-On)

1.1.4 ไม่มีก้างและหาง (Boneless , Tail-Off)

1.2 แบบไม่มีหนัง (Skin-Off) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.2.1 มีก้าง (Bone-On)

1.2.2 ไม่มีก้าง (Bone-Off)

2. ชนิดปลาแลมีเสื่อ⁴ แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ

2.1 แบบมีหนัง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1.1 มีก้าง (Bone-On)

2.1.2 ไม่มีก้าง (Bone-Off)

2.2 แบบไม่มีหนัง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.2.1 มีก้าง (Bone-On)

2.2.2 ไม่มีก้าง (Bone-Off)

ปลาสดแช่แข็งหรือปลาสดแช่เยือกแข็งแบ่งตามการเรียงปลา สามารถแบ่งได้ 2 แบบ คือ

1.แบบเป็นก้อน (Block Frozen) ได้แก่ ปลาแช่ที่นำมาจัดเรียงซ้อนกันในกล่องแม่แบบ นำไปผ่านกรรมวิธีเยือกแข็งและอาจจะเคลือบด้วยน้ำเคลือบ⁵ หรือไม่ก็ได้

³ ปลาแช่แผ่น (Single Fillet) หมายถึง ชิ้นของเนื้อปลาที่ได้จากการขูดเกล็ดแล้วแลเนื้อปลารวมกับกระดูกกลางตัว ตัดครีบ และตัดแต่งเนื้อส่วนท้อง

⁴ ปลาแลมีเสื่อ (Butterfly Fillet) หมายถึง ชิ้นของเนื้อปลาที่ได้จากการตัดหัว ขูดเกล็ดตัดครีบและตัดแต่ง แล้วแลเนื้อปลาจากด้านใดด้านหนึ่งของปลาเอากกระดูกกลางตัวออก โดยให้มีส่วนท้องหรือหลังและหางติดอยู่

⁵ น้ำเคลือบ (Glaze) หมายถึง น้ำหรือน้ำที่มีสารอื่นผสมอยู่ด้วยใช้เคลือบเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำออกจากเนื้อปลาสด

2.แบบแยกเป็นชิ้น/ตัว (Individual Frozen) ได้แก่ ปลาแล่ที่มีการจัดเรียงแต่ละชิ้น/ตัวออกจากกันก่อนผ่านกรรมวิธีเยือกแข็ง แล้วจะเคลือบด้วยน้ำหรือไม่ก็ได้ หรืออาจจะห่อหุ้มแต่ละชิ้น/ตัว ด้วยภาชนะบรรจุก่อนผ่านกรรมวิธีเยือกแข็งก็ได้

2. ชนิดและประเภทเนื้อปลาบด(ซูริมิ)เยือกแข็ง

เนื้อปลาบดเยือกแข็ง หรือ เนื้อปลาบดแช่แข็ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเอาปลาสดที่ผ่านการตัดหัว คว้ากได้ มาผ่านกรรมวิธีแยกเนื้อปลาซึ่งจะได้เนื้อปลาบด จากนั้นนำเนื้อปลาบดมาล้างน้ำผ่านกรรมวิธีการบีบน้ำ แล้วผสมกับวัตถุดิบอาหาร นวดให้เข้ากันและเหนียวทำเป็นก้อนรูปสี่เหลี่ยมหรือรูปอื่นๆ นำไปผ่านกรรมวิธีเยือกแข็งโดยให้มีระยะเวลาการเกิดผลึกน้ำแข็งอย่างรวดเร็ว แล้วจึงลดอุณหภูมิที่บริเวณจุดกึ่งกลางของผลิตภัณฑ์ให้ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส จากนั้นจึงนำไปเก็บรักษาโดยควบคุมอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ไว้ที่ -18 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่าให้สม่ำเสมอตลอดเวลา⁶

ผลิตภัณฑ์เนื้อปลาบดที่ผลิตในประเทศไทยสามารถแบ่งคุณภาพได้ตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตดังนี้

เกรด 1 : นิยมใช้ปลาทรายแดง(Threadfin Bream) เกรดดี ซึ่งมีราคาขายส่งที่องค์การสะพานปลารุงเทพฯ ปี พ.ศ.2542 อยู่ในช่วง 8-35 บาทต่อกิโลกรัม

เกรด 2 : นิยมใช้ปลาทรายขาว(Monocle Bream) และปลาดาบเงิน(Hairtail) ซึ่งปลาทรายขาวราคาขายส่งที่องค์การสะพานปลารุงเทพฯ ในปี พ.ศ.2542 อยู่ในช่วงระหว่าง 8-25 บาทต่อกิโลกรัม

เกรด 3 : ใช้ปลาเบ็ดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีราคาประมาณ 2-5 บาทต่อกิโลกรัม

⁶ กระทรวงอุตสาหกรรม, มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เนื้อปลาบด(ซูริมิ)เยือกแข็ง (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2533), หน้า 1

ค. ต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็ง

1. ต้นทุนการผลิตเนื้อปลาแช่แข็ง

ตารางที่ 2-4 ต้นทุนการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งแบ่งตามขนาดของโรงงาน

รายการ	โรงงานขนาดเล็ก		โรงงานขนาดกลาง	
	บาท/กก.	%	บาท/กก.	%
ประเภทต้นทุน				
- วัตถุดิบ	109.1	75	120.8	45.0
- บรรจุภัณฑ์	7.3	5	44.8	16.7
- แรงงาน	11.6	8	49.9	18.6
- ไฟฟ้า ประปา เชื้อเพลิง	4.4	3	9.9	3.7
- ค่าเสื่อมราคา	-	-	12.3	4.6
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	7.3	5	-	-
- ค่าใช้จ่ายต่างๆ	5.8	4	0.5	0.2
- ดอกเบี้ย	-	-	30.1	11.2
รวม	145.40	100.0	268.4	100.0

ที่มา : สามารถ เจียสกุลและคณะ, แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

: กรณีอุตสาหกรรมอาหาร (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้า 9-10

หมายเหตุ : โรงงานขนาดเล็ก คือ โรงงานที่ใช้วัตถุดิบ 120 ตันต่อปีใช้เงินลงทุน 10 ล้านบาท มีคนงาน 57 คน

โรงงานขนาดกลาง คือ โรงงานที่ใช้วัตถุดิบ 1,500 ตันต่อปีใช้เงินลงทุน 75 ล้านบาท มีคนงาน 450 คน

จากการสำรวจโรงงานขนาดเล็กที่มีกำลังการผลิตเพียง 120 ตันต่อปีและมีคนงานเพียง 57 คน ในตารางที่ 2-4 พบว่าต้นทุนการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งเท่ากับ 145.4 บาทต่อกิโลกรัม โดยส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าวัตถุดิบถึง 109.1 บาทต่อกิโลกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 75 ของต้นทุนทั้งหมดและเป็นค่าแรงงาน 11.6 บาทต่อกิโลกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 8 นอกนั้นก็ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าใช้จ่ายต่างๆ อีกร้อยละ 17 ส่วนผลการสำรวจโรงงานขนาดกลางที่มีกำลังการผลิต 1,500 ตัน มีคนงานทั้งหมด 450 คน พบว่าต้นทุนการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งเป็นก้อน ก้อนละ 4 กิโลกรัมที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับชุบแป้งทอดเท่ากับ 268.4 บาทต่อกิโลกรัม โดยส่วนใหญ่เป็นต้นทุนจากวัตถุดิบเท่ากับ 120.8 บาทต่อกิโลกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 45 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นค่าแรงงาน 49.9 บาทต่อกิโลกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 18.6 ค่าบรรจุภัณฑ์อีก 44.8 บาทต่อกิโลกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 16.7 ค่าดอกเบี้ย 30.1 บาท

ต่ออีกโลกกรัมหรือคิดเป็นร้อยละ 11.2 นอกนั้นเป็นค่าเสื่อมราคา ค่าไฟฟ้า ประปา เชื้อเพลิง และค่าใช้จ่ายอื่นๆอีกร้อยละ 8.5

2. ต้นทุนการผลิตเนื้อปลาบด(ซูริมี)แช่แข็ง

ตารางที่ 2-5 ต้นทุนการผลิตเนื้อปลาบด(ซูริมี)แช่แข็งแบ่งตามขนาดของโรงงาน

หน่วย : ร้อยละ

รายการต้นทุน	สัดส่วน
1.ค่าวัตถุดิบ	91.0
2.ค่าจ้างแรงงาน	3.9
3.ค่าพลังงาน	1.0
4.ดอกเบี้ยเงินกู้	0.4
5.ต้นทุนอื่นๆ	3.7
รวม	100.0

ที่มา : บริษัท ปตท.ธุรกิจ จำกัด. อาหารทะเลกึ่งสำเร็จรูป : แนวพัฒนาที่นำจับตามอง (กรุงเทพมหานคร: กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์, 2532), หน้า 2-21

หมายเหตุ : ต้นทุนอื่นๆ รวมค่าขนส่ง บรรจุหีบห่อ ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรอุปกรณ์และค่าน้ำประปา

จากตารางที่ 2-5 พบว่าต้นทุนการผลิตเนื้อปลาบดแช่แข็งส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าวัตถุดิบถึงร้อยละ 91 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมาเป็นต้นทุนค่าแรงงาน ร้อยละ 3.9 ค่าพลังงานร้อยละ 1.0 และค่าดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 0.4 นอกนั้นเป็นต้นทุนอื่นๆได้แก่ ค่าขนส่ง บรรจุหีบห่อ ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรอุปกรณ์ และค่าน้ำประปาอีกร้อยละ 3.7

ง. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็ง

วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยคือปลาเบญจพรรณ⁷ ชนิดต่างๆ ทั้งปลาน้ำจืด⁸ และปลาน้ำเค็ม⁹ ซึ่งส่วนใหญ่จับได้มากในแถบจังหวัดภาคตะวันออกได้แก่จังหวัด ตราด ระยอง ภาคกลางได้แก่จังหวัด สมุทรปราการและสมุทรสาคร ภาคใต้ได้แก่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี ระนอง พังงา ภูเก็ตและสตูล โดยเครื่องมือที่ชาวประมงใช้ในการจับปลาส่วนใหญ่จะใช้จวนซึ่งเป็นจวนลากโดยเฉพาะจวนลากแผ่นตะเฒ่าและจวนล้อมจับซึ่งสามารถจับปลาได้ในปริมาณที่มาก

จากตารางที่ 2-6 ในหน้าถัดไปพบว่าปริมาณปลาเฉพาะชนิดที่นำมาผลิตเนื้อปลาแช่แข็งที่จับได้ (รวมเพาะเลี้ยงชายฝั่ง) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 531.7 พันตันในปี พ.ศ.2534 เป็น 777.5 พันตันในปี พ.ศ. 2538 แต่หลังจากนั้นปริมาณก็ลดลงเป็น 745.8 พันตันในปี พ.ศ.2539 และลดลงเหลือ 714.1 พันตันในปี พ.ศ.2540 โดยปริมาณปลาเฉพาะชนิดที่นำมาผลิตเนื้อปลาแช่แข็งคิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของปลาเบญจพรรณที่จับได้ทั้งหมด(คำนวณจากตารางที่ 2-6) และจะเห็นได้ว่าปริมาณปลาชนิดที่นำมาทำเนื้อปลาแช่แข็งที่จับได้(รวมเพาะเลี้ยงชายฝั่ง)มีมากกว่าปริมาณปลาชนิดที่นำมาทำเนื้อปลาสดแช่แข็ง ทั้งนี้เนื่องจากชนิดของปลาที่นำมาทำเนื้อปลาแช่แข็งมีมากกว่านั่นเอง

แม้ในช่วงปี พ.ศ.2534-2538 ปลาเฉพาะชนิดที่นำมาผลิตเนื้อปลาแช่แข็งที่จับได้(รวมเพาะเลี้ยงชายฝั่ง)มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่อย่างไรก็ตามเมื่อมาพิจารณาราคาของปลาที่จับได้กลับพบว่าราคาปลาไม่ได้มีแนวโน้มลดลงแต่อย่างใด จากตารางที่ 2-7 พบว่าราคาปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 19.7 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ. 2537 เป็น 24.1 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2540 ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากราคาปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็งซึ่งเป็นส่วนใหญ่ของปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็งทั้งหมดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 15.7 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2535 เป็น 21.2 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2540 และเช่นเดียวกันราคาของเนื้อปลาสดแช่แข็งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 12.8 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2535 เป็น 17.4 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2539 ก่อนที่ราคาจะลดลงเหลือ 15.7 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2540

⁷ ปลาเบญจพรรณ คือ ปลาทุกชนิดที่ใช้เป็นอาหาร(ยกเว้นปลาเปิดที่นำไปเป็นส่วนประกอบในอาหารสัตว์)

⁸ คือปลาที่หากินอยู่ในบริเวณน้ำจืดทะเล เช่น ปลาน้ำดอกไม้ ปลาคู ปลาอินทรี ปลาควาย ปลาโอ ปลาสิğun เป็นต้น

⁹ คือปลาที่หากินอยู่ในบริเวณพื้นทะเลได้แก่ปลาลำพอก ปลาน้ำดอกไม้ ปลาจวด ปลาทรายแดง ปลาตาโตตาหวาน เป็นต้น

ตารางที่ 2-6 ปริมาณปลาที่ได้จากการทำประมงและเพาะเลี้ยงชายฝั่งได้ในช่วงปี พ.ศ.2534-2540

หน่วย : พันตัน

ปลาชนิดต่างๆ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
ปลาทู (+)	103.0	129.6	144.0	147.5	159.2	140.8	138.6	137.5
ปลาลัง (+)	32.5	40.1	49.7	64.6	70.5	45.1	42.7	49.3
ปลาอินทรี (+)	10.4	12.3	14.6	16.4	17.4	15.2	14.5	14.4
ปลาตาบลาว (*)	8.9	7.7	9.1	11.1	16.0	10.3	10.5	10.5
ปลาโอคำ (+)	84.8	74.4	60.4	64.7	55.1	54.4	49.2	63.3
ปลาโกลาย (+)	67.4	94.8	87.2	84.3	74.4	68.4	62.0	76.9
ปลาทูแขก (+)	48.7	51.0	55.1	74.4	77.6	85.2	78.2	66.9
ปลาสิğun (+)	43.5	45.7	56.5	68.8	55.7	53.0	49.7	53.3
รวมปลาผิวน้ำ¹⁰	397.2	455.4	476.6	531.8	525.9	472.4	445.4	472.1
ปลาน้ำดอกไม้ (+)	8.8	7.9	7.9	9.5	12.1	14.4	14.3	10.7
ปลาจวด (*)	20.7	18.5	20.5	19.3	23.9	29.8	30.0	23.2
ปลาทรายแดง (+, *)	47.0	65.4	75.3	75.1	93.8	89.6	87.7	76.3
ปลาทรายขาว (*)	0.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.4	0.1
ปลาตาบเงิน (*)	5.0	3.0	5.3	8.1	14.5	15.1	17.6	9.8
ปลากะพงแดง (+)	5.7	6.9	16.5	11.9	14.3	14.6	12.8	11.8
ปลาตาโตตานหวาน (+, *)	33.9	44.6	59.8	52.3	69.2	82.1	77.8	60.0
ปลาเห็ดโคน (+, *)	3.8	3.3	3.4	4.1	6.6	5.4	5.7	4.6
ปลาลิ้นหมา (+)	7.6	7.7	8.0	10.5	12.8	15.0	15.0	10.9
ปลาจักรฆาน (+)	1.6	1.3	1.9	3.9	4.4	7.3	7.4	4.0
รวมปลาหน้าดิน¹¹	134.5	158.7	198.6	194.7	251.6	273.4	268.7	211.5
ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง (+)	496.7	584.8	640.3	688.0	723.1	690.5	655.6	639.9
ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาบด (*)	119.7	142.6	173.4	170.0	224.0	232.4	229.7	184.5
รวมปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง	531.7	614.1	675.2	726.5	777.5	745.8	714.1	683.6
ปลาทุกชนิด(ไม่รวมปลาเปิด)	1,038.3	1,229.3	1,327.0	1,414.5	1,490.6	1,464.2	1,415.4	1,339.9
ปลาเปิด '	981.9	1,001.4	1,026.6	930.5	915.9	864.1	822.1	934.6

ที่มา : สถิติปริมาณและราคาสัตว์น้ำที่ได้จากการทำประมงของกองเศรษฐกิจการประมง กรมประมง

หมายเหตุ ' ปลาขนาดเล็กที่นิยมใช้ทำอาหารสัตว์, (+) ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง, (*) ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาบด

¹⁰ คือปลาที่หากินอยู่ในบริเวณผิวน้ำทะเล เช่น ปลาน้ำดอกไม้ ปลาทู ปลาอินทรี ปลาตาบลาว ปลาโอ ปลาสิğun เป็นต้น

¹¹ คือปลาที่หากินอยู่ในบริเวณพื้นทะเลได้แก่ปลากำทวก ปลาน้ำดอกไม้ ปลาจวด ปลาทรายแดง ปลาตาโตตานหวาน เป็นต้น

ตารางที่ 2-7 ราคาปลาที่ได้จากการทำประมงและเพาะเลี้ยงชายฝั่งได้ในช่วงปี พ.ศ.2534-2540

หน่วย : บาท/กก.

ปลาชนิดต่างๆ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
ปลาทู (+)	11.8	14.7	14.6	19.9	20.9	23.5	27.8	19.0
ปลาตัง (+)	8.0	10.7	10.2	17.6	15.8	19.8	17.1	14.2
ปลาอินทรี (+)	39.7	44.3	49.2	43.9	47.9	56.0	72.8	50.5
ปลาตาบลา (*)	18.9	22.2	24.9	25.1	28.5	25.0	24.9	24.2
ปลาโอดำ (+)	23.7	22.0	30.3	13.0	15.0	20.0	26.0	21.4
ปลาโกลาย (+)	16.0	16.0	15.0	14.0	12.1	15.6	15.0	14.8
ปลาทูแขก (+)	11.3	9.8	10.0	10.2	10.9	11.6	13.0	11.0
ปลาสิğun (+)	16.0	13.3	12.2	13.1	14.3	15.7	15.5	14.3
รวมปลาผิวน้ำ	16.0	16.0	16.6	16.5	17.3	19.7	22.2	17.8
ปลาน้ำดอกไม้ (+)	20.3	21.1	21.7	31.4	30.8	29.5	31.5	26.6
ปลาจวด (*)	15.6	17.2	17.9	16.9	19.0	17.5	17.5	17.4
ปลาทรายแดง (+, *)	12.5	12.7	12.8	13.8	17.2	18.6	13.6	14.5
ปลาทรายขาว (*)	5.8	5.0	-	-	-	8.0	6.8	6.4
ปลาตาบเงิน (*)	14.7	15.2	17.0	18.0	17.8	21.5	22.5	18.1
ปลากระพงแดง (+)	43.0	42.9	43.7	48.1	53.6	57.5	54.8	49.1
ปลาตาโตตานหวาน (+, *)	6.9	6.9	7.4	8.9	8.9	10.4	10.7	8.6
ปลาเห็ดโคน (+, *)	44.8	45.5	48.7	64.8	69.6	78.5	70.5	60.3
ปลาลิ้นหมา (+)	14.8	16.0	16.7	21.1	24.5	19.5	29.8	20.3
ปลาจักรฆาน (+)	36.0	33.8	36.3	37.9	38.4	43.7	36.1	37.5
รวมปลาหน้าดิน	14.7	14.4	15.7	17.9	20.0	20.7	19.4	17.6
ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง (+)	20.4	19.3	20.5	19.7	21.1	23.4	24.1	21.2
ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาบด (*)	15.7	15.5	16.2	16.7	17.9	20.1	21.2	17.6
รวมปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง	13.0	12.8	13.0	14.8	17.2	17.4	15.7	14.9
ปลาทุกชนิด(ไม่รวมปลาเปิด)	11.6	15.1	16.1	14.0	15.9	16.6	17.0	15.2
ปลาเปิด '	2.5	2.2	2.7	2.2	2.5	2.9	2.6	2.5

ที่มา : จากการค้าจำนวนจากสถิติปริมาณและราคาสัตว์น้ำที่ได้จากการทำประมงของกองเศรษฐกิจการประมง กรมประมง

หมายเหตุ ' ปลาขนาดเล็กที่นิยมใช้ทำอาหารสัตว์, (+) ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาแช่แข็ง, (*) ปลาที่ใช้ทำเนื้อปลาบด

1. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเนื้อปลาแล่แช่แข็ง

จากตารางที่ 2-6 พบว่าชนิดของปลาที่นำมาผลิตเนื้อปลาแล่แช่แข็งที่เป็นปลาผิวน้ำได้แก่ ปลาทุปลาลัง ปลาอินทรี ปลาโอดำ ปลาโอลาย ปลาทุบแซก ปลาสีกุน เป็นต้น ส่วนปลาหน้าดินที่นำมาทำเนื้อปลาแล่แช่แข็งได้แก่ ปลาน้ำดอกไม้ ปลาทวายแดง ปลากะพงแดง ปลาตาโตตาหวาน ปลาเห็ดโคน ปลาลิ้นหมา ปลาจักรฆาน เป็นต้น ปลาชนิดที่นำมาทำเนื้อปลาแล่แช่แข็งที่จับได้โดยเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละปีได้แก่ปลาทุบแซก รองลงมาได้แก่ ปลาโอลาย ปลาทวายแดง ปลาทุบแซก ปลาโอดำ ปลาตาโตตาหวาน ปลาสีกุน ตามลำดับซึ่งเป็นปลาที่จับได้โดยเฉลี่ยมากกว่า 50 พันตันต่อปี

จากตารางที่ 2-7 พบว่าปลาที่มีราคาโดยเฉลี่ยแพงที่สุดคือ ปลาเห็ดโคน รองลงมาได้แก่ ปลาอินทรี ปลากะพงแดง ปลาจักรฆาน ปลาน้ำดอกไม้ ปลาโอดำ และปลาลิ้นหมา ตามลำดับซึ่งล้วนมีราคาโดยเฉลี่ยสูงกว่า 20 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนปลาที่มีราคาโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือปลาตาโตตาหวานซึ่งเป็นปลาที่มีราคาเฉลี่ยไม่ถึง 10 บาทต่อกิโลกรัม

2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเนื้อปลาบดแช่แข็ง

จากตารางที่ 2-6 ปลาที่นำมาทำเนื้อปลาบดแช่แข็งที่เป็นปลาผิวน้ำได้แก่ ปลาตาบลาว ส่วนปลาหน้าดินที่นำมาทำเนื้อปลาแล่แช่แข็งได้แก่ ปลาจวด ปลาทวายแดง ปลาทวายขาว ปลาตาบเงิน ปลาตาโตตาหวาน และปลาเห็ดโคน เป็นต้น สำหรับปลาชนิดที่นำมาทำเนื้อปลาบดแช่แข็งที่จับได้โดยเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละปีได้แก่ปลาทวายแดง รองลงมาได้แก่ ปลาตาโตตาหวาน ซึ่งทั้งสองชนิดเป็นปลาที่จับได้โดยเฉลี่ยมากกว่า 50 พันตันต่อปี

จากตารางที่ 2-7 ปลาที่นำมาผลิตเนื้อปลาบดแช่แข็งที่มีราคาโดยเฉลี่ยแพงที่สุดคือ ปลาเห็ดโคน มีราคาเฉลี่ยสูงถึง 60.3 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาได้แก่ ปลาตาบลาว มีราคาโดยเฉลี่ยสูงกว่า 20 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนปลาที่มีราคาโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดเพียง 2.5 บาทต่อกิโลกรัมคือปลาเบ็ดซึ่งเป็นปลาที่นำไปเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ รองลงมาได้แก่ ปลาตาโตตาหวานซึ่งเป็นปลาที่มีราคาเฉลี่ยเพียง 8.6 บาทต่อกิโลกรัม

จ. เทคโนโลยีที่ใช้ในการแช่แข็งเนื้อปลา¹²

เทคโนโลยีการแช่เยือกแข็ง (Freezing Technology) เนื้อปลาเป็นการลดอุณหภูมิของเนื้อปลาให้ต่ำลงจนถึงระดับสิ่งมีชีวิตไม่สามารถจะดำเนินปฏิกิริยาทางชีวเคมีต่อไปได้แต่เนื้อเยื่อของอาหารทะเลยังคงลักษณะอยู่ได้ โดยทั่วไปจะใช้อุณหภูมิที่ -18°C หรือต่ำกว่า เทคโนโลยีการแช่แข็งเนื้อปลามีหลายรูปแบบดังนี้

1. การแช่เยือกแข็งโดยอากาศเย็นจัด (Air Freezing) เป็นวิธีการแรกที่ใช้ในทางการค้าโดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2404 โดยการนำเนื้อปลาไปวางไว้ในห้องที่มีความเย็นจัด ซึ่งมีระดับอุณหภูมิ -18°C ถึง -40°C เนื้อปลาจะเย็นตัวลงโดยวิธีการทำแบบธรรมชาติทำให้การแช่เยือกแข็งช้า กินเวลาหลายชั่วโมงจนเป็นวัน (3-72 ชั่วโมง) ต่อมาได้มีการปรับปรุงวิธีการทำให้อากาศภายในห้องมีการหมุนเวียนเร็วขึ้น เพื่อช่วยเร่งให้อัตราแช่เยือกแข็งเร็วขึ้นอีกโดยใช้ Coil เย็นและมีพัดลมหมุนเวียนอากาศอาจเป็นห้องหรืออุโมงค์จะต้องบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในสภาพที่มีลมเย็นหมุนเวียนรอบผลิตภัณฑ์ได้ทั่วถึง วิธีการนี้เรียกว่า Air Blast Freezing สภาพการแช่เยือกแข็งแบบ Air Blast ที่เหมาะสมในทางปฏิบัติและประหยัดคือการเป่าลมเย็นอุณหภูมิ -35°C ถึง -45°C ด้วยความเร็ว 100-3,500 ฟุตต่อวินาทีในทิศทางตรงข้ามกับการเคลื่อนที่ของอาหารเข้าสู่เครื่อง

2. การแช่เยือกแข็งแบบสัมผัสท่อน้ำยาให้ความเย็น (Sharp Freezing) เป็นวิธีการแช่เยือกแข็งโดยการนำเนื้อปลาที่ต้องการแช่แข็งเรียงในกล่องซุบสังกะสีเติมน้ำยาแล้ววางบนชั้นของท่อน้ำยาให้ความเย็น อาจต้องใช้เวลาในการทำเยือกแข็ง 8-10 ชั่วโมงและไม่ควรบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในเครื่องนี้มากเกินไป

¹² สกต กาญจนรังษี และ กอบกิตต์ วิวัฒน์นกุล, ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งในภาคใต้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม, 2532)

3. การแช่เยือกแข็งแบบสัมผัสแผ่นโลหะเย็นจัด (Plate Freezing) เป็นวิธีการแช่เยือกแข็งโดยการนำเนื้อปลาที่ต้องการแช่เยือกแข็งมาวางอยู่ระหว่างแผ่นโลหะกลวง โดยอาจวางเฉยๆหรืออาจจะใช้แรงกดช่วยในระหว่างแผ่นโลหะ 2 แผ่นภายในช่องว่างของแผ่นโลหะทำให้เย็น ด้วยสารทำความเย็นที่ถูกเปลี่ยนจากไอไปเป็นของเหลวด้วยเครื่องคอมเพรสเซอร์ ของเหลวเย็นจัดจะทำหน้าที่ดูดความร้อนจากอาหารที่สัมผัสบนแผ่นโลหะและเปลี่ยนเป็นไอหมุนเวียนเข้าสู่คอมเพรสเซอร์ สารทำความเย็นได้แก่ ฟรีออน -12 , ฟรีออน -22 หรือแอมโมเนีย การแช่แข็งวิธีนี้เหมาะที่จะแช่เยือกแข็งเนื้อปลาที่บรรจุกล่องรูปสี่เหลี่ยมขนาดสม่ำเสมอและควรมีความหนาประมาณ 25-27 มิลลิเมตร ถ้าเป็นปลาที่มีความหนา 50 มิลลิเมตร จะใช้เวลาในการแช่เยือกแข็งประมาณน้อยกว่า 90 นาที แต่โดยปกติมักใช้ผลิตเนื้อปลาที่มีลักษณะเป็นบล็อกแช่แข็ง

4. การแช่เยือกแข็งแบบจุ่มในของเหลวเย็นจัด (Direct Immersion Freezing) ทำได้โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแช่แข็งมาหุ้มด้วยภาชนะบรรจุหรือไม่มีการห่อหุ้มเลย จุ่มลงในถังของเหลวที่จะคงสภาพเป็นของเหลว (Freezant) อยู่ได้ที่อุณหภูมิ -18°C หรือต่ำกว่านั้นและต้องไม่เป็นพิษไม่มีกลิ่น ไม่มีผลกระทบต่อองค์ประกอบและคุณลักษณะของอาหาร Freezants ที่นิยมใช้กันมากได้แก่

- สารละลายของเกลือโซเดียมคลอไรด์และแคลเซียมคลอไรด์ สารละลายทั้ง 2 ชนิดนี้มีความหนืดต่ำความร้อนจำเพาะสูง ราคาถูก แต่กัดกร่อนได้สูง
- โพรพิลีนไกลคอล เป็นของเหลวที่มีความหนืดสูง ความร้อนจำเพาะต่ำกว่า ราคาแพงกว่าแต่ไม่กัดกร่อน

การแช่แข็งด้วยวิธีนี้ใช้เวลาสั้นเมื่อเทียบกับวิธี Air Blast Freezing ประมาณ 2-3 เท่า น้ำหนักของสิ่งที่มาแช่แข็งไม่สูญเสียไปเนื่องจากการระเหย อย่างไรก็ตามวิธีนี้ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักในระดับอุตสาหกรรมอาหารทะเลมีบ้างกับการแช่เยือกแข็งปลาและกุ้ง

5. การแช่เยือกแข็งแบบไครโอเจนิค (Cryogenic Freezing) เป็นการแช่เยือกแข็งที่มีอัตราเร็วสูงสุดจัดอยู่ในชั้น Ultra Rapid Freezing ทำโดยการนำเอาเนื้อปลาที่ต้องการแช่เยือกแข็งโดยไม่มีการห่อหุ้มหรืออาจจะห่อหุ้มด้วยวัสดุชนิดบางจุ่มลงใน Cryongen ที่เย็นจัดกำลังมีการเปลี่ยนสถานะซึ่งการดึงความร้อนออกจากเนื้อปลาโดยการแช่เยือกแข็งวิธีนี้จะเข้าไปในระหว่างการเปลี่ยนสถานะของ Cryogen ซึ่งเป็นจุดที่ต่างจากวิธีการแช่เยือกแข็งแบบจุ่มในของเหลวเย็นจัด สาร Cryongen ที่นิยมใช้แช่แข็งอาหารได้แก่

- ไนโตรเจนเหลว จะมีอุณหภูมิ -189°C และมีความดันปกติจะระเหยเป็นไอ ซึ่งมีอุณหภูมิ -195°C การแช่แข็งโดยใช้ไนโตรเจนเหลวจะมีลักษณะที่เรียกว่า Individual Quick Freezing (IQF) น้ำจะระเหยออกจากผลิตภัณฑ์ที่นำมาแช่เยือกแข็งน้อยกว่า 1% และออกซิเจนจะถูกจำกัดออกไปในขณะแช่เยือกแข็ง ความเย็นจัดของไนโตรเจนเหลว อาจทำให้อาหารมีรอยแตกตัวทำให้เสียคุณภาพไปได้ แต่ข้อนี้ก็สามารปกป้องกันได้ง่ายโดยการลดอุณหภูมิลดก่อนโดยการพ่นด้วยก๊าซไนโตรเจนที่อุณหภูมิ -50°C จากนั้นจึงฉีดไนโตรเจนเหลวบนอาหารที่เคลื่อนที่เข้าไปในอุโมงค์บนสายพานเมื่อผลิตภัณฑ์ผ่านออกจากอุโมงค์อุณหภูมิควรลดลงถึงอุณหภูมิต่ำ (-30 องศาเซลเซียส) การแช่แข็งโดยใช้ไนโตรเจนเหลวจะใช้เวลาน้อยกว่าและต้องการพื้นที่น้อยกว่าการแช่แข็งวิธีอื่น แต่ราคาแพงกว่า
- คาร์บอนไดออกไซด์เหลว จัดเป็น Cryogen ที่ใช้กับอาหารได้อย่างปลอดภัยที่สุด คาร์บอนไดออกไซด์เหลวจะมีอุณหภูมิ -12°C ถึง -45°C ซึ่งเวลาในการแช่แข็งด้วยคาร์บอนไดออกไซด์เหลวจะนานกว่าไนโตรเจนเหลว

ประเทศไทยประสบความสำเร็จเบื้องต้นในการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งซึ่งก็รวมถึงเนื้อปลาแช่แข็งด้วย แต่ส่วนใหญ่เป็นการใช้เทคโนโลยีด้านห้องเย็นในระดับกลางเท่านั้น เครื่องจักรที่ต้องใช้เทคโนโลยีในระดับสูงเช่น การแช่เยือกแข็งแบบ Individual Quick Freezing (IQF) ทำโดยบริษัทขนาดใหญ่ไม่กี่แห่งเท่านั้นแต่ก็ยังจำเป็นต้องนำเข้าชิ้นส่วนที่สำคัญมาประกอบ ในอนาคตการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งในสภาพวัตถุดิบชั้นปฐมจะแข่งขันในตลาดโลกได้ยากขึ้น จึงควรที่จะต้องมีเตรียมพร้อมและพัฒนาเนื้อปลาแช่เยือกแข็งเพื่อการส่งออกให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปแช่เยือกแข็ง (Ready to Eat) ที่ใช้เนื้อปลาเป็นวัตถุดิบซึ่งการพัฒนาดังกล่าวต้องอาศัยการนำเข้าเครื่องจักรอีกหลายชนิด เช่น เครื่องบั้ง เครื่องนึ่ง เครื่องย่างและเครื่องทอด เป็นต้น รวมถึงเทคโนโลยีเครื่องจักรด้านการบรรจุและบรรจุภัณฑ์

ฉ. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็ง

ขั้นตอนในการผลิตเนื้อปลาแช่แข็ง¹³

1. นำปลาสดมาคัดขนาดและแยกชนิดของปลา โดยคัดปลาที่จะนำไปแช่แข็งทั้งหมดกับปลาที่จะนำไปชำแหละเฉพาะเนื้อปลา
2. นำปลาที่คัดแล้วไปล้างน้ำให้สะอาดโดยใช้เครื่องล้าง
3. ปลาที่จะนำไปชำแหละนั้นก็แกะเอาเฉพาะเนื้อปลาสักส่วนๆ
4. นำเนื้อปลาไปล้างน้ำเย็นให้สะอาดเสร็จแล้วจึงทิ้งไว้จนสะเด็ดน้ำ
5. นำเนื้อปลาไปบรรจุในภาชนะที่มีความจุ 1 หรือ 2.2 กิโลกรัม
6. นำเนื้อปลาที่บรรจุอยู่ในภาชนะตามขนาดของแต่ละประเภทไปชั่งน้ำหนักให้ได้ 1 หรือ 2.2 กิโลกรัม และเติมน้ำเล็กน้อย
7. นำไปเรียงในภาชนะรวม
8. นำเข้าห้องแช่แข็งระดับอุณหภูมิ -35 ถึง -40 องศาเซลเซียส กระบวนการแช่เยือกแข็งที่ดีจะต้องลดอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ลงอย่างรวดเร็ว เพราะการแช่แข็งแบบช้าพบว่าผลึกน้ำที่เกิดขึ้นในเนื้อปลาจะมีขนาดใหญ่ ซึ่งจะแทรกต้นผนังเซลล์ของเนื้อปลาทำให้เกิดอาการบอบช้ำและฉีกขาดขึ้นซึ่งจะเป็นผลให้เนื้อปลาหลังจากคลายความเย็นมีลักษณะเละและสูญเสียน้ำหนักเนื่องจากของเหลวภายในเซลล์ไหลออกมามาก รวมทั้งสารที่อยู่ภายในเซลล์อันประกอบด้วยสารอาหารต่างๆและสารที่ให้กลิ่นและรสชาติของเนื้อปลาก็สูญเสียไปด้วย
9. นำเนื้อปลาแช่แข็งออกจากภาชนะ
10. นำเนื้อปลาแช่แข็งบรรจุในกล่องตามขนาดที่ลูกค้ากำหนด
11. นำกล่องเนื้อปลาแช่แข็งไปบรรจุหีบห่อ
12. นำหีบห่อบรรจุเนื้อปลาแช่แข็งเข้าห้องแช่แข็งซึ่งมีอุณหภูมิระหว่าง -5 หรือ -20 องศาเซลเซียส เพื่อรอจำหน่ายต่อไป

¹³ สกต กาญจนรังษี และ กอบกิตต์ ฐิตวัฒน์กุล. ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งในภาคใต้. (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม , 2532), หน้า 7

ขั้นตอนในการผลิตเนื้อปลาบดแช่แข็ง¹⁴

ในการผลิตเนื้อปลาบด(ซูริมิ)แช่แข็งมีขั้นตอนดังนี้

1. นำปลาสดมาล้างทำความสะอาด คัดไส้แล้วนำมาเข้าเครื่องขูดเกล็ดปลาและเครื่องล้างปลา
2. นำปลาสดที่ล้างแล้วส่งเข้าเครื่องแยกปลาโดยลำเลียงด้วยสายพานลำเลียง ส่วนที่เป็นกระดูก ก้าง และเกล็ดจะถูกเครื่องแยกออกไป
3. นำเนื้อปลาล้วนบดให้ละเอียดแล้วนำเข้าสู่เครื่องล้างโดยมีเกลือผสมอยู่ร้อยละ 0.2-0.3 ใช้เวลาในขั้นตอนนี้ 15 นาทีเพื่อล้างเอาไขมันและกลิ่นคาวเลือด คาวปลาออก นำเนื้อปลาเข้าเครื่องล้างน้ำตามกรรมวิธีเดิมอีกครั้งหนึ่งเพื่อล้างหรือฟอกเนื้อปลาให้ขาวขึ้น
4. แยกน้ำออกจนเนื้อปลามีความชื้นประมาณร้อยละ 70-78
5. กรองเอ็นและกระดูกจะได้เนื้อปลาบดที่ไม่มีเศษกระดูกออกมาในครั้งแรกและจะมีเนื้อปลาบดที่มีเอ็นเล็กน้อยในการกรองครั้งที่สอง
6. แยกผลิตภัณฑ์เกรดเอและเกรดบีเป็นสัดส่วนร้อยละ 95:5 ผสมให้เข้ากันด้วยเครื่องผสมโดยมีสารปรุงแต่งที่ใส่ลงไปในช่วงขั้นตอนนี้ได้แก่ เกลือ น้ำตาลทราย และเกลือโพสเฟต
7. ตรวจสอบคุณภาพให้ได้ความเหนียวหลังต้มสุก 500-700 กรัม/เซนติเมตร และแบคทีเรียไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด
8. นำมาบรรจุในถุงพลาสติกขนาดถุงละ 10 กิโลกรัม
9. จากนั้นนำเนื้อปลาบดที่บรรจุในถุงพลาสติกเข้าห้องแช่แข็งที่อุณหภูมิ -35 องศาเซลเซียส นาน 15-30 นาที สำหรับระบบแช่แข็งแบบ IQF และ 6-8 ชั่วโมงสำหรับระบบ Air Brast Freezer
10. นำเนื้อปลาบดที่แช่แข็งออกจากห้องแช่แข็งบรรจุใส่กล่องกระดาษขนาด 20 กิโลกรัม
11. นำกล่องเข้าห้องเย็นเก็บที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส เพื่อรอจำหน่ายหรือนำไปผลิตเนื้อปูเทียม

¹⁴ บริษัท ปตท.ธุรกิจ จำกัด, อาหารทะเลกึ่งสำเร็จรูป : แนวพัฒนาที่นำจับตามอง (กรุงเทพมหานคร: กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์, 2532), หน้า ?

2.1.3 โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมปูกระป๋องของไทย

ก. อุตสาหกรรมปูกระป๋องของไทยในปัจจุบัน

ในการศึกษาถึงสถานการณ์การผลิต การจำหน่าย สินค้าคงคลังและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมปูกระป๋องของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแม้จะเป็นการศึกษาจากผู้ประกอบการบางส่วนในอุตสาหกรรมปูกระป๋องแต่ก็ทำให้ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่น่าสนใจดังนี้

จากตารางที่ 2-8 จะเห็นได้ว่าการผลิตปูกระป๋องมีปริมาณการผลิตอยู่ในช่วง 20-75% ของกำลังการผลิตทั้งนี้เนื่องมาจากปริมาณปูม้าที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีปริมาณที่ไม่แน่นอนแต่ส่วนมากไม่เพียงพอจึงมีหลายเดือนที่ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอกับการจำหน่าย ปูกระป๋องที่ผลิตทั้งหมดจะจำหน่ายไปยังต่างประเทศไม่มีการจำหน่ายในประเทศ สำหรับปริมาณปูกระป๋องที่เก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยมีประมาณ 100-200 ตันซึ่งเพียงพอต่อการจำหน่ายได้ 1 เดือนเศษ

ตารางที่ 2-8 สถิติอุตสาหกรรมการผลิตปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2542 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2543

หน่วย : ตัน

เดือน (Month)	ปริมาณการผลิต (Production)	ปริมาณการจำหน่าย (Shipment)			สินค้าคงคลัง (Inventory)	กำลังการผลิต (Capacity)
		ในประเทศ	ส่งออก	รวม		
ปูทะเลกระป๋อง (Canned Crab)						
ก.ย. 2542	52.00	0.00	46.80	46.80	12.00	90.00
ต.ค. 2542	54.34	0.00	53.34	53.34	11.32	90.00
พ.ย. 2542	36.46	0.00	34.87	31.87	12.85	90.00
ธ.ค. 2542	67.62	0.00	67.62	67.62	12.85	90.00
ม.ค. 2543	24.86	0.00	31.89	31.89	5.82	90.00
ก.พ. 2543	19.22	0.00	15.65	15.65	9.39	90.00
มี.ค. 2543	51.61	0.00	31.17	31.17	29.83	90.00

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมรายเดือน ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ข. ชนิดและประเภทเนื้อปูกระป๋อง

เนื้อปูกระป๋องหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อขา (leg meat)¹⁵ เนื้อก้าม (pincer or claw meat)¹⁶ เนื้อลำตัว (body meat) เนื้อไหล่ (shoulder meat)¹⁷ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างปนกัน อาจมีสารที่ใช้บรรจุและหรือวัตถุเจือปนในอาหาร บรรจุในกระป๋องและผ่านความร้อนอย่างเพียงพอที่จะป้องกันมิให้เสีย¹⁸ เนื้อปูที่ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นปูกระป๋องชนิดบรรจุในน้ำเกลือ

การบรรจุเนื้อปูกระป๋องมี 6 แบบคือ

1. แบบบรรจุ 2 ด้าน (Twin Face Pack) ประกอบด้วยเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อไหล่หรือเนื้อก้าม และ/หรือเนื้อขา จัดเรียงเป็นชั้นล่างสุดและชั้นบนสุด โดยมีเนื้อชิ้นเล็กและ/หรือชิ้นย่อยอยู่ชั้นกลาง
2. แบบบรรจุด้านเดียว (Single Face Pack) ประกอบด้วยเนื้อส่วนต่างๆเหมือนข้อ 1 แต่จัดเรียงเป็นชั้นบนสุดแต่เพียงด้านเดียว
3. แบบเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อขา (Claw Pack and/or Leg Pack) ประกอบด้วยเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อขา
4. แบบเนื้อก้าม (Lump Pack)¹⁹ ประกอบด้วยเนื้อก้ามเพียงอย่างเดียว
5. แบบชิ้นเล็ก (Chunk Pack)²⁰ ประกอบด้วยเนื้อชิ้นเล็กและเนื้อชิ้นย่อย²¹ โดยมีเนื้อชิ้นเล็กมากกว่าร้อยละ 50

¹⁵ เนื้อขา หมายถึง เนื้อที่ได้จากปล้องต่างๆของขาเดิน ขาว่ายน้ำและขาหนีบ ยกเว้นก้าม

¹⁶ เนื้อก้าม หมายถึง เนื้อที่ได้จากก้ามที่ใช้หนีบ

¹⁷ เนื้อไหล่ หมายถึง เนื้อที่ได้จากโคนขา

¹⁸ กระทรวงอุตสาหกรรม , มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเนื้อปูกระป๋อง (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม , 2522) , หน้า 2

¹⁹ เนื้อก้าม (Lump Meat) หมายถึงเนื้อไหล่ของขาว่ายน้ำซึ่งคงอยู่ในสภาพเดิม

²⁰ เนื้อชิ้นเล็ก (Chunk Meat) หมายถึง เนื้อไหล่ที่ไม่คงอยู่ในสภาพเดิม

²¹ เนื้อชิ้นย่อย (Flake Meat) หมายถึง เนื้อที่ได้จากลำตัวและเนื้อส่วนอื่นๆที่ไม่ติดกันเป็นก้อน

เนื้อปูกระป๋องแบ่งออกเป็น 4 ชั้นคุณภาพ คือ

1. ชั้นคุณภาพพิเศษ ได้แก่เนื้อปูกระป๋องที่มีการบรรจุเป็นแบบเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อขาหรือแบบเนื้อก้อน
2. ชั้นคุณภาพ 1 ได้แก่ เนื้อปูกระป๋องที่มีแบบบรรจุ 2 ด้าน หรือแบบบรรจุด้านเดียว โดยมีก้อนเนื้อและ/หรือเนื้อไหล หรือเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อขาไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
3. ชั้นคุณภาพ 2 ได้แก่ เนื้อปูกระป๋องที่มีแบบการบรรจุ 2 ด้าน หรือแบบบรรจุด้านเดียว โดยมีเนื้อก้อนและ/หรือเนื้อไหล หรือเนื้อก้ามและ/หรือเนื้อขาไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
4. ชั้นคุณภาพ 3 ได้แก่ เนื้อปูกระป๋องที่มีการบรรจุแบบชิ้นเล็กและแบบชิ้นย่อย

ค. ต้นทุนในการผลิตปูกระป๋อง

จากตารางที่ 2-9 จะเห็นได้ว่าต้นทุนการผลิตปูในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องของโรงงานขนาดกลางมีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดเท่ากับ 77 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาได้แก่โรงงานขนาดเล็กมีต้นทุนการผลิต 85.5 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนโรงงานขนาดใหญ่มีต้นทุนการผลิตสูงที่สุดถึง 106.7 บาทต่อกิโลกรัม จะเห็นได้ว่าทุกขนาดโรงงานต้นทุนวัตถุดิบเป็นต้นทุนที่มีเปอร์เซ็นต์สูงที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนอื่นๆและโรงงานขนาดใหญ่มีต้นทุนวัตถุดิบสูงที่สุดทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากโรงงานขนาดใหญ่มีโอกาสคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบได้ดีกว่าเนื่องจากโรงงานขนาดใหญ่ส่วนมากตั้งอยู่ในภาคใต้ซึ่งมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีกว่าที่อื่นๆแต่ก็มีราคาสูงกว่าด้วยเหตุนี้โรงงานขนาดใหญ่มีเนื้อปูที่คั้ดทิ้งน้อยกว่าโรงงานขนาดอื่นด้วย ส่วนต้นทุนทางด้านแรงงานโรงงานขนาดเล็กมีต้นทุนทางด้านแรงงานสูงที่สุดประมาณร้อยละ 9 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมาได้แก่โรงงานขนาดกลางประมาณร้อยละ 7 ส่วนโรงงานขนาดใหญ่มีต้นทุนแรงงานต่ำที่สุดเพียงร้อยละ 4.7 ของต้นทุนทั้งหมด

ตารางที่ 2-9 ต้นทุนการผลิตเนื้อปูในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องขนาด 7 ออนซ์แบ่งตามขนาดโรงงาน

รายการ	โรงงานขนาดเล็ก		โรงงานขนาดกลาง		โรงงานขนาดใหญ่	
	บาท/กก.	%	บาท/กก.	%	บาท/กก.	%
ประเภทต้นทุน						
- วัตถุดิบ	58.4	68.3	53.9	70.0	85.6	80.2
- สารเคมีอื่นๆ	2.9	3.4	1.5	2.0	5.0	4.7
- แรงงาน	7.8	9.1	5.5	7.1	5.0	4.7
- การบรรจุ	0.5	0.6	0.6	0.8	0.5	0.4
- อื่นๆ	15.9	18.6	15.4	20.0	10.6	10.0
รวม	85.5	100.0	77.0	100.0	106.7	100.0

ที่มา : มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคนอื่นๆ, โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋องไม่แช่แข็งต่างประเภ

ในระยะ 5 ปีข้างหน้า (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2538), หน้า 185

หมายเหตุ : โรงงานขนาดเล็ก คือ โรงงานที่ใช้วัตถุดิบรวมทุกชนิดน้อยกว่าปีละ 10,000 ตัน

โรงงานขนาดกลาง คือ โรงงานที่ใช้วัตถุดิบรวมทุกชนิดปีละ 10,000 ถึง 20,000 ตัน

โรงงานขนาดใหญ่ คือ โรงงานที่ใช้วัตถุดิบรวมทุกชนิดมากกว่าปีละ 20,000 ตัน

สารเคมีอื่นๆ เช่น สาร Sodium Metabisulphite , Sodium Hexametaphosphate ผงชูรส น้ำเกลือ ฯลฯ

ต้นทุนอื่นๆ ได้แก่ กระป๋อง ฉลาก ไฟฟ้า ดอกเบี้ย ค่าเก็บรักษา ค่าเสื่อมเครื่องจักร

ง. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตปูกระป๋อง

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการทำปูกระป๋องของไทยคือปูม้า ปูม้าเป็นปูซึ่งมีอยู่ทั่วไปตามชายฝั่งทะเลตัวมีสีฟ้าอ่อนและมีจุดขาวตกกระทั่วไปบนกระดองและก้ามพื้นท้องเป็นสีขาวความยาวกระดองประมาณ 18 เซนติเมตรอาศัยอยู่ตามริมฝั่งทะเลที่พื้นท้องทะเลเป็นโคลน โคลนปนทรายและพื้นทราย อวนลากแผ่นตะเข้จับปูม้าได้เป็นจำนวนมากที่สุดนอกจากนั้นยังสามารถจับได้ด้วยอวนลากคู่ อวนรุน อวนจมปูและลอบปู แต่การจับด้วยอวนจะสามารถจับได้ปริมาณที่มากกว่าแต่จะทำให้ปูที่จับได้ส่วนใหญ่เสียชีวิตทำให้ความสดของปูลดลงซึ่งต่างจากการดักด้วยลอบปูจะได้อวนที่ยังมีชีวิตแต่ก็จับได้ในปริมาณที่น้อย ปูม้าที่จับได้ในฝั่งมหาสมุทรอินเดีย มักจะนำมาขึ้นท่าบริเวณจังหวัดระนองและสตูลส่วนฝั่งอ่าวไทยในภาคตะวันออกชาวประมงมักจะนำมาขึ้นท่าที่จังหวัดตราด ชลบุรี ภาคกลางมักจะนำมาขึ้นท่าที่จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ภาคใต้มักจะนำมาขึ้นท่าที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลาและปัตตานี

จากตารางที่ 2-10 พบว่าปุ๋ยที่จับได้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 ที่มีปริมาณการจับ 36.1 พันตัน ต่อมาปริมาณปุ๋ยที่จับได้ค่อยเพิ่มสูงขึ้นจนสูงสุดในปี พ.ศ.2539 มีปริมาณการจับ 41.9 พันตัน และลดลงเล็กน้อยเหลือ 40.1 พันตันในปี พ.ศ.2540 แม้ในช่วงปี พ.ศ.2534-2539 ปริมาณการจับปุ๋ยจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่อย่างไรก็ตามเมื่อมาพิจารณาราคาปุ๋ยที่จับได้กลับพบว่า ราคาปุ๋ยไม่ได้มีแนวโน้มลดลงแต่อย่างใด ราคาปุ๋ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแม้ราคาจะลดลงบ้างในบางปี จากปีพ.ศ.2534 ราคาปุ๋ยอยู่ที่ 34.9 บาทต่อกิโลกรัม ราคาปุ๋ยเพิ่มขึ้นสูงสุดเป็น 45.6 บาทต่อกิโลกรัม ในปีพ.ศ.2538 เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2537 ถึง 8.4 บาทต่อกิโลกรัม แม้ว่าปริมาณการจับปุ๋ยในปีพ.ศ.2538 จะเพิ่มขึ้น 1.1 พันตันเมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2537 แต่ในปีพ.ศ.2539 ราคาปุ๋ยกลับลดลงเหลือ 42.5 บาทต่อกิโลกรัมก่อนจะกลับสูงขึ้นอีกเป็น 44.3 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ.2540 เท่ากับว่าราคาปุ๋ยในปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นถึง 10.6 บาทต่อกิโลกรัมเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534

ตารางที่ 2-10 ปริมาณและราคาปุ๋ยที่ได้จากการทำประมงในช่วงปี พ.ศ.2534-2540

หน่วย : พันตัน

ปริมาณและราคา	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
ปริมาณปุ๋ย	36.1	36.3	37.4	40.1	41.2	41.9	40.1	39.0
ราคาปุ๋ย	34.9	35.6	31.1	37.2	45.6	42.5	44.3	38.8

ที่มา : กองเศรษฐกิจการประมง กรมประมง

สาเหตุที่ราคาปุ๋ยสูงขึ้นมากในปี พ.ศ.2538 นั้นสืบเนื่องมาจากความต้องการปุ๋ยเพื่อนำไปผลิตปุ๋ยกระป๋องเพิ่มสูงขึ้นมากจากเดิมในปีพ.ศ.2534-2537 จะเห็นได้จากตารางที่ 2-11 ปริมาณการใช้ปุ๋ยเพื่อการผลิตปุ๋ยกระป๋องมีประมาณร้อยละ 36-37 ของปุ๋ยที่จับได้ทั้งหมด ในปี พ.ศ.2538 ปริมาณการใช้ปุ๋ยเพื่อการผลิตปุ๋ยกระป๋องสูงถึงร้อยละ 44.9 ของปุ๋ยที่จับได้ทั้งหมด ทำให้เกิดการแย่งปุ๋ยกันระหว่างโรงงานผู้ผลิตปุ๋ยกระป๋องเองและยังต้องแย่งกับโรงงานที่ทำปุ๋ยสดแช่เย็นแช่แข็งที่มีความต้องการปุ๋ยเพิ่มสูงขึ้นเช่นกันจากเดิมที่เคยใช้ปุ๋ยประมาณร้อยละ 0.8-1.0 ของปริมาณปุ๋ยที่จับได้ทั้งหมดในช่วงปี พ.ศ.2534-2537 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3.6 ในปี พ.ศ.2538 และเพิ่มเป็นร้อยละ 8.9 ของปุ๋ยที่จับได้ทั้งหมดในปี พ.ศ.2540 จากเหตุผลดังกล่าวทำให้แนวโน้มของราคาปุ๋ยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 2-11 การแปรรูปปฏุม้าที่ได้จากการทำประมงในช่วงปี พ.ศ.2534-2540

หน่วย : ร้อยละ

การแปรรูปปฏุม้า	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540
บริโภคสด	62.1	62.0	63.0	63.1	51.5	55.3	49.8
สด แช่เย็น แช่แข็ง	0.8	1.0	1.0	1.0	3.6	3.1	8.9
กระป๋อง	37.1	37.0	36.0	35.9	44.9	41.6	41.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : กองเศรษฐกิจการประมง กรมประมง

จ. เทคโนโลยีการใช้ความร้อนในการผลิตปูกระป๋อง²²

ในการผลิตปูกระป๋องรวมถึงอาหารทะเลกระป๋องประเภทอื่นๆเทคโนโลยีสำคัญคือเทคโนโลยีการใช้ความร้อน (Thermal Process Technology) เทคโนโลยีการใช้ความร้อน หมายถึงการใช้อุณหภูมิสูงๆเพื่อถนอมอาหารทะเลโดยความร้อนเพื่อทำลายจุลินทรีย์ที่ให้โทษและทำให้อาหารทะเลนั้นเสื่อมเสียรวมถึงเอนไซม์ สารพิษ พยาธิและแมลงต่างๆซึ่งสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

1. การพาสเจอร์ไรซ์ เป็นการถนอมอาหารทะเลโดยใช้ความร้อนที่อุณหภูมิไม่สูงมาก(ต่ำกว่าจุดเดือด 100°C) มุ่งทำลายแบคทีเรียที่ไม่สร้างสปอร์และก่อให้เกิดโรค ส่วนจุลินทรีย์อื่นๆที่ทนความร้อนของการพาสเจอร์ไรซ์จะทำให้อาหารทะเลเสียได้ ดังนั้นอาหารทะเลที่ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์ต้องอาศัยความเย็นช่วยเก็บรักษาและมีอายุการเก็บรักษาค่อนข้างสั้น

2. การสเตอริไรซ์ เป็นการถนอมอาหารทะเลโดยใช้ความร้อนที่อุณหภูมิสูงกว่าพาสเจอร์ไรซ์เพื่อทำลายสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย รวมทั้งสปอร์ของจุลินทรีย์ให้หมดไป อาหารทะเลที่ได้จากการสเตอริไรซ์ถือได้ว่าเป็นอาหารทะเลที่ปลอดภัยสามารถเก็บรักษาได้นานโดยไม่ต้องอาศัยห้องเย็น

ในการผลิตปูกระป๋องของไทยมีการใช้ความร้อนในการผลิตทั้ง 2 วิธีแต่ส่วนใหญ่ใช้วิธีสเตอริไรซ์เนื่องจากสามารถเก็บได้นานที่อุณหภูมิปกติไม่ต้องใช้ความเย็นเข้าช่วยเก็บรักษาในระหว่างการขนส่งไปยังประเทศต่างๆ เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ใช้โดยทั่วไปจะไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนัก การพัฒนาการถนอมอาหารทะเลด้วยความร้อนได้มีการพัฒนาแพร่หลายในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2508

²² สุนทรีย์ เกตุคง, "เทคโนโลยีใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป." วารสารสถาบันอาหาร 1 (กันยายน-ตุลาคม 2540) : 16-18

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

พลาสติกหรืออลูมิเนียมก็ได้จากนั้นไล่อากาศออกจากถุงให้หมดและฉีดก๊าซเฉื่อยไนโตรเจนเข้าไปแล้วปิดผนึก

ขั้นตอนที่ 4 เป็นขั้นตอนสุดท้าย นำอาหารที่ปิดผนึกแล้วใส่ในเครื่อง T.G.C. Sterilizer เพื่อให้อาหารได้รับความร้อนหลายระดับสำหรับทำให้อาหารสุกพร้อมฆ่าเชื้อด้วย

การให้ความร้อนของเครื่อง T.G.C. Sterilizer จะเป็นไปอย่างทั่วถึงและควบคุมอุณหภูมิที่แม่นยำกว่าเดิมโดยแม่นยำถึง ± 0.3 ซึ่งป้องกันการไหม้และกลิ่นไหม้ภายในอาหารนอกจากนี้การทำให้เย็นของระบบนี้ยังช่วยป้องกันการได้รับความร้อนนานเกินไปของอาหารซึ่งมีผลต่อเนื้อสัมผัสของอาหาร คุณลักษณะของอาหารที่ผลิตได้จะยังคงรสชาติได้ดี เนื้อสัมผัสของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง และผลของก๊าซเฉื่อยจะช่วยรักษาสี ยืดอายุการเก็บและทำให้อาหารคงความชุ่มชื้นตามธรรมชาติไว้ได้ อายุการเก็บของสินค้าจากระบบนี้สามารถอยู่ได้นานกว่า 1 ปี ที่อุณหภูมิปกติ แต่ที่นิยมใช้กันทั่วไปจะอยู่ที่ 90-120 วัน และรูปแบบของของถุงหรือถาดยังมีสีสันสวยงามเป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า จากลักษณะเด่นดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้การขายให้กับผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปและอาหารทะเลสำเร็จรูปมีช่องทางมากขึ้น เนื่องจากยังมีคู่แข่งน้อยราย

สำหรับข้อจำกัดของระบบนี้คือผู้ประกอบการต้องนำเข้าบรรจุภัณฑ์จำพวกถุงหรือถาดบรรจุ (Retort Pouch/Tray) จากต่างประเทศและนอกจากนั้นถุงและถาดบรรจุที่ทำจากวัสดุอ่อนตัวซึ่งไม่สามารถจะทนต่อการเปลี่ยนแปลงความดันที่เกิดภายในถุงหรือถาดระหว่างการฆ่าเชื้อได้มากนัก ผลเสียที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงความดันที่มากเกินไป คือ รอยปิดผนึกจะลดความแข็งแรงลงหรือเกิดการแตกรั่วของถุงได้ ประกอบกับการติดตั้งระบบดังกล่าวมีต้นทุนค่อนข้างสูงเนื่องจากต้องใช้อุปกรณ์เฉพาะในการฆ่าเชื้อซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถหรือทำได้ค่อนข้างยากในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์และการทดสอบตลาด ดังนั้นการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ในการผลิตอาหารของผู้ประกอบการไทยจึงเป็นไปได้ในลักษณะร่วมลงทุนกับบริษัทต่างประเทศโดยเฉพาะบริษัทจากญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีนี้อาจเป็นทางเลือกในอนาคตของการพัฒนาอุตสาหกรรมปกป้องและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสำเร็จรูปที่ใช้เนื้ปูเป็นส่วนประกอบหลักได้ต่อไปในอนาคต

จ. ขั้นตอนการผลิตเนื้อปูกระป๋อง²⁴

ปูม้าที่จับได้โดยส่วนใหญ่ในประเทศไทยโดยอวนจมปูหรืออวนลากปูจะตายเกือบหมด โดยทั่วไปแล้วปูที่จับโดยอวนจมปูจะอยู่บนเรือประมาณ 1 วันก่อนนำมาต้ม ส่วนปูที่ติดมากับอวนลากหน้าดินจะอยู่บนเรือตั้งแต่ 1 ถึง 14 วัน ปูม้าที่จับได้ในวันท้ายๆก่อนเรือจะเข้าฝั่งเท่านั้นที่ยังมีสภาพสดพอต่อการนำมาผลิตเนื้อปูบรรจุกระป๋อง กระบวนการผลิตปูกระป๋องเริ่มจากปูม้าที่ได้จากการทำประมงโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำปูม้ามาต้ม การต้มปูจะช่วยหยุดการทำงานของเอนไซม์ในเนื้อและจากตับอ่อนของปู ซึ่งจะเริ่มทำงานทันทีที่ปูตาย การต้มปูจะทำให้เกิดกลิ่นและรสชาติที่เฉพาะของปู ชาวประมงจะใช้กระทะขนาดใหญ่ เติมน้ำและตั้งไฟโดยปูจะจมน้ำได้ น้ำเมื่อเดือดประมาณ 2 นาทีก็จะนำปูขึ้น

2. ทำให้เย็นการทำให้อุ่นโดยใช้น้ำเย็นที่ใช้ตามบ้านปูที่ต้มแล้วจะถูกแชลงในถังน้ำเย็น แต่ในบางพื้นที่จะละเลยการปฏิบัติในขั้นตอนนี้ โดยปล่อยให้ปูที่ต้มแล้วให้อุ่นที่อุณหภูมิสิ่งแวดล้อม

3. แกะเนื้อ การแกะเนื้อจะเริ่มจากการแกะกระดองปูออก แล้วจุ่มน้ำล้างอวัยวะภายในตัวปูให้มีชุดเหงือกออกทั้ง หักตัวปูออกเป็น 2 ส่วนคือซ้ายและขวาและขาเพื่อแยกแกะเนื้อ ส่วนนอกจะแกะออกให้เป็นก้อนใหญ่ที่สุด เศษเนื้อที่อยู่ตามเปลือกจะเป็นเศษเนื้อขาว ส่วนก้ามและขาก็จะถูกแยกออกจากเนื้ออกและเศษเนื้อขาว ปูม้าที่นำมาแกะเนื้อในประเทศไทยจะมีน้ำหนักเนื้อที่แกะได้เทียบกับน้ำหนักก่อนแกะเป็นร้อยละ 30 เมื่อแกะเสร็จเนื้อปูจะถูกเก็บในถุงพลาสติกแช่ในถังพลาสติกที่มีน้ำแข็งหรือเก็บในถังไม่มีน้ำแข็งช่วยในการเก็บรักษา ขั้นตอนที่ 1-3 จะทำโดยชาวประมงหรือคนที่อาศัยอยู่แถวท่าเทียบแพปลา

4. เนื้อปูที่ได้จะถูกขนส่งมายังโรงงานแปรรูปเมื่อถึงโรงงานแปรรูปแล้วเนื้อปูจะถูกแช่น้ำเกลือเข้มข้นเพื่อให้สิ่งสกปรกลอยตัวขึ้นสู่น้ำเกลือส่วนเนื้อปูจะจม

5. ต่อจากนั้นจะมีการคัดคุณภาพเนื้อปู จากการศึกษาของสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย²⁵ พบว่าโรงงานขนาดใหญ่มีเนื้อปูส่วนที่เหลือใช้บรรจุกระป๋องสูงที่สุดคือร้อยละ 80 จากเนื้อปูซึ่งโรงงานรับซื้อมา โรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กมีส่วนเนื้อปูที่เหลือใช้บรรจุกระป๋องใกล้เคียงกันคือร้อยละ 55

²⁴ สมพงษ์ คุประมงอารักษ์, "การผลิตเนื้อปูม้า (Portunus sp.) บรรจุกระป๋องปลอดซีลเพื่อไรโซทอกโซลและเฮลิคินโคจะมีเนคตราอะจิเตรด" วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาสัตวศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), หน้า 6.

²⁵ มิ่งสรรพ์ ชาวสะอาด และคนอื่นๆ, โครงการศึกษาวิจัยความสามรถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋องในตลาดต่างประเทศในระยะ 5 ปีข้างหน้า (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2538), หน้า 153

และ 52.3 ตามลำดับ ความแตกต่างของการสูญเสียอาจเนื่องมาจากคุณภาพของเนื้ปูที่โรงงานรับซื้อมา ส่วนหนึ่งโดยที่โรงงานขนาดใหญ่อาจมีการคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบได้ดีกว่าและอีกส่วนหนึ่งอาจจะมาจากความสามารถในขบวนการแปรรูปของโรงงานเอง ปัจจัยสำคัญในกรณีวัตถุดิบเนื้ปูน่าจะเป็นคุณภาพของเนื้ปูที่โรงงานรับซื้อเข้ามา โรงงานขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนมากไม่ได้ตั้งอยู่ในภาคใต้และมีแนวโน้มจะต้องอาศัยวัตถุดิบจากประเทศใกล้เคียงทางภาคตะวันออกมากขึ้นวัตถุดิบที่ได้มามีส่วนต้องคัดทิ้งมาก และล้างน้ำ เนื้ปูที่ผ่านการแช่น้ำเกลือเพื่อแยกสิ่งสกปรกออกแล้วจะต้องมีการคัดเกรดและจะถูกล้างในน้ำสะอาดแล้วตั้งให้สะเด็ดน้ำ

6.นำเนื้ปูที่ได้มาต้ม การต้มเป็นขั้นตอนที่สำคัญของการผลิตเนื้ปูบรรจุกระป๋อง เนื้ปูเมื่อถึงขั้นตอนนี้เนื้ปูจะมีค่าความเป็นกรดเป็นด่าง(ph) อยู่ในช่วง 7.5 ถึง 8 ซึ่งค่อนข้างเป็นด่างจึงต้องต้มด้วยกรดเพื่อปรับค่า ph ให้ลงมาอยู่ในช่วง 6.2 กรดที่นิยมใช้คือกรดซิตริก ในขณะที่เดียวกันสารเจือปนอาหารต่างๆจะถูกนำมาใช้ในขั้นตอนนี้เช่น Sodium metabisulphite และ EDTA²⁶ เพื่อปรับปรุงคุณภาพสีของเนื้ปู ใช้ Sodium hexametaphosphate เพื่อป้องกัน Struvite และสารโพลีฟอสเฟต (Polyphosphate) เพื่อรักษาน้ำหนักหลังการต้ม การต้มนอกจากช่วยให้สารเจือปนอาหารทำปฏิกิริยากับเนื้ปูได้ทั่วถึงแล้ว ยังช่วยให้น้ำหนักของแข็ง (Solid weight) คงที่ ทำให้ผู้ผลิตสามารถคำนวณน้ำหนักการบรรจุ และน้ำหนักหลังการผ่านความร้อนได้แม่นยำขึ้น

7.ทำให้เย็น เนื้ปูที่ต้มนิยมบรรจุในตะแกรงเหล็กไร้สนิม(Stainless steel) จึงสามารถยกตะแกรงเนื้ปูที่ต้มแชลงในน้ำเย็นที่ผสมน้ำแข็งได้ทันที

8.รอให้เนื้ปูสะเด็ดน้ำ การสะเด็ดน้ำจะกำหนดเวลาสะเด็ดน้ำให้เหมาะสมกับน้ำหนักหลังการต้ม

9.ทำความสะอาด เนื้ปูที่ผ่านการต้มจะถูกทำความสะอาดโดยเก็บเศษเปลือกของปูออกโดยผ่านแสงไฟที่สะท้อนสีเปลือก ขั้นตอนนี้จัดเป็นขั้นตอนที่จำเป็นของปูที่ผลิตในเมืองไทย เพราะเนื้ปูมักมีสิ่งสกปรกติดมาเป็นจำนวนมากในโรงงานบางแห่งจะเพิ่มขั้นตอนทำความสะอาดวัตถุดิบก่อนการต้มด้วย

10.บรรจุกระป๋อง ขนาดบรรจุที่นิยมคือกระป๋องขนาด 307 x 113 น้ำหนักบรรจุ 135-140 กรัม น้ำหนักสุทธิประมาณ 200 กรัม กระป๋องที่ใช้บรรจุต้องเคลือบแลคเกอร์(Lacquer) ชนิด C-enamel ด้านในเพื่อต้านทานการกัดกร่อนของกำมะถันและเคลือบด้วยแลคเกอร์ที่มีความต้านทานซัลไฟต์ได้ดี เนื่องจากเนื้ปูมีส่วนประกอบของโปรตีนสูงเมื่อโปรตีนผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสูงจะสลาย

²⁶ สาร EDTA เป็นสารกันบูดและป้องกันการตกผลึกในผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องช่วยทำให้เนื้ปูมีความขาวน่ารับประทาน ซึ่งประเทศในสหภาพยุโรปเช่น ฝรั่งเศสและอิตาลีห้ามใช้สารนี้ในอาหารทะเลกระป๋อง

ตัวให้สารประกอบซัลไฟด์ (Sulphide Compound) ซึ่งเมื่อทำปฏิกิริยากับดีบุกจะเกิดคราบสีน้ำตาลเข้มหรือเทาเงินหรือเมื่อทำปฏิกิริยากับเหล็กจะเกิดคราบสีดำติดอยู่ที่ตัวและฝาด้านในกระป๋อง คราบดังกล่าวไม่มีผลต่ออาหารหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพแต่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและใช้กระดาษชนิดพิเศษที่เรียกว่า Parment Paper ห่อเนื้อปูเพื่อป้องกันการเกิดสีดำซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาทางเคมีระหว่างสารเคมีในเนื้อปูและสารเคลือบตรวงบริเวณที่มีรอยแตกร้าวภายในกระป๋องเมื่อกระป๋องผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อด้วยความร้อน ปูที่บรรจุกระป๋องแล้วจะเติมสารละลายผสมที่มีเกลือ 2-4% น้ำตาล 1-3% สาร EDTA 0.05-0.3% สารปรุงรสเช่น ผงชูรส ในบางแห่งอาจเติมสารแต่งกลิ่น รส และโพลีฟอสเฟต แล้วจึงปิดกระป๋องด้วยระบบสุญญากาศ กระป๋องที่ปิดฝาสนิทแล้วไม่ควรปล่อยทิ้งไว้นานเกิน 30 นาทีในระหว่างรอฆ่าเชื้อ ขั้นตอนการคัดเลือกเนื้อปูจนกระทั่งบรรจุกระป๋องต้องเป็นหน่วยการผลิตที่อยู่ในห้องควบคุมอากาศและมีการรักษาความสะอาดและสุขลักษณะเป็นพิเศษทั้งบรรยากาศและเครื่องมือทุกชนิด

11. นึ่งฆ่าเชื้อ การนึ่งฆ่าเชื้อจะใช้ความร้อนในระดับสเตอริไลซ์ (Sterilization) โดยทั่วไปจะใช้อุณหภูมิไม่เกิน 110 องศาเซลเซียส ส่วนระยะเวลาขึ้นกับขนาดกระป๋องและน้ำหนักที่บรรจุ

12. ทำให้เย็น การทำให้เย็นหลังการนึ่งฆ่าเชื้อแล้วควรทำให้เย็นลงเหลือ 38 องศาเซลเซียสแล้วจึงทำให้แห้ง

13. ตัดฉลากและบรรจุหีบห่อรอจำหน่ายต่อไป

2.2. โครงสร้างการตลาด

การผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปฏักประปองเป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลักเนื่องจากผู้บริโภคภายในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าเนื่องจากมีความเชื่อว่าอาหารทะเลสดมีความสดมากกว่า และยังมีราคาถูกกว่าอีกด้วยซึ่งในความเป็นจริงแล้วการแช่แข็งคงความสดได้มากกว่าถ้าอาหารทะเลสดมีการรักษาอุณหภูมิไม่ดีพอระหว่างการขนส่ง ดังนั้นตลาดที่สำคัญของเนื้อปลาแช่แข็งและปฏักประปองจึงเป็นตลาดต่างประเทศเป็นหลัก

2.2.1 โครงสร้างการตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งของไทย

ก. ตลาดส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งที่สำคัญของไทย

ผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆตามรหัสพิกัดศุลกากร ได้แก่ เนื้อปลาแช่แข็ง (Fish Fillets Frozen) รหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนิไนซ์ (Harmonized System Code) คือ HS.030420 และ เนื้อปลาอื่นๆ (นอกเหนือจากเนื้อปลาแช่ทั้งแบบบดและไม่บด)แช่แข็ง (Other Fish Meat (Whether or not Minced) Frozen) รหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนิไนซ์ คือ HS.030490 ดังนั้นจึงศึกษาผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็ง 2 ประเภทนี้เป็นหลัก

1. ตลาดส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งที่สำคัญของไทย

จากตารางที่ 2-12 พบว่ามูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยไปยังตลาดโลกมีมูลค่า 3,832.49 ล้านบาทในปี พ.ศ.2542 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพียง 1,997.09 ล้านบาทถึง 1,835.81 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นเกือบหนึ่งเท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 และเมื่อดูจากขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยพบว่าเพิ่มขึ้นเกือบทุกปียกเว้นเพียงปี พ.ศ.2537 โดยปีที่มูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ได้แก่ปี พ.ศ.2535 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 สูงถึงร้อยละ 37.81 รองลงมาได้แก่ปี พ.ศ.2542 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2541 ร้อยละ 22.63 ส่วนในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยทำให้ไทยต้องลดค่าเงินบาทส่งผลให้ราคาสินค้าของไทยมีราคาถูกลงในสายตาของผู้นำเข้าน่าจะทำให้มูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งมีอัตราการขยายตัวสูง

ตารางที่ 2-12 มูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยไปยังตลาดที่สำคัญและตลาดโลกตั้งแต่ปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ญี่ปุ่น	885.05	44.32	1,162.14	42.22	1,283.59	45.46	1,323.70	52.59	1,594.57	57.75	1,777.35	64.24	1,815.31	61.26	1,692.42	54.15	2,045.94	53.38
2.สหรัฐอเมริกา	761.39	38.12	1,059.07	38.48	1,009.90	35.77	699.96	27.81	629.07	22.78	372.49	13.46	491.08	16.57	708.30	22.66	864.45	22.56
3.ฝรั่งเศส	2.60	0.13	39.64	1.44	29.76	1.05	29.58	1.18	53.53	1.94	92.96	3.36	157.91	5.33	168.08	5.38	226.88	5.92
4.ออสเตรเลีย	80.82	4.05	114.04	4.14	87.49	3.10	75.61	3.00	115.94	4.20	96.27	3.48	102.51	3.46	117.16	3.75	120.41	3.14
5.สิงคโปร์	97.26	4.87	25.39	0.92	40.44	1.43	21.58	0.86	42.18	1.53	116.95	4.23	75.52	2.55	71.12	2.28	93.79	2.45
6.เบลเยียม	1.49	0.07	8.34	0.30	11.89	0.42	21.71	0.86	38.17	1.38	27.13	0.98	27.07	0.91	37.14	1.19	67.52	1.76
7.เนเธอร์แลนด์	3.33	0.17	0.18	0.01	1.46	0.05	7.29	0.29	15.30	0.55	10.58	0.38	18.30	0.62	29.28	0.94	64.78	1.69
8.เกาหลีใต้	4.26	0.21	6.45	0.23	0.05	0.00	5.67	0.23	3.53	0.13	2.33	0.08	0.55	0.02	0.33	0.01	54.89	1.43
9.เยอรมนี	14.28	0.71	31.15	1.13	14.18	0.50	10.31	0.41	9.97	0.36	8.61	0.31	24.91	0.84	38.60	1.23	41.62	1.09
10.ฮ่องกง	19.45	0.97	21.26	0.77	16.99	0.60	18.57	0.74	19.20	0.70	24.05	0.87	17.70	0.60	18.78	0.60	36.22	0.94
11.อื่นๆ	127.19	6.37	284.63	10.34	327.52	11.60	303.16	12.04	239.77	8.68	238.02	8.60	232.63	7.85	244.04	7.81	215.99	5.64
รวม	1,997.09	100.00	2,752.27	100.00	2,823.26	100.00	2,517.14	100.00	2,761.22	100.00	2,766.74	100.00	2,963.48	100.00	3,125.24	100.00	3,832.49	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์



แต่กลับมีการขยายตัวไม่มากนัก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากมูลค่าการส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวลดลงของมูลค่าการส่งออกของตลาดในแถบเอเชียได้แก่ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และฮ่องกง ซึ่งต่างก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจที่ขยายไปทั่วเอเชียทำให้นำเข้าเนื้อปลาแล่นแช่แข็งจากไทยลดลงโดยเฉพาะเกาหลีลดการนำเข้าลงถึงร้อยละ 76.48 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2539 แต่ก็ได้รับการชดเชยจากการนำเข้าเพิ่มขึ้นของตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดในแถบยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี โดยเฉพาะเยอรมนีมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสูงถึงร้อยละ 189.42

ตลาดส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดได้แก่ ตลาดญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 2,045.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 53.38 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพียง 885.05 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 44.32 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ถึง 1,160.89 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นถึง 1.31 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 และเมื่อดูจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นพบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเกือบทุกปียกเว้นเพียงปี พ.ศ.2541 ส่วนตลาดส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงรองจากตลาดญี่ปุ่นได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกาโดยในปี พ.ศ.2542 มีมูลค่าการส่งออก 864.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 761.39 ล้านบาทเพียง 103.06 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นเพียง 0.13 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดลดลงจากร้อยละ 38.12 ในปี พ.ศ.2534 เหลือเพียงร้อยละ 22.56 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดสหรัฐอเมริกาที่ลดลง และเมื่อดูการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาพบว่ามูลค่าการส่งออกเริ่มมีอัตราการขยายตัวลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ถึงปี พ.ศ.2539 โดยเฉพาะในปี พ.ศ.2539 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 40.79 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2538 ซึ่งมีผลทำให้สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่นแช่แข็งของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดลดลงเหลือเพียงร้อยละ 13.46 ในปีพ.ศ.2539 แต่หลังจากนั้นในช่วงปี พ.ศ.2540-2542 มูลค่าการส่งออกกลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2541 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 44.23 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540

ส่วนในตลาดอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกา เช่น ตลาดฝรั่งเศส ออสเตรเลีย สิงคโปร์ เวียดนาม เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ เยอรมนี และฮ่องกง จากตารางที่ 2-12 พบว่ามีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.2542 คิดเป็นร้อยละ 5.92 3.14 2.45 1.76 1.69 1.43 1.09 และ 0.94 ตามลำดับ ซึ่งตลาดที่มีสัดส่วนในมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ได้แก่ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ เยอรมนี ตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวสูงได้แก่ เกาหลีใต้ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปีพ.ศ.2542 เพิ่มขึ้นถึง 142 เท่าเมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2541 จะเห็นได้ว่าแม้เกาหลีใต้จะมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอยู่ในระดับสูงแต่ยังคงเป็นตลาดที่ไม่แน่นอนจึงไม่สามารถกล่าวได้ว่าเป็นตลาดที่มีแนวโน้มดีในอนาคต นอกจากตลาดเกาหลีใต้แล้วจะสังเกตได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรปไม่ว่าจะเป็นฝรั่งเศส เวียดนาม เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี ล้วนเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวในมูลค่าการส่งออกอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างไรก็ตามมูลค่าการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปยังคงมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาแต่ก็นับเป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่ดีในอนาคตในอันที่จะขยายมูลค่าการส่งออก

2. ตลาดส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ (นอกเหนือจากเนื้อปลาแล้ทั้งแบบบดและไม่บด) แห่แห้งที่สำคัญของไทย

จากตารางที่ 2-13 พบว่ามูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ (นอกเหนือจากเนื้อปลาแล้ทั้งแบบบดและไม่บด) แห่แห้งของไทยไปยังตลาดโลกมีมูลค่า 5,186.55 ล้านบาทในปี พ.ศ.2542 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพียง 4,236.62 ล้านบาทเท่ากับ 949.93 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.42 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 และเมื่อดูการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แห่แห้งของไทยพบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกไม่แน่นอน โดยปีที่มีมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แห่แห้งของไทยมีขยายตัวสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ได้แก่ปี พ.ศ.2540 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2539 ถึงร้อยละ 64.53 ทั้งนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยทำให้ไทยต้องลดค่าเงินบาทส่งผลให้ราคาสินค้าของไทยมีราคาถูกลงในสายตาของผู้นำเข้าทำให้มูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แห่แห้งมีอัตราการขยายตัวสูงโดยเฉพาะตลาดเยอรมนี ได้หวัน และจีน มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 406.04 207.48 และ 103.34 ตามลำดับเมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2539 ส่วนปีที่มีมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แห่แห้งของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดรองลงมาได้แก่ปี พ.ศ.2538 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2537 ร้อยละ 23.87 ส่วนปีที่มีมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ แห่แห้งของไทยมีอัตราการขยายตัวลดลงมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ได้แก่ปี พ.ศ.2535 มูลค่า

ตารางที่ 2-13 มูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆ(นอกเหนือจากเนื้อปลาแล้)แช่แข็งของไทยไปยังตลาดที่สำคัญและตลาดโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ญี่ปุ่น	3,963.91	93.56	2,291.53	81.67	2,455.80	84.76	2,405.24	82.52	2,864.89	79.35	2,232.72	80.38	3,534.25	77.34	3,291.79	74.19	3,627.42	69.94
2.สิงคโปร์	149.16	3.52	193.57	6.90	184.73	6.38	211.08	7.24	260.54	7.22	226.63	8.16	431.16	9.43	459.25	10.35	540.91	10.43
3.ไต้หวัน	-	0.00	43.27	1.54	27.77	0.96	52.89	1.81	63.77	1.77	49.10	1.77	150.97	3.30	344.67	7.77	523.85	10.10
4.เกาหลีใต้	6.42	0.15	87.41	3.12	37.60	1.30	87.85	3.01	106.19	2.94	56.96	2.05	111.90	2.45	113.20	2.55	171.99	3.32
5.มาเลเซีย	19.09	0.45	71.03	2.53	55.87	1.93	23.12	0.79	39.53	1.09	40.73	1.47	62.42	1.37	30.40	0.69	114.62	2.21
6.ออสเตรเลีย	14.28	0.34	15.63	0.56	32.28	1.11	53.89	1.85	48.19	1.33	38.12	1.37	69.12	1.51	63.52	1.43	45.75	0.88
7.สหราชอาณาจักร	-	0.00	0.49	0.02	2.78	0.10	-	0.00	1.07	0.03	5.30	0.19	26.80	0.59	28.22	0.64	43.77	0.84
8.ฮ่องกง	10.07	0.24	8.10	0.29	52.10	1.80	46.59	1.60	179.08	4.96	53.69	1.93	46.89	1.03	39.65	0.89	29.92	0.58
9.จีน	-	0.00	14.83	0.53	8.44	0.29	2.85	0.10	4.32	0.12	34.73	1.25	70.61	1.55	23.47	0.53	17.13	0.33
10.สเปน	-	0.00	0.16	0.01	0.59	0.02	4.38	0.15	0.87	0.02	2.59	0.09	1.46	0.03	1.77	0.04	16.90	0.33
11.อื่นๆ	73.70	1.74	79.87	2.85	39.24	1.35	26.88	0.92	42.11	1.17	37.07	1.33	64.41	1.41	41.02	0.92	54.31	1.05
รวม	4,236.62	100.00	2,805.88	100.00	2,897.21	100.00	2,914.76	100.00	3,610.56	100.00	2,777.64	100.00	4,569.99	100.00	4,436.97	100.00	5,186.55	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

การส่งออกมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ.2534 ถึงร้อยละ 33.77 รองลงมาได้แก่ปี พ.ศ.2539 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ.2538 ร้อยละ 23.07

ตลาดส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดได้แก่ตลาดญี่ปุ่น ในปี พ.ศ.2542 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,627.42 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 69.94 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ลดลงจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 3,963.91 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 93.56 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เท่ากับ 336.49 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 0.08 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 แม้มูลค่าการส่งออกจะลดลงไม่มากนักแต่ก็แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดญี่ปุ่นที่เริ่มลดลงเนื่องจากสัดส่วนของการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งไปยังตลาดญี่ปุ่นของไทยเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของไทยทั้งหมดลดลง และเมื่อดูจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของไทยจากตารางที่ 2-13 พบว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกลดลงอย่างมากในปีพ.ศ. 2535 โดยลดลงมากถึงร้อยละ 42.19 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2534 แต่หลังจากนั้นอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกก็เพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันโดยตลอด โดยเฉพาะในปีพ.ศ.2540 อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 58.29 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2539

ตลาดส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงรองลงมาจากตลาดญี่ปุ่นได้แก่ตลาดสิงคโปร์และไต้หวันซึ่งมีมูลค่าการส่งออกใกล้เคียงกันมากในปีพ.ศ.2542 กล่าวคือในตลาดสิงคโปร์มีมูลค่าการส่งออกจากไทยเท่ากับ 540.91 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.43 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่วนในตลาดไต้หวันมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 523.85 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.10 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเมื่อดูจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกพบว่าทั้งสองตลาดมีแนวโน้มการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2540-2542

จากตารางที่ 2-13 ตลาดเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งส่งออกอื่นๆของไทยมีมูลค่าการส่งออกไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดญี่ปุ่น สิงคโปร์และไต้หวัน เช่น ตลาดเกาหลีใต้ มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฮองกง จีน และสเปน โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.2542 คิดเป็นร้อยละ 3.32 2.21 0.88 0.84 0.58 0.33 และ 0.33 ตามลำดับ และทุกตลาดมีสัดส่วนในมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2534 จะสังเกตได้ว่าตลาดสำคัญๆที่นำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งจากไทยโดยส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในเอเชียเป็นส่วนใหญ่ และเช่นเดียวกันกับเนื้อปลาแช่แข็งตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรปยังเป็นตลาดที่มี

แนวโน้มที่ดีไม่ว่าจะเป็นสหราชอาณาจักรหรือสเปน ส่วนตลาดในแถบเอเชียประเทศเกาหลีใต้เป็นตลาดที่มีแนวโน้มการส่งออกที่ดีนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 เป็นต้นมา

จากการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยทั้ง 2 ประเภทได้แก่ เนื้อปลาแล่แช่แข็ง (Fish Fillets Frozen) และเนื้อปลาอื่นๆ(นอกเหนือจากเนื้อปลาแล่ทั้งแบบบดและไม่บด)แช่แข็ง(Other Fish Meat (Whether or not Minced) Frozen) มีการส่งออกมายังตลาดญี่ปุ่นมากที่สุดแม้จะมีการขยายตัวไม่มากนักแต่ก็ยังคงเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย ดังนั้นในส่วนต่อไปจึงได้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น

ข. โครงสร้างการตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น

1. สภาพทั่วไป

ในอดีตผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นต้องเผชิญกับปัญหาการผลิตอันได้แก่ปัญหาทางด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงถึงแม้ว่าจะมีการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตแต่ก็ยังจำเป็นต้องใช้แรงงานบางส่วน เมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้นประกบกับวัตถุดิบขาดแคลนและราคาสูงขึ้น เช่น ปลา Alaska Pollock ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเนื้อปลาบด (Surimi) เนื่องจากการประกาศจำกัดเขตการประมง 200 ไมล์ทะเล ในที่สุดญี่ปุ่นก็ต้องออกจับปลาในเขตที่ไกลขึ้น เช่น ในเขตอลาสก้าก็ทำให้วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งในญี่ปุ่นเริ่มมองหาแหล่งลงทุนใหม่นอกประเทศที่จะไปร่วมลงทุน ซึ่งประเทศหนึ่งที่นักลงทุนจากญี่ปุ่นสนใจคือประเทศไทยเนื่องจากในตอนนั้นประเทศไทยมีความพร้อมทั้งทางด้านวัตถุดิบ แรงงานและมีบรรยากาศที่น่าลงทุน

ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการบริโภคเนื้อปลาและผลิตภัณฑ์จากเนื้อปลามากที่สุดในโลกประเทศหนึ่งโดยเฉพาะเนื้อปลาบด (Surimi) ที่คนญี่ปุ่นบริโภคประมาณ 75% ของเนื้อปลาบดที่ผลิตได้ทั่วโลก²⁷ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่ญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งที่สำคัญของทั้งประเทศไทยและประเทศอื่นๆ สภาพโดยทั่วไปของการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งมายังประเทศญี่ปุ่น ผู้ผลิตเนื้อปลาแช่

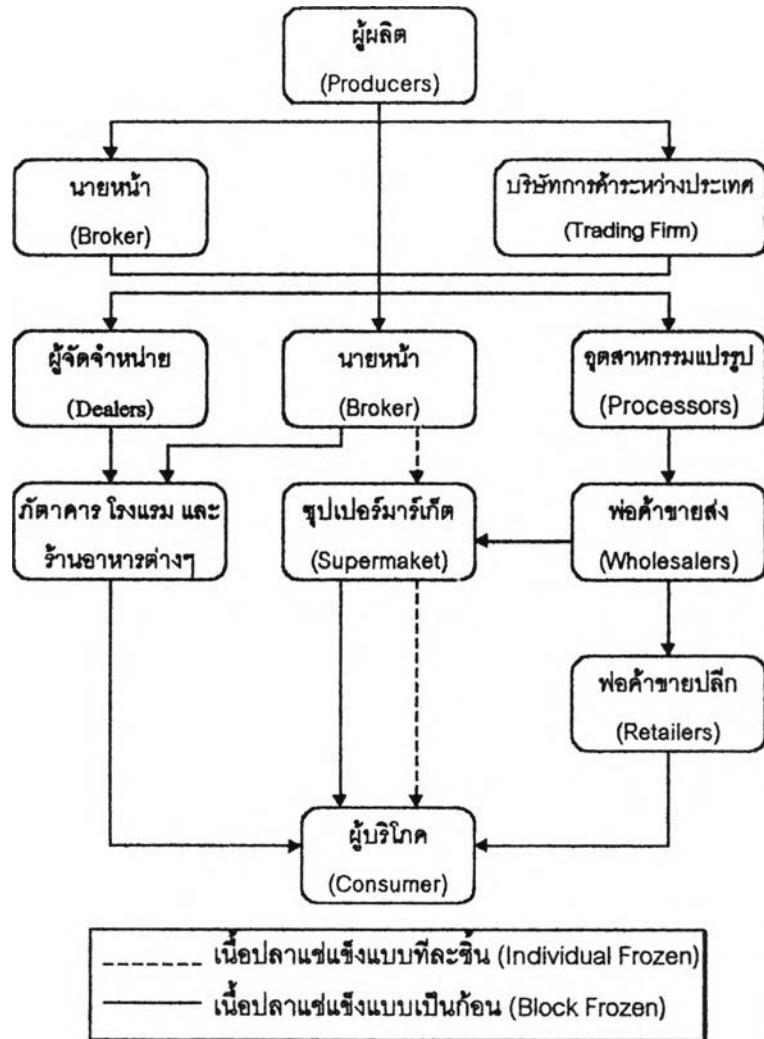
²⁷ Abdul Basir, Sudar Pawiro and Fatima Ferdouse, *Globefish Research Programme Vol.56 The Japanese Seafood Market* (Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 1998), p.30.

แข็งของไทยยังต้องพึ่งพาผู้ร่วมทุนในตลาดต่างประเทศเพื่อที่จะสามารถนำสินค้าเข้าไปขายได้ เพราะผู้บริโภครายญี่ปุ่นมีความมั่นใจในยี่ห้อที่เคยบริโภค (Brand Royalty) สูงมักจะเชื่อถือในเรื่องของสุขอนามัย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งที่ไช่ยี่ห้อของผู้ผลิตหรือผู้ค้าในประเทศของตนมากกว่าเนื้อปลาแช่แข็งที่ผลิตและไช่ยี่ห้อต่างประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวรูปแบบการค้าเนื้อปลาแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นจึงเป็นในลักษณะของการลงทุนร่วม (Joint Venture) ระหว่างผู้ผลิตไทยกับผู้นำเข้า โดยเฉพาะเนื้อปลาสด (Surimi) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีรูปแบบ รสชาติและลักษณะต่างๆ เฉพาะที่ผู้บริโภคต้องการทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร กรรมวิธีการผลิต สูตรการปรุงรสและรูปแบบสินค้า

2. ช่องทางในการกระจายผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น

จากรูปที่ 2-1 ในหน้าถัดไปแสดงให้เห็นถึงช่องทางในการกระจาย (Distribution Channels) ผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่าเริ่มจากการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของผู้ผลิตไทยนั้นจะส่งออกผ่านนายหน้า (Broker) ผู้ดำเนินการส่งออกเองโดยตรงหรือส่งออกผ่านบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นบริษัทเหล่านี้ดำเนินการธุรกิจทั้งนำเข้าและส่งออกมีบริษัทใหญ่ๆ ที่เป็นบริษัทการค้าข้ามชาติ (Sogo Shosha) ที่เป็นที่รู้จักกันดี อาทิเช่น สูดิโตโม มิตรชุย มิตรชูบิชิ ฯลฯ บริษัทเหล่านี้มักมีเครือข่ายทั่วโลกมีระบบข้อมูลการค้าที่ยอดเยี่ยมและมีฐานะทางการเงินมั่นคง หลังจากนั้นเมื่อนำเนื้อปลาแช่แข็งเข้ามายังญี่ปุ่นแล้วถ้าเป็นเนื้อปลาแช่แข็งที่เป็นลักษณะแช่แข็งแบบทีละชิ้น (Individual Frozen) ซึ่งบรรจุในภาชนะหรือถาดพร้อมที่จะขายให้ผู้บริโภค (Consumer Pack) จะถูกส่งผ่านนายหน้าไปยังซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ถ้าเป็นเนื้อปลาแช่แข็งแบบเป็นก้อน (Block Frozen) จะถูกส่งไปใน 3 ช่องทางคือ ช่องทางแรกคือส่งผ่านอุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อนำไปบรรจุหีบห่อใหม่ (Repack) ในลักษณะพร้อมที่จะขายให้ผู้บริโภค (Consumer Pack) และจะจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดปกติ คือ ส่งต่อไปยังพ่อค้าส่ง (Wholesaler) และพ่อค้าปลีก (Retailer) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหาร ช่องทางการจำหน่ายเนื้อปลาแช่แข็งแบบก้อนอีก 2 ช่องทางคือส่งผ่านนายหน้าหรือผ่านผู้จัดจำหน่าย (Dealers) ที่ได้รับอนุญาตจากบริษัท ไปยังภัตตาคาร โรงแรม และร้านอาหารอื่นๆ ช่องทางในการกระจายสินค้าเนื้อปลาแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นมีดังนี้

แผนภูมิที่ 2-1 ช่องทางการกระจายสินค้าเนื้อปลาแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น



ที่มา : บริษัท ปศุสัตว์ธุรกิจ จำกัด, อาหารทะเลกึ่งสำเร็จรูป : แนวพัฒนาที่น่าจับตามอง (กรุงเทพมหานคร: กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์, 2532), หน้า 3-4

แต่สภาพเศรษฐกิจสังคมและการสื่อสารคมนาคมที่เปลี่ยนไปทำให้โลกดูเหมือนจะแคบลงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวต่อระบบการกระจายสินค้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นก็เริ่มมีมากขึ้นเช่นกัน การเติบโตของห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตนับเป็นตัวอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมในการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้ามากจนเรียกได้ว่าให้ความสำคัญมากกว่าปริมาณหรือราคาโดยยินดีซื้อของแพงหากมีความจำเป็นและมีเหตุผล ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่นมากขึ้น การจัดซื้อเนื้อปลาแช่แข็ง

และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลอื่นๆของห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเหล่านี้ได้เริ่มเปลี่ยนไป มีการซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงหรือซื้อจากผู้ส่งสินค้าชั้นแรกมากขึ้น ดังนั้นผู้ส่งออกและผู้ผลิตไทยควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์และเลือกช่องทางในการกระจายสินค้าที่เหมาะสมจะเป็นการส่งเสริมให้เนื้อปลาแช่แข็งของไทยประสบความสำเร็จในตลาดญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

3. มาตรการและกฎระเบียบการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่น

มาตรการทางด้านภาษี (Tariff Measures)

โดยทั่วไปญี่ปุ่นเก็บภาษีนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็ง (Fish Fillet Frozen) ในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.20-010 ร้อยละ 10 และเนื้อปลาแช่แข็งประเภทอื่นๆเก็บในอัตราร้อยละ 5 ของมูลค่าการนำเข้า ส่วนเนื้อปลาแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากแบบแช่ทั้งแบบบดและไม่บดแช่แข็ง (Other Fish Meat (Whether or not minced) Frozen)) ในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90-011 ถึง 0304.90-020 โดยทั่วไปญี่ปุ่นเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 10 และเนื้อปลาแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากแบบแช่ทั้งแบบบดและไม่บดแช่แข็งประเภทอื่นๆที่เหลือญี่ปุ่นเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 ของมูลค่าการนำเข้า ซึ่งรายละเอียดสามารถดูได้จากตาราง ค-1 ในภาคผนวก ค.

สำหรับอัตราภาษีนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็ง (Fish Fillet Frozen) ที่ญี่ปุ่นผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลก (WTO) คือร้อยละ 3.5 ของมูลค่าการนำเข้า ยกเว้นเพียงเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.20-010 ที่ไม่มีการตกลงอัตราภาษีกับองค์การการค้าโลก ส่วนเนื้อปลาแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากแบบแช่ทั้งแบบบดและไม่บดแช่แข็ง (Other Fish Meat (Whether or not minced) Frozen) ในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90-011 ถึง 0304.90-020 มีอัตราภาษีนำเข้าที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกร้อยละ 6 และเนื้อปลาแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากแบบแช่ทั้งแบบบดและไม่บดแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90-030 มีอัตราภาษีนำเข้าที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 2 ในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90-040 มีอัตราภาษีนำเข้าที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกร้อยละ 2.5 และ ในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90-050 มีอัตราภาษีนำเข้าที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกร้อยละ 2.8 กรณีที่ผลิตจากปลา Shishamo และร้อยละ 3.5 กรณีที่เป็นเนื้อปลาชนิดอื่น ซึ่งรายละเอียดสามารถดูได้จากตาราง ค-1 ในภาคผนวก ค. ส่วนรายละเอียดชนิดของเนื้อปลาแช่แข็งในแต่ละรหัสพิกัดศุลกากรสามารถดูได้จากตารางที่ ข-1 และ ข-2 ในภาคผนวก ข.

มาตรการที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures)

ญี่ปุ่นมีมาตรการที่มีใช้ภาษีซึ่งเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าและมาตรการในการควบคุมตรวจสอบสินค้าอาหารทุกชนิดและรวมถึงเนื้อปลาแช่แข็งซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิดหนึ่งที่น่าเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ซึ่งมาตรการการตรวจสอบควบคุมสินค้าอาหารนำเข้ดังกล่าวเกี่ยวเนื่องกับกฎข้อบังคับและกฎหมายต่างๆมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มาตรการที่ใช้ควบคุมด้านสุขอนามัย

1.1 กฎหมายที่ใช้ควบคุมมาตรฐานสุขอนามัยสินค้าอาหาร

ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายหลักอยู่ 2 ฉบับที่ใช้ควบคุมมาตรฐานสุขอนามัยของสินค้าอาหารฉบับแรก คือ กฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยของอาหาร (Food Sanitation Law) ซึ่งควบคุมโดยกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ และฉบับที่สองก็คือ กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานคุณภาพสินค้าเกษตร (Japanese Agriculture Standard : JAS) ซึ่งควบคุมโดยกระทรวงเกษตรป่าไม้และประมง

1.2 มาตรการเกี่ยวกับฉลากสินค้าอาหาร

ส่วนประกอบของอาหารไม่สามารถพิจารณาได้จากลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ มีผลมาจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการแสดงฉลากของอาหารจึงเป็นการปรับปรุงข้อมูลของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้ซื้ออาหารที่มีคุณภาพ หลีกเลี่ยงอาหารที่เป็นอันตรายและช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วย นอกจากนี้แล้วการแสดงฉลากทำให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันการขายและสามารถระบุฐานการผลิตหากเกิดความผิดพลาดในการผลิตได้ด้วย

1.3 มาตรการด้านสุขอนามัยของอาหารทะเลแช่แข็ง

มาตรการกำหนดด้านสุขอนามัยของสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งในญี่ปุ่นตามตามมาตรฐาน Health and Product Specification Standards ของกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ (Ministry of Health and Welfare) ที่อยู่บนพื้นฐานของกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law)

2. ระบบการกำหนดและการบังคับใช้มาตรฐานคุณภาพอาหาร

การกำหนดมาตรฐานและการบังคับใช้มาตรฐานสินค้าจะถูกวางขึ้นโดยกรมอนามัยสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ (Ministry of Health and Welfare) โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจสอบอนามัย หลังจากนั้นก็จะประกาศในกฤษฎีกาที่เรียกว่า Tsusho Koho และแจ้งสำนักงาน GATT และประกาศใช้บังคับต่อไป

ในกรณีของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารการกำหนดมาตรฐานจะดำเนินการโดยหน่วยงานเศรษฐกิจการบริโภค กระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมง โดยเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบจากประชาชนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสถานทูตต่างๆและหอการค้าในกรุงโตเกียว จากนั้นก็นำส่งกลับคืนกระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมงเพื่อแก้ไขปรับปรุงและตรวจสอบโดยคณะกรรมการวิจัยมาตรฐานสินค้าเกษตรและป่าไม้ หลังจากนั้นก็ออกเป็นกฤษฎีกาที่เรียกว่า Kampo และประกาศในหนังสือ Tsusho Koho และแจ้งสำนักงาน GATT/WTO ผู้ที่ต้องการจะให้มีการรับรองมาตรฐาน JAS จะต้องยื่นความจำนงเพื่อขอใบรับรอง โดยหน่วยงานตรวจสอบจะออกให้เพื่อแสดงถึงการรับรองมาตรฐานต่อไป

3. มาตรการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้า

การนำเข้าสินค้าอาหารเข้าประเทศญี่ปุ่นถูกควบคุมโดยกฎหมาย 2 ฉบับดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และในการนำเข้าสินค้าอาหารตามกฎหมายดังกล่าวมีขั้นตอนปฏิบัติดังนี้

3.1. ผู้นำเข้าสินค้าอาหารจะต้องยื่นใบแจ้งนำเข้าสินค้า (Import Notification) ต่อหน่วยงานตรวจสอบ (Quarantine Office) ของญี่ปุ่นภายใน 7 วัน ก่อนสินค้าจะเข้าเทียบท่า สำหรับสินค้าอาหาร จะมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบใบแจ้งนำเข้าสินค้าเพื่อพิจารณาว่าจะต้องมีการตรวจสอบด้านสุขอนามัยหรือไม่ สินค้าที่จะต้องมีการตรวจสอบด้านสุขอนามัยจะต้องดำเนินการ ณ จุดนำเข้า โดยการสุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปวิเคราะห์ในห้องทดสอบหรือห้องปฏิบัติการ เมื่อตรวจสอบแล้วหากไม่ผ่านเงื่อนไขด้านสุขอนามัยก็จะไม่อนุญาตให้นำเข้า

3.2. การตรวจสอบด้านสุขอนามัยจะประกอบด้วยการตรวจคุณสมบัติทางเคมีและการตรวจสอบจุลินทรีย์โดยที่สินค้าที่จะถูกตรวจสอบอยู่ในเงื่อนไขต่อไปนี้

- 1) เป็นสินค้าที่เคยมีประวัติบันทึกไว้ว่า ได้มีการละเมิดข้อกำหนดมาแล้ว
- 2) เป็นสินค้าที่นำเข้าครั้งแรก
- 3) เป็นสินค้าที่รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการกำชับให้ดูแลด้านความปลอดภัยเป็นพิเศษ
- 4) เป็นสินค้าที่เกิดอุบัติเหตุระหว่างขนส่ง
- 5) เป็นสินค้าส่งออกของญี่ปุ่นเองที่ถูกส่งกลับคืน เพราะปัญหาด้านสุขอนามัย

4. มูลค่าและปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่น

เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์เนื้อปลาแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆตามรหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนิไนซ์ (Harmonized System Code) 6 หลักได้แก่ เนื้อปลาแช่แข็ง (Fish Fillets Frozen) รหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนิไนซ์ คือ HS.0304.20 และ เนื้อปลาอื่นๆนอกเหนือจากเนื้อปลาแช่แข็งแบบบดและไม่บดแช่แข็ง (Other Fish Meat(Whether or not Minced) Frozen) รหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนิไนซ์ คือ HS.0304.90

1.การนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

จากตารางที่ 2-14 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งจากต่างประเทศเป็นมูลค่าถึง 71,079 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 45,751 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-14) โดยปีพ.ศ.2540 เป็นปีที่ญี่ปุ่นนำเข้าเป็นมูลค่าสูงสุดเท่ากับ 73,292 ล้านบาทซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2539 ถึง 11,517 ล้านบาท ส่วนปีที่มูลค่าการนำเข้าลดลงจากปีก่อนหน้าได้แก่ ปีพ.ศ.2536 ที่มูลค่าการนำเข้าลดลงจากปีพ.ศ.2535 เท่ากับ 885 ล้านบาท และโดยเฉพาะ พ.ศ.2541 มูลค่าการนำเข้าลดลงจากปีพ.ศ.2540 ถึง 13,659 ล้านบาท

จากตารางที่ 2-14 การนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่น ซิลิเบียเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 3,329 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 13.14 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งทั้งหมดและเพิ่มขึ้นเป็น 15,943 ล้านบาทในปีพ.ศ.2542 หรือคิดเป็นร้อยละ 22.43 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ. 2542 ได้แก่ จีน นอร์เวย์ สเปน ไทย เกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ อาร์เจนตินา เวียดนาม แทนซาเนียและ

ตารางที่ 2-14 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งจากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ชิลี	3,329	13.14	5,905	19.43	5,225	17.71	8,239	21.42	11,969	24.27	11,561	18.71	17,467	23.83	14,692	24.64	15,943	22.43
2.จีน	1,861	7.35	2,962	9.75	2,650	8.98	3,687	9.59	4,030	8.17	5,833	9.44	8,635	11.78	8,924	14.96	13,205	18.58
3.นอร์เวย์	975	3.85	539	1.77	535	1.81	939	2.44	2,223	4.51	3,214	5.20	4,459	6.08	6,076	10.19	7,506	10.56
4.สเปน	1,719	6.79	1,953	6.43	1,913	6.48	3,573	9.29	4,807	9.75	5,621	9.10	4,940	6.74	1,776	2.98	4,899	6.89
5.ไทย	1,299	5.13	2,322	7.64	2,393	8.11	2,160	5.62	2,537	5.14	3,963	6.42	4,138	5.65	4,096	6.87	4,691	6.60
6.เกาหลีใต้	2,368	9.35	2,250	7.40	1,984	6.73	2,074	5.39	1,512	3.07	2,358	3.82	3,438	4.69	3,181	5.33	4,654	6.55
7.นิวซีแลนด์	2,184	8.62	2,502	8.23	2,683	9.09	2,875	7.48	3,981	8.07	4,871	7.89	5,149	7.03	3,647	6.12	3,334	4.69
8.อาร์เจนตินา	846	3.34	832	2.74	809	2.74	692	1.80	2,525	5.12	2,684	4.34	3,344	4.56	1,484	2.49	2,105	2.96
9.เวียดนาม	600	2.37	797	2.62	1,881	6.38	1,735	4.51	1,929	3.91	2,732	4.42	3,230	4.41	1,838	3.08	1,679	2.36
10.แทนซาเนีย	0	0.00	0	0.00	13	0.04	74	0.19	740	1.50	1,337	2.16	1,204	1.64	1,425	2.39	1,631	2.29
11.อื่นๆ	10,147	40.06	10,324	33.98	9,415	31.91	12,412	32.27	13,068	26.50	17,601	28.49	17,288	23.59	12,494	20.95	11,432	16.08
รวม	25,328	100.00	30,386	100.00	29,501	100.00	38,460	100.00	49,321	100.00	61,775	100.00	73,292	100.00	59,633	100.00	71,079	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ตลาดอื่น ๆ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 18.58 , 10.56 , 6.89 , 6.60 , 6.55 , 4.69 , 2.96 , 2.36 , 2.29 และ 16.08 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ชิลีมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2534 ถึงร้อยละ 9.29 เช่นเดียวกับ จีน นอร์เวย์ แทนซาเนีย ไทยและสเปน ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 11.23 , 6.71 , 2.29 , 1.47 และ 0.11 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-14) จะเห็นได้ว่าจีนเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุด ส่วนประเทศไทยแม้จะมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่มากนัก โดยปีทีไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดได้แก่ปี พ.ศ.2536 มีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 8.11 แต่ในทางตรงข้ามนิวซีแลนด์ เกาหลีใต้ อาร์เจนตินา และเวียดนาม มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเท่ากับร้อยละ 3.93 , 2.80 , 0.38 และ 0.01 ตามลำดับโดยเฉพาะเกาหลีใต้และนิวซีแลนด์ ซึ่งเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับในปี พ.ศ.2534 แต่ในปี พ.ศ.2542 มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอยู่ในอันดับที่ 6 และ 7 ตามลำดับ และการลดลงอย่างมากของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 40.06 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 16.08 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มลดลง โดยมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 3 ประเทศหลักได้แก่ ชิลี จีน และนอร์เวย์

จากตารางที่ 2-15 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 เป็นต้นมา โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งเป็นปริมาณสูงถึง 128,299 ตัน เพิ่มขึ้นถึง 84,892 ตันจากปี พ.ศ.2534 ที่นำเข้าเพียง 43,407 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3 เท่าตัว (คำนวณจากตารางที่ 2-22) และในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งเป็นปริมาณมากที่สุดกลับไม่ใช่ประเทศชิลีที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุดแต่เป็นประเทศจีนโดยนำเข้าเป็นปริมาณมากถึง 32,937 ตัน ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 ที่มีปริมาณการนำเข้าเพียง 4,437 ตันถึง 28,500 ตัน (คำนวณจากตารางที่ 2-15) ประเทศที่ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งเป็นปริมาณมากรองลงมาจากจีนในปีพ.ศ.2542 ได้แก่ ชิลี นอร์เวย์ ไทย นิวซีแลนด์ เกาหลีใต้ อาร์เจนตินา แทนซาเนีย เวียดนาม และสเปน ที่ส่งออกเป็นปริมาณ 18,495 , 12,299 , 11,456 , 10,533 , 5,399 , 5,350 , 4,527 , 4,219 และ 2,400 ตันตามลำดับ โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งจากทุกประเทศเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 สำหรับปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งของญี่ปุ่นจากประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ.2534-2542 มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องยกเว้นในปี พ.ศ.2537 และ พ.ศ.2540 ที่ปริมาณการนำเข้าลดลงเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 2-15 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งจากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.จีน	4,437	7,411	6,967	9,237	10,650	15,201	18,565	20,108	32,937
2.ชิลี	6,349	10,352	11,857	13,426	15,796	16,261	22,471	19,269	18,495
3.นอร์เวย์	2,518	1,479	3,031	2,555	4,437	6,279	6,894	10,964	12,299
4.ไทย	3,652	6,552	6,777	6,390	7,581	9,721	8,778	9,061	11,456
5.นิวซีแลนด์	5,689	6,176	7,746	9,545	13,344	17,193	16,369	12,938	10,533
6.เกาหลีใต้	3,550	3,828	2,750	2,647	1,948	2,458	3,594	3,339	5,399
7.อาร์เจนตินา	1,502	3,095	3,710	2,589	6,159	4,787	7,327	3,237	5,350
8.เม็กซิโก	0	0	56	280	2,402	3,333	2,944	3,285	4,527
9.เวียดนาม	1,533	2,297	4,817	4,506	5,451	5,994	6,288	3,864	4,219
10.สเปน	931	674	920	1,828	2,501	2,735	2,176	1,040	2,400
11.อื่นๆ	13,266	14,171	14,834	18,913	21,224	21,991	19,983	17,527	20,685
รวม	43,407	56,036	63,467	71,914	91,493	105,952	115,387	104,631	128,299

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

แต่เมื่อแบ่งประเภทของเนื้อปลาแล่แช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นตามรหัสพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิไนซ์ (Harmonized System Code) 9 หลักซึ่งมีทั้งหมด 8 ประเภท²⁸ พบว่าเนื้อปลาแล่แช่แข็งของไทยที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่มี 2 ประเภทได้แก่เนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010²⁹ และ HS.0304.20-099³⁰ โดยมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวของไทยในปี พ.ศ.2542 คิดเป็นร้อยละ 49 และ 39 ตามลำดับแต่เมื่อรวมกันคิดเป็นร้อยละ 88 ของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งทั้งหมดของไทยมายังตลาดญี่ปุ่น (คำนวณโดยใช้ข้อมูลจากตารางที่ 2-14 , 2-16 และ

²⁸ ดูได้จากตารางที่ ๑-1 ในส่วนของภาคผนวก ข.

²⁹ เป็นเนื้อปลาแล่แช่แข็งที่ได้จากปลาที่มีชื่อในภาษาญี่ปุ่น ดังต่อไปนี้ Nishin (Clupea spp.) , Tara (Gadus spp. , Theragra spp. and Merluccius spp.) , Buri (Seriola spp.) , Saba (Scomber spp.) , Iwashi (Etrumeus spp. , Sardinops spp. and Endraulis spp.) , Aji (Trachurus spp. and Decapterus spp.) and Samma (Cololabis spp.) ซึ่งปลาในกลุ่มนี้ที่พบในน่านน้ำทะเลไทยได้แก่ ปลากระดี่แก้ว ปลาทุบแบนหรือปลาคอกแบน ปลาหางแข็ง ปลาอินทรี ปลาทุบแบน ปลาเจลิชหรือปลาเตลิช ปลาชานกวางหรือปลาสิเลีย ปลาตาหวาน ปลาตาโต ปลาตาทอง ปลาตาโตข้างเหลือง เป็นต้น

³⁰ เป็นเนื้อปลาแล่แช่แข็งที่ได้จากปลานชนิดอื่นๆ(ดูได้จากตารางที่ ๑-2 ในส่วนของภาคผนวก ข.)

2-18) ดังนั้นการศึกษากำหนดนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งของญี่ปุ่นในครั้งนี้จึงได้เลือกที่จะทำการศึกษาเนื้อปลาแล่แช่แข็ง 2 ประเภทดังกล่าว

1.1 การนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

จากตารางที่ 2-16 ในหน้าถัดไปจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 จากประเทศต่างๆเป็นมูลค่า 8,601 ล้านบาท คิดเป็นเพียงร้อยละ 12 ของการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งทั้งหมด โดยในปี พ.ศ.2542 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นถึง 5,772 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-16) เมื่อดูจากแนวโน้มการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งประเภทนี้ของญี่ปุ่นแล้วนับได้ว่ามีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีเพียงในปีพ.ศ. 2537 เท่านั้นที่มูลค่าการนำเข้าลดลงแต่ก็ลดลงเล็กน้อยเพียง 45 ล้านบาท

ในปี พ.ศ.2542 การนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ของญี่ปุ่นจีนนับเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด จากเดิมในปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 147 ล้านบาทซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดในอันดับที่ 5 เพียงร้อยละ 5.19 มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดแต่ในปีพ.ศ.2542 การนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 3,056 ล้านบาททำให้กลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเป็นอันดับ 1 เท่ากับร้อยละ 35.53 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ทั้งหมดส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ.2542 ได้แก่ ไทย นอร์เวย์ อาร์เจนตินา รัสเซีย ไอร์แลนด์ ไอร์แลนด์ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ และประเทศอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 26.56 , 17.84 , 7.06 , 3.10 , 1.95 , 1.81 , 1.52 , 1.50 , 0.95 และ 2.17 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 จีนมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 ถึงร้อยละ 30.34 เช่นเดียวกับ ไทย นอร์เวย์ รัสเซียและไอร์แลนด์ ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 11.73 , 5.23 , 2.34 และ 0.5 ตามลำดับ (คำนวณจากตารางที่ 2-16) จะเห็นได้ว่าจีนเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนสามารถเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดแทนที่ประเทศไทยนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2541 เป็นต้นมา ส่วนประเทศไทยที่มีส่วนแบ่งการตลาดในอันดับที่ 2 ปี พ.ศ.2534 แต่ในปีถัดมาประเทศไทยก็กลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดแทนที่เกาหลีใต้ได้และยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดเรื่อยมาโดยเฉพาะในปีพ.ศ.2536 ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 49.44 หรือเกือบครึ่งหนึ่งของการนำเข้าทั้งหมดแต่ส่วนแบ่งการตลาดก็เริ่มมีแนวโน้มลดลง ในปี พ.ศ.2542 ประเทศเกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ไอร์แลนด์ นิวซีแลนด์และอาร์เจนตินา ล้วนมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง

ตารางที่ 2-16 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 จากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.จีน	147	5.19	81	2.46	92	3.10	406	13.93	585	13.97	1,280	21.78	1,418	20.63	2,340	27.94	3,056	35.53
2.ไทย	420	14.83	1,118	33.75	1,461	49.44	1,192	40.96	1,699	40.59	2,204	37.51	2,422	35.24	2,303	27.50	2,284	26.56
3.นอร์เวย์	357	12.61	212	6.39	350	11.83	263	9.04	305	7.28	705	12.00	946	13.76	2,233	26.67	1,534	17.84
4.อาร์เจนตินา	263	9.30	428	12.93	243	8.23	262	9.00	351	8.39	308	5.24	386	5.62	504	6.02	607	7.06
5.รัสเซีย	22	0.76	13	0.39	1	0.05	3	0.10	42	0.99	29	0.49	36	0.52	72	0.86	267	3.10
6.ไอร์แลนด์	41	1.45	62	1.87	83	2.82	172	5.92	357	8.53	476	8.10	253	3.68	251	3.00	168	1.95
7.ไอซ์แลนด์	144	5.09	69	2.08	76	2.59	79	2.72	106	2.52	149	2.54	324	4.71	94	1.12	156	1.81
8.เกาหลีใต้	492	17.40	738	22.26	264	8.92	192	6.60	131	3.12	215	3.66	521	7.58	120	1.43	131	1.52
9.สหรัฐอเมริกา	298	10.52	236	7.12	167	5.66	132	4.54	149	3.55	349	5.94	362	5.27	228	2.72	129	1.50
10.นิวซีแลนด์	105	3.73	21	0.63	16	0.56	1	0.05	279	6.66	9	0.15	99	1.44	23	0.27	82	0.95
11.อื่นๆ	541	19.11	335	10.11	201	6.80	208	7.13	183	4.38	152	2.59	106	1.54	206	2.46	187	2.17
รวม	2,829	100.00	3,313	100.00	2,955	100.00	2,910	100.00	4,186	100.00	5,875	100.00	6,873	100.00	8,374	100.00	8,601	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 เท่ากับร้อยละ 15.88 , 9.02 , 3.28 , 2.78 และ 2.24 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-16) โดยเฉพาะเกาหลีใต้และสหรัฐอเมริกาจากเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 และ 4 ตามลำดับในปี พ.ศ.2534 แต่ในปี พ.ศ.2542 มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงมาอยู่ในอันดับที่ 8 และ 9 ตามลำดับ ส่วนการลดลงอย่างมากของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 19.11 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 2.17 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มลดลง โดยมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 3 ประเทศหลักได้แก่ จีน ไทยและนอร์เวย์ จะสังเกตได้ว่าประเทศชิลีซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในการส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งมายังญี่ปุ่นกลับมีการส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 มายังญี่ปุ่นน้อยมากจนไม่ติดอันดับ 1 ใน 10

จากตารางที่ 2-17 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องยกเว้นเพียงในปีพ.ศ.2540 ที่ปริมาณการนำเข้าลดลงจากปี พ.ศ.2539 ไม่นักเพียง 1,459 ตัน โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 เป็นปริมาณสูงสุดถึง 32,714 ตัน เพิ่มขึ้นถึง 22,608 ตัน จากปี พ.ศ.2534 ที่นำเข้าเพียง 10,106 ตัน หรือเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว (คำนวณจากตารางที่ 2-17) และเมื่อดูปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 ของญี่ปุ่นจากประเทศต่างๆพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-010 มายังญี่ปุ่นเป็นปริมาณมากที่สุดยังคงเป็นประเทศจีนเป็นปริมาณถึง 10,895 ตัน รองลงมาได้แก่ ไทย นอร์เวย์ รัสเซีย อาร์เจนตินา ไอร์แลนด์ ไอร์แลนด์ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกาและนิวซีแลนด์ ที่ส่งออกเป็นปริมาณ 6,628 , 6,320 , 3,194 , 2,107 , 961 , 679 , 580 , 242 และ 232 ตันตามลำดับ

ตารางที่ 2-17 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็ง ในรหัส HS.0304.20-010 จากต่างประเทศ
ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.จีน	507	256	469	2,065	2,971	5,731	4,767	6,610	10,895
2.ไทย	1,097	3,194	4,095	3,665	5,394	5,940	5,652	5,574	6,628
3.นอร์เวย์	2,240	1,298	2,855	1,966	2,699	3,975	3,442	7,317	6,320
4.รัสเซีย	55	84	8	18	256	131	182	412	3,194
5.อาร์เจนตินา	852	1,411	833	1,146	1,597	1,148	1,373	1,515	2,107
6.ไอซ์แลนด์	666	313	403	440	618	987	1,720	586	961
7.ไอร์แลนด์	183	311	447	1,229	2,675	2,260	880	683	679
8.เกาหลีใต้	1,215	2,109	888	618	386	593	1,252	305	580
9.สหรัฐอเมริกา	1,191	912	733	754	564	1,093	960	467	242
10.นิวซีแลนด์	206	39	38	7	1,209	36	257	60	232
11.อื่นๆ	1,893	1,337	1,202	1,215	1,224	710	662	1,039	875
รวม	10,106	11,267	11,970	13,123	19,593	22,606	21,147	24,569	32,714

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

1.2.การนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

จากตารางที่ 2-18 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 จากประเทศต่างๆเป็นมูลค่า 37,494 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 53 หรือครึ่งหนึ่งของกาานำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งทั้งหมดของญี่ปุ่น) ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 23,327 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 2.65 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-18) เมื่อดูจากมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งประเภทนี้ของญี่ปุ่นแล้วพบว่ามูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอนในแต่ละปีแต่เมื่อดูแนวโน้มการนำเข้าแล้วมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ในปีพ.ศ.2542 การนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 ของญี่ปุ่นมีลักษณะเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534-2542 จากเดิมในปี พ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 3,181 ล้านบาทซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 22.45 เพิ่มขึ้นเป็น 9,020 ล้านบาท

ตารางที่ 2-18 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล้ซแห้งในรหัส HS.0304.20-099 จากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ชิลี	3,181	22.45	5,773	27.90	5,187	26.51	8,226	32.98	11,962	36.77	4,671	15.91	8,503	22.94	8,069	24.48	9,020	24.06
2.จีน	1,714	12.10	2,881	13.92	2,558	13.08	3,282	13.16	3,446	10.59	4,553	15.51	6,527	17.61	6,287	19.07	7,266	19.38
3.นอร์เวย์	618	4.36	327	1.58	185	0.95	675	2.71	1,918	5.90	2,509	8.55	3,514	9.48	3,843	11.66	5,973	15.93
4.นิวซีแลนด์	2,076	14.65	2,481	11.99	2,666	13.63	2,874	11.52	3,702	11.38	4,862	16.56	5,049	13.62	3,651	11.08	3,253	8.68
5.ไทย	870	6.14	1,203	5.82	932	4.76	962	3.86	838	2.58	1,758	5.99	1,662	4.48	1,681	5.10	1,814	4.84
6.เวียดนาม	600	4.24	797	3.85	1,881	9.62	1,735	6.96	1,925	5.92	2,728	9.29	3,208	8.66	1,788	5.42	1,678	4.48
7.แทนซาเนีย	0	0.00	0	0.00	13	0.07	74	0.30	740	2.27	1,337	4.55	1,204	3.25	1,425	4.32	1,631	4.35
8.อาร์เจนตินา	181	1.28	404	1.95	566	2.90	430	1.72	2,174	6.68	1,076	3.67	1,929	5.20	598	1.81	1,362	3.63
9.อุกันดา	0	0.00	0	0.00	0	0.00	13	0.05	74	0.23	264	0.90	151	0.41	432	1.31	831	2.22
10.ไต้หวัน	903	6.38	1,538	7.43	1,337	6.83	1,778	7.13	964	2.96	743	2.53	631	1.70	655	1.99	722	1.93
11.อื่นๆ	4,024	28.41	5,291	25.57	4,237	21.66	4,893	19.62	4,788	14.72	4,853	16.53	4,685	12.64	4,532	13.75	3,944	10.52
รวม	14,167	100.00	20,696	100.00	19,564	100.00	24,942	100.00	32,530	100.00	29,355	100.00	37,063	100.00	32,961	100.00	37,494	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 24.06 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 ทั้งหมดของญี่ปุ่นส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ.2542 ได้แก่ จีน นอร์เวย์ นิวซีแลนด์ ไทย เวียดนาม แทนซาเนีย อาร์เจนตินา อุกันดา ได้หวันและประเทศอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 19.38 , 15.93 , 8.68 , 4.84 , 4.48 , 4.35 , 3.63 , 2.22 , 1.93 และ 10.52 ตามลำดับ จากตารางที่ 2-18 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 เกือบทุกประเทศมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 โดยเฉพาะนอร์เวย์มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 11.57 เช่นเดียวกับ ซิลี จีน เวียดนาม แทนซาเนีย อาร์เจนตินา และอุกันดา ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 1.60 , 7.28 , 0.24 , 4.35 , 2.35 และ 2.22 ตามลำดับ แต่มีเพียงไทย ได้หวันและนิวซีแลนด์เท่านั้นมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง โดยลดลงจากปีพ.ศ.2534 ร้อยละ 5.98 4.45 และ1.30 ตามลำดับ (คำนวณจากตารางที่ 2-18) ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปีพ.ศ.2542 แม้จะลดลงเมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2534 แต่อันดับก็ยังคงที่อยู่ในอันดับที่ 5 และการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.41 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 10.52 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มลดลง โดยมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS. 0304.20-099 ส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 3 ประเทศหลักได้แก่ ซิลี จีนและนอร์เวย์

จากตารางที่ 2-19 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับมูลค่า โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเป็นปริมาณสูงสุดถึง 75,609 ตัน เพิ่มขึ้นถึง 47,673 ตัน หรือเพิ่มขึ้นถึง 2.7 เท่าตัวจากปี พ.ศ.2534 ที่นำเข้าเพียง 27,936 ตัน (คำนวณจากตารางที่ 2-19) เมื่อดูปริมาณการส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS.0304.20-099 ของประเทศต่างๆมายังญี่ปุ่นแล้วพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกเนื้อปลาแล่แช่แข็งในรหัส HS. 0304.20-099 มายังญี่ปุ่นเป็นปริมาณมากที่สุดกลับเป็นประเทศจีนซึ่งมีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าซิลี โดยนำเข้าเป็นปริมาณถึง 19,697 ตัน รองลงมาได้แก่ ซิลี นิวซีแลนด์ นอร์เวย์ แทนซาเนีย เวียดนาม ไทย อาร์เจนตินา อุกันดาและได้หวัน ที่ส่งออกเป็นปริมาณ 12,422 , 10,300 , 5,978 , 4,527 , 4,206 , 4,173 , 3,135 , 2,304 และ 633 ตันตามลำดับ

**ตารางที่ 2-19 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็ง ในรหัส HS.0304.20-099 จากต่างประเทศ
ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542**

ปริมาณ : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.จีน	3,929	7,155	6,498	7,171	7,680	9,470	13,039	13,175	19,697
2.จิลี	5,847	9,890	11,702	13,368	15,769	7,512	12,272	11,390	12,422
3.นิวซีแลนด์	5,460	6,137	7,709	9,538	12,133	17,156	16,112	12,878	10,300
4.นอร์เวย์	277	181	175	589	1,738	2,303	3,452	3,647	5,978
5.แทนซาเนีย	0	0	56	280	2,402	3,333	2,944	3,285	4,527
6.เวียดนาม	1,533	2,297	4,817	4,505	5,436	5,985	6,222	3,732	4,206
7.ไทย	2,536	3,358	2,682	2,720	2,188	3,780	2,976	3,174	4,173
8.อาร์เจนตินา	598	1,684	2,878	1,443	4,562	1,995	4,786	1,233	3,135
9.อุกันดา	0	0	0	40	201	666	382	1,033	2,303
10.ไต้หวัน	993	1,165	1,033	1,531	900	695	517	569	633
11.อื่นๆ	6,764	8,439	8,074	8,737	8,450	7,622	6,629	7,555	8,234
รวม	27,936	40,305	45,624	49,923	61,458	60,518	69,331	61,672	75,609

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

**2.การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆนอกเหนือจากเนื้อปลาแช่แข็งแบบบดและไม่บดแช่แข็งของญี่ปุ่นในช่วง
ปี พ.ศ.2534-2542**

จากตารางที่ 2-20 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งจากประเทศต่างๆเป็นมูลค่าถึง 74,133 ล้านบาทเป็นมูลค่าที่ใกล้เคียงกับการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็ง โดยลดลงจากปีพ.ศ.2534 ถึง 26,678 ล้านบาท(คำนวณจากตารางที่ 2-20) โดยปีพ.ศ.2540 เป็นปีที่ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งเป็นมูลค่าสูงสุดเท่ากับ 102,319 ล้านบาทซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2539 ถึง 27,978 ล้านบาทแต่ปีถัดมาได้แก่ปีพ.ศ.2541 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของญี่ปุ่นกลับลดลงมากที่สุดโดยมูลค่าการนำเข้าลดลงจากปีพ.ศ.2540 ถึง 34,467 ล้านบาท จนกลายเป็นปีที่มีการนำเข้าเนื้อปลาน้อยที่สุดซึ่งมีการนำเข้าเพียง 67,852 ล้านบาท

ตารางที่ 2-20 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆนอกเหนือจากเนื้อปลาแล้ทั้งแบบดและไมบดแช่แข็งจากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.สหรัฐอเมริกา	52,386	51.96	51,466	50.39	30,484	44.32	34,728	47.45	36,918	45.99	28,727	38.64	42,556	41.59	26,616	39.23	30,121	40.63
2.ไทย	22,660	22.48	17,152	16.79	15,077	21.92	14,142	19.32	15,639	19.48	14,691	19.76	19,866	19.42	15,597	22.99	18,175	24.52
3.อาร์เจนตินา	4,236	4.20	6,617	6.48	6,266	9.11	4,800	6.56	5,483	6.83	4,358	5.86	6,746	6.59	4,876	7.19	5,730	7.73
4.จีน	1,562	1.55	2,902	2.84	2,747	3.99	4,319	5.90	4,136	5.15	5,566	7.49	8,071	7.89	5,534	8.16	5,406	7.29
5.รัสเซีย	5,656	5.61	11,770	11.52	3,922	5.70	3,762	5.14	5,487	6.84	3,827	5.15	4,340	4.24	3,554	5.24	4,006	5.40
6.เกาหลีใต้	8,705	8.63	6,240	6.11	6,399	9.30	6,286	8.59	5,769	7.19	5,290	7.12	5,440	5.32	3,902	5.75	2,849	3.84
7.ชิลี	336	0.33	1,008	0.99	540	0.79	848	1.16	2,141	2.67	2,759	3.71	3,677	3.59	3,386	4.99	2,469	3.33
8.อินเดีย	0	0.00	0	0.00	31	0.05	141	0.19	125	0.16	233	0.31	1,121	1.10	820	1.21	1,456	1.96
9.เวียดนาม	137	0.14	300	0.29	139	0.20	191	0.26	298	0.37	446	0.60	742	0.73	734	1.08	549	0.74
10.เปรู	116	0.11	451	0.44	640	0.93	153	0.21	176	0.22	192	0.26	406	0.40	388	0.57	523	0.71
11.อื่นๆ	5,134	5.09	4,684	4.59	3,183	4.63	3,978	5.43	4,272	5.32	8,444	11.36	9,760	9.54	2,833	4.18	3,372	4.55
รวม	100,811	100.00	102,139	100.00	68,788	100.00	73,195	100.00	80,268	100.00	74,341	100.00	102,319	100.00	67,852	100.00	74,133	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งจากต่างประเทศของญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 52,386 ล้านดอลลาร์หรือคิดเป็นร้อยละ 51.96 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งทั้งหมดของญี่ปุ่น และลดลงเหลือ 30,121 ล้านดอลลาร์ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงเหลือร้อยละ 40.63 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในปีพ.ศ.2542 ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ.2542 ได้แก่ ไทย อาร์เจนตินา จีน รัสเซีย เกาหลีใต้ ซิลิ อินเดีย เวียดนาม แปรูและตลาดอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 24.52 , 7.73 , 7.29 , 5.40 , 3.84 , 3.33 , 1.96 , 0.74 , 0.71 และ 4.55 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 จีนมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 มากที่สุดถึงร้อยละ 5.74 เช่นเดียวกับ อาร์เจนตินา ซิลิ ไทย อินเดีย เวียดนามและแปรู ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 3.53 , 3.00 , 2.04 , 1.96 , 0.61 และ 0.59 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-20) จะเห็นได้ว่าประเทศไทยแม้จะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นแต่มูลค่าการส่งออกกลับลดลงเมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2534 ทั้งนี้เนื่องมาจากการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของญี่ปุ่นลดลงในปีพ.ศ.2542 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2534 โดยปีที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดได้แก่ปี พ.ศ.2542 ในทางตรงข้ามสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้และรัสเซียล้วนมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเท่ากับร้อยละ 11.33 4.79 และ 0.21 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-20) จะเห็นได้ว่าสหรัฐอเมริกาแม้มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 11.33 แต่ยังคงรักษาตำแหน่งประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดไว้ได้เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าประเทศไทยอยู่มาก

ส่วนเกาหลีใต้ซึ่งเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 8.63 ซึ่งสูงเป็นอันดับ 3 ในปีพ.ศ.2534 แต่ในปี พ.ศ.2542 ส่วนแบ่งการตลาดลดลงทำให้อันดับส่วนแบ่งการตลาดลดลงอยู่ในอันดับที่ 6 ส่วนรัสเซียมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเพียงเล็กน้อยทำให้อันดับส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 4 ในปีพ.ศ.2534 ถูกแย่งไปโดยจีนในปีพ.ศ.2542 และการลดลงเพียงเล็กน้อยของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 5.09 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือร้อยละ 4.55 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งมีแนวโน้มลดลงแต่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับการกระจายของประเทศผู้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งที่ลดลงอย่างมากในช่วงปีพ.ศ.2534-2542 โดยการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นยังคงนำเข้าจาก 2 ประเทศได้แก่ สหรัฐอเมริกาและไทย

จากตารางที่ 2-21 จะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2534-2538 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2539 เป็นต้นมาปริมาณการนำเข้าก็ได้มีการเพิ่มขึ้นลดลงสลับกันโดยตลอด โดยในปี พ.ศ.2540 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งเป็นปริมาณสูงสุดถึง

128,299 ตัน เพิ่มขึ้น 37,091 ตันจากปี พ.ศ.2539 ที่มีกาหน้าเข้า 270,303 ตัน และในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่น นำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งเป็นปริมาณ 268,505 ตัน เพิ่มขึ้น 52,124 ตันจากปี พ.ศ.2534 ที่มีกาหน้าเข้า 216,381 ตัน ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นไม่มากนักเมื่อเทียบกับเนื้อปลาแช่แข็งที่ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก ปีพ.ศ.2534 ถึงเกือบ 3 เท่าตัว (คำนวณจากตารางที่ 2-21) และเมื่อดูปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของญี่ปุ่นจากประเทศต่างๆในตารางที่ 2-21 พบว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็ง จากสหรัฐอเมริกาเป็นปริมาณมากที่สุดถึง 110,741 ตัน รองลงมาได้แก่ ไทย อาร์เจนตินา จีน รัสเซีย เกาหลีใต้ ซิลี อินเดีย เปรู เวียดนามและนำเข้าจากประเทศอื่นๆเป็นปริมาณ 77,853 , 22,356 , 13,697 , 12,478 , 9,241 , 7,474 , 4,347 , 1,705 , 1,567 และ 8,752 ตันตามลำดับ

ตารางที่ 2-21 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆนอกเหนือจากเนื้อปลาแช่แข็งแบบบดและไม่บดแช่แข็ง จากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.สหรัฐอเมริกา	108,069	117,538	136,661	145,947	145,398	128,829	138,998	112,356	110,741
2.ไทย	56,060	49,051	53,899	52,043	60,769	53,646	64,465	68,377	77,853
3.อาร์เจนตินา	10,726	15,820	28,274	22,551	21,628	20,034	23,201	21,133	22,356
4.จีน	3,336	6,614	7,260	12,201	11,385	12,072	12,723	13,388	13,697
5.รัสเซีย	12,643	26,961	16,702	17,306	22,077	15,765	15,504	10,900	12,478
6.เกาหลีใต้	12,056	9,189	10,475	9,669	9,944	7,085	13,237	13,903	9,241
7.ซิลี	1,445	4,649	3,470	4,875	11,355	11,881	4,765	4,383	7,474
8.อินเดีย	-	-	143	484	528	1,086	7,126	6,547	4,347
9.เปรู	313	1,449	2,270	532	698	618	1,122	981	1,705
10.เวียดนาม	607	1,125	536	712	1,074	1,282	1,917	1,570	1,567
11.อื่นๆ	11,733	13,446	7,525	9,704	14,172	19,287	26,254	7,972	8,614
รวม	216,381	244,716	266,680	275,311	297,954	270,303	307,394	259,940	268,505

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เมื่อแบ่งประเภทของเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นตามรหัสพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิ (Harmonized System Code) 9 หลักซึ่งมีทั้งหมด 13 ประเภท³¹ พบว่าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของไทยที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่มี 2 ประเภทได้แก่ เนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095³² และ HS.0304.90-099³³ โดยการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวของไทยในปี พ.ศ. 2542 คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 92 ของมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งทั้งหมดของไทยมายังตลาดญี่ปุ่น (คำนวณจากตารางที่ 2-20 , 2-22 และ 2-24) ดังนั้นการศึกษากำหนดให้นำเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งของญี่ปุ่นในครั้งนี้จึงได้เลือกที่จะทำการศึกษานำเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็ง 2 ประเภทดังกล่าว

2.1 การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

จากตารางที่ 2-22 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 จากประเทศต่างๆเป็นมูลค่า 9,521 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นเพียงร้อยละ 13 ของการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งทั้งหมด โดยในปีพ.ศ.2542 มูลค่าการนำเข้าลดลง 2,304 ล้านดอลลาร์เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-22) เมื่อดูจากแนวโน้มการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งประเภทนี้ของญี่ปุ่นแล้วมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอนในช่วงปีพ.ศ.2534-2542

ในปีพ.ศ.2542 การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 จากประเทศต่างๆของญี่ปุ่นไทยเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด จากเดิมในปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 11,584 ล้านดอลลาร์ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 97.96 ลดลงเหลือ 8,227 ล้านดอลลาร์ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 86.41 ในปีพ.ศ.2542 แต่ก็ยังคงเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเป็นอันดับ 1 ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ.2542 ได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย พม่า เวียดนาม จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 11.75 , 1.11 , 0.24 , 0.17 , 0.13 , 0.09 , 0.06 และ 0.03 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 อินเดียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 มากที่สุดถึงร้อยละ 11.75 เช่นเดียวกับ อินโดนีเซีย พม่า จีนและสิงคโปร์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 1.11 , 0.23 , 0.13 และ 0.05 ตามลำดับ (คำนวณจากตารางที่ 2-22) จะเห็นได้

³¹ ดูได้จากตารางที่ ๑-2 ในส่วนของภาคผนวก ข.

³² ภูมิที่ท่ามาจากปลา Itoyori (ปลาทรายแดง) แช่แข็ง

³³ เป็นเนื้อปลาอื่นๆนอกเหนือจากแบบแล้งทั้งแบบบดและไม่บดแช่แข็งที่ได้จากปลารชนิดอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวถึง (ดูได้จากตารางที่ ๑-3 ในส่วนของภาคผนวก ข.)

ตารางที่ 2-22 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆในรหัส HS.0304.90-095 จากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ไทย	11,584	97.96	7,809	95.81	6,083	93.83	4,841	90.55	5,865	73.51	5,025	71.67	6,863	65.78	6,332	85.96	8,227	86.41
2.อินเดีย	-	-	-	-	31	0.47	25	0.47	117	1.46	51	0.73	632	6.06	621	8.43	1,119	11.75
3.อินโดนีเซีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	0.32	245	2.35	112	1.52	106	1.11
4.พม่า	2	0.02	-	-	-	-	6	0.11	9	0.11	1	0.01	27	0.26	32	0.43	23	0.24
5.เวียดนาม	56	0.47	28	0.34	-	-	1	0.01	20	0.25	1	0.01	46	0.44	52	0.71	16	0.17
6.จีน	-	-	129	1.58	88	1.35	64	1.20	50	0.62	39	0.55	10	0.10	1	0.01	12	0.13
7.มาเลเซีย	23	0.20	-	-	20	0.31	46	0.87	31	0.39	10	0.14	18	0.17	17	0.23	9	0.09
8.สิงคโปร์	2	0.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01	6	0.06
9.ฮ่องกง	157	1.33	177	2.18	261	4.03	363	6.79	1,887	23.66	1,857	26.48	2,593	24.85	196	2.66	-	-
10.อื่นๆ	1	0.01	7	0.09	-	-	-	-	-	-	6	0.09	-	-	2	0.03	3	0.03
รวม	11,825	100.00	8,150	100.00	6,483	100.00	5,346	100.00	7,978	100.00	7,011	100.00	10,434	100.00	7,366	100.00	9,521	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ว่าอินเดียเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดและเพิ่มขึ้นจนสามารถเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในอันดับที่สองแทนที่ฮ่องกงนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2541 เป็นต้นมา ส่วนไทย ฮ่องกง เวียดนามและมาเลเซีย ล้วนมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเท่ากับ 11.55 , 1.33 , 0.31 และ 0.10 ตามลำดับ โดยเฉพาะฮ่องกงจากเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 2 นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 และส่วนแบ่งการตลาดก็เพิ่มขึ้นเรื่อยมาจนกระทั่งเริ่มลดลงในปี พ.ศ.2540 และในปี พ.ศ.2541 ส่วนแบ่งการตลาดของฮ่องกงลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 22.19 ทำให้อันดับส่วนแบ่งการตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 3 ในปีพ.ศ.2541 และในที่สุดไม่มีการนำเข้ามาจากฮ่องกงอีกปี พ.ศ.2542 จะสังเกตได้ว่าประเทศไทยแม้มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 11.55 แต่ยังคงรักษาตำแหน่งประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดไว้ได้เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าประเทศอินเดียและประเทศอื่นๆอยู่มาก

ส่วนการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 0.01 ในปี พ.ศ.2534 เพิ่มขึ้นน้อยมากเพียง 0.02 เป็นร้อยละ 0.03 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ก็เพิ่มขึ้นน้อยมาก มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 ส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 2 ประเทศหลักได้แก่ ไทยและอินเดีย จะสังเกตได้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งมายังญี่ปุ่นกลับไม่มีการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 มายังญี่ปุ่นเลยเนื่องจากสหรัฐอเมริกาไม่มีปลาทรายแดงซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต

จากตารางที่ 2-23 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 ของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอนเช่นเดียวกัน โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 เป็นปริมาณสูงสุดถึง 45,098 ตัน เพิ่มขึ้น 15,214 ตัน จากปี พ.ศ.2534 ที่นำเข้า 29,884 ตัน (คำนวณจากตารางที่ 2-23) จะเห็นได้ว่าเมื่อเทียบระหว่างปีพ.ศ.2534 กับปีพ.ศ.2542 แล้วมูลค่าการนำเข้าลดลงแต่ปริมาณการนำเข้ากลับเพิ่มขึ้น และเมื่อดูปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 จากประเทศต่างๆของญี่ปุ่นพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 มายังญี่ปุ่นเป็นปริมาณมากที่สุดได้แก่ประเทศไทยเป็นปริมาณถึง 38,076 ตัน รองลงมาได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย พม่า เวียดนาม จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศอื่นๆที่ส่งออกเป็นปริมาณ 5,857 , 822 , 132 , 74 , 50 , 40 , 24 และ 48 ตันตามลำดับ

**ตารางที่ 2-23 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 จากต่าง
ประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542**

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.ไทย	29,128	22,710	23,491	19,779	24,167	21,582	24,547	31,167	38,076
2.อินเดีย	0	0	142	102	478	277	2,786	3,375	5,857
3.อินโดนีเซีย	0	0	0	0	0	86	836	600	822
4.พม่า	8	0	0	25	34	4	119	163	132
5.เวียดนาม	258	139	2	4	138	5	179	191	74
6.จีน	0	445	350	268	201	125	34	5	50
7.มาเลเซีย	55	0	138	215	154	54	71	96	40
8.สิงคโปร์	4	0	0	0	0	0	0	8	24
9.ฮ่องกง	425	524	882	1,762	8,419	6,351	8,748	747	0
10.อื่นๆ	5	24	0	0	0	24	0	14	48
รวม	29,884	23,842	25,004	22,153	33,592	28,507	37,319	36,365	45,098

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

**2.2 การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.
2534-2542**

จากตารางที่ 2-24 ในปี พ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 จากประเทศต่างๆเป็นมูลค่า 27,355 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37 ของการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งทั้งหมด โดยในปีพ.ศ.2542 มูลค่าการนำเข้าลดลง 908 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-24) ส่วนปีที่ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 เป็นมูลค่าสูงสุดได้แก่ปีพ.ศ.2539 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 31,789 ล้านบาท แต่เมื่อดูจากแนวโน้มการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งประเภทนี้ของญี่ปุ่นแล้วนับได้ว่ามีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอนในช่วงปีพ.ศ.2534-2542

ในปีพ.ศ.2542 การนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 ของญี่ปุ่นประเทศไทย นับเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด จากเดิมในปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 8,436 ล้านบาทซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 31.90 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปีพ.ศ.2542 เป็น 8,451 ล้านบาทแต่ส่วนแบ่งการตลาดกลับลดลงเหลือร้อยละ 30.89 แต่ลดลงไม่มากนักทำให้ไทยยังคงเป็น

ตารางที่ 2-24 มูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 จากต่างประเทศของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.ไทย	8,436	31.90	7,373	30.19	7,592	30.53	7,596	30.38	8,608	32.43	8,571	26.96	11,298	28.44	7,957	29.78	8,451	30.89
2.อาร์เจนติน่า	4,223	15.97	6,571	26.90	6,249	25.13	4,783	19.13	5,469	20.60	4,343	13.66	6,746	16.98	4,867	18.21	5,730	20.95
3.จีน	1,439	5.44	2,096	8.58	2,326	9.35	3,437	13.75	3,346	12.60	5,053	15.90	7,211	18.15	4,800	17.96	4,704	17.20
4.เกาหลีใต้	7,504	28.38	5,494	22.49	6,116	24.59	6,120	24.48	5,360	20.19	5,199	16.35	5,139	12.94	3,626	13.57	2,755	10.07
5.ชิลี	57	0.21	128	0.52	309	1.24	165	0.66	1,140	4.29	2,084	6.56	2,850	7.17	2,720	10.18	2,310	8.44
6.เวียดนาม	26	0.10	188	0.77	125	0.50	173	0.69	247	0.93	440	1.38	681	1.71	654	2.45	528	1.93
7.เปรู	116	0.44	229	0.94	307	1.23	153	0.61	176	0.66	192	0.60	406	1.02	388	1.45	523	1.91
8.นอร์เวย์	225	0.85	54	0.22	97	0.39	27	0.11	92	0.34	116	0.36	68	0.17	312	1.17	476	1.74
9.สหรัฐอเมริกา	1,650	6.24	80	0.33	100	0.40	499	2.00	453	1.71	319	1.00	652	1.64	222	0.83	407	1.49
10.อื่นๆ	2,770	10.47	2,211	9.05	1,646	6.62	2,050	8.20	1,654	6.23	5,471	17.21	4,672	11.76	1,174	4.39	1,471	5.38
รวม	26,447	100.00	24,426	100.00	24,868	100.00	25,004	100.00	26,545	100.00	31,789	100.00	39,723	100.00	26,720	100.00	27,355	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ. 2542 ได้แก่ อาร์เจนติน่า จีน เกาหลีใต้ ชิลี เวียดนาม เปรู นอร์เวย์ สหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 20.95 , 17.20 , 10.07 , 8.44 , 1.93 , 1.91 , 1.74 , 1.49 และ 5.38 ตามลำดับ จากการคำนวณตารางที่ 2-24 พบว่าในปี พ.ศ.2542 จีนมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 มากที่สุดถึงร้อยละ 11.75 เช่นเดียวกับ ชิลี อาร์เจนติน่า เวียดนาม เปรูและนอร์เวย์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ร้อยละ 8.23 , 4.98 , 1.83 1.47 และ 0.89 ตามลำดับ

ส่วนเกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกาและไทย ล้วนมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเท่ากับ 18.30 , 4.75 และ 1.00 ตามลำดับโดยเฉพาะเกาหลีใต้ที่ส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากที่สุดทำให้จากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 2 ในปี พ.ศ.2534 อันดับส่วนแบ่งการตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 4 ในปีพ.ศ.2542 ส่วนสหรัฐอเมริกาอันดับส่วนแบ่งการตลาดลดลงจากอันดับที่ 4 ปีพ.ศ.2534 เหลือเพียงอันดับที่ 10 ในปีพ.ศ.2542 จะสังเกตได้ว่าประเทศไทยแม้มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงแต่ก็ลดลงไม่มากนักทำให้ไทยยังคงรักษาตำแหน่งประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดไว้ได้ ส่วนการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10.47 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือร้อยละ 5.38 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้าลดลงซึ่งต่างจากเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-095 ที่การกระจายของประเทศผู้นำเข้าเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 ส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 3 ประเทศหลักได้แก่ ไทย อาร์เจนติน่าและจีน จะสังเกตได้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งมายังญี่ปุ่นกลับมีการส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 มายังญี่ปุ่นน้อยมาก

จากตารางที่ 2-25 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งชนิดนี้ของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอนเช่นเดียวกัน โดยในปีพ.ศ.2542 ญี่ปุ่นนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 เป็นปริมาณ 88,309 ตัน เพิ่มขึ้น 30,096 ตัน จากปี พ.ศ.2534 ที่นำเข้า 58,213 ตัน (คำนวณจากตารางที่ 2-25) ส่วนปีที่ญี่ปุ่นมีการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 ในปริมาณมากที่สุดได้แก่ปีพ.ศ.2540 มีปริมาณนำเข้าเท่ากับ 103,007 ตัน และเมื่อดูปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 จากประเทศต่างๆของญี่ปุ่นพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 มายังญี่ปุ่นเป็นปริมาณมากที่สุดได้แก่ประเทศไทยเป็นปริมาณถึง 34,358 ตัน รองลงมาได้แก่ อาร์เจนติน่า จีน ชิลี เกาหลีใต้ เปรู สหรัฐอเมริกา เวียดนาม นอร์เวย์และ

ประเทศอื่นๆที่ส่งออกเป็นปริมาณ 22,356 , 10,014 , 8,200 , 4,048 , 1,705 , 1,585 , 1,467 , 910 และ 6,161 ตันตามลำดับ

**ตารางที่ 2-25 ปริมาณการนำเข้าเนื้อปลาอื่นๆแช่แข็งในรหัส HS.0304.90-099 จากต่างประเทศ
ของญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ.2534-2542**

ปริมาณ : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.ไทย	21,292	21,380	25,553	26,945	32,644	28,433	35,190	32,329	34,358
2.อาร์เจนติน่า	10,667	15,653	28,190	22,395	21,502	19,905	23,201	21,107	22,356
3.จีน	3,119	4,631	5,628	8,032	8,440	10,525	13,007	8,994	10,014
4.ชิลี	122	324	1,826	346	4,527	7,937	8,469	9,736	8,200
5.เกาหลีใต้	9,651	7,940	9,105	8,934	8,175	6,782	6,077	5,517	4,048
6.เปรู	313	629	958	532	698	618	1,122	981	1,705
7.สหรัฐอเมริกา	5,131	291	368	2,433	2,169	1,632	2,935	1,152	1,585
8.เวียดนาม	105	611	474	636	795	1,266	1,695	1,301	1,467
9.นอร์เวย์	99	25	66	48	205	207	139	392	910
10.อื่นๆ	7,713	4,684	4,449	5,515	3,524	9,768	11,172	2,640	6,043
รวม	58,213	56,168	76,617	75,816	82,679	87,073	103,007	84,149	88,309

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

2.2.2 โครงสร้างการตลาดปุ๋ยของไทย

ก. ตลาดส่งออกปุ๋ยประทังที่สำคัญของไทย

จากตารางที่ 2-26 พบว่ามูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยในช่วงปี พ.ศ.2534-2539 เพิ่มขึ้น ลดลงไม่แน่นอนแต่หลังจากปี พ.ศ.2539 เป็นต้นมามูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนมีมูลค่า 2,460.33 ล้านบาทในปี พ.ศ.2542 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพียง 1,174.41 ล้านบาทถึง 1,283.92 ล้านบาท และเมื่อดูจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยพบว่าปีที่มูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 ได้แก่ปี พ.ศ.2541 เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในปีพ.ศ.2540 ปีที่มูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดรองลงมาได้แก่ปี พ.ศ.2540 เนื่องมาจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดฝรั่งเศสซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สอง ส่วนปีที่มูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดได้แก่ปี พ.ศ.2536 เนื่องมาจากการลดลงของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหราชอาณาจักรซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สี่ในปี พ.ศ.2535 ตามลำดับ และปีที่มูลค่าการส่งออกปุ๋ยประทังของไทยมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดรองลงมาได้แก่ปี พ.ศ.2537 เนื่องมาจากการลดลงของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับที่สองและอันดับที่หนึ่งในปี พ.ศ.2536 ตามลำดับ

ในปีพ.ศ.2542 ตลาดส่งออกปุ๋ยประทังของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเพิ่งกลายมาเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในช่วงปี พ.ศ.2540-2542 โดยในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 1,459.92 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 59.34 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพียง 228.59 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 19.43 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ถึง 1,231.33 ล้านบาทหรือมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็น 5.4 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-26)

ตารางที่ 2-26 มูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยไปยังตลาดที่สำคัญและตลาดโลกตั้งแต่ปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.สหรัฐอเมริกา	228.59	19.43	221.50	16.56	245.69	21.35	184.88	18.64	206.29	15.53	224.28	21.91	464.69	32.52	1,518.34	63.21	1,459.92	59.34
2.ฝรั่งเศส	190.99	16.24	229.20	17.14	206.92	17.98	253.13	25.51	361.01	27.18	246.06	24.04	372.28	26.05	216.98	9.03	273.05	11.10
3.ญี่ปุ่น	248.45	21.12	477.73	35.72	313.92	27.28	138.92	14.00	256.76	19.33	210.05	20.52	247.26	17.30	231.72	9.65	241.46	9.81
4.เบลเยียม	52.16	4.43	50.01	3.74	39.17	3.40	60.69	6.12	54.51	4.10	19.80	1.93	14.96	1.05	27.10	1.13	125.04	5.08
5.แคนาดา	156.83	13.33	90.38	6.76	107.31	9.32	117.94	11.89	134.43	10.12	56.72	5.54	86.66	6.06	101.01	4.21	115.21	4.68
6.สหราชอาณาจักร	87.90	7.47	109.09	8.16	68.92	5.99	71.03	7.16	109.38	8.23	76.04	7.43	89.87	6.29	114.78	4.78	94.52	3.84
7.ออสเตรเลีย	23.59	2.01	23.27	1.74	31.74	2.76	33.96	3.42	24.12	1.82	34.33	3.35	37.80	2.65	35.30	1.47	47.90	1.95
8.อิตาลี	32.71	2.78	21.70	1.62	23.29	2.02	21.33	2.15	21.11	1.59	18.40	1.80	21.04	1.47	25.07	1.04	20.58	0.84
9.สวีเดน	30.19	2.57	14.98	1.12	20.76	1.80	16.02	1.61	22.96	1.73	18.38	1.80	10.15	0.71	20.05	0.83	19.89	0.81
10.เนเธอร์แลนด์	52.42	4.46	36.26	2.71	51.15	4.44	24.74	2.49	56.05	4.22	45.72	4.47	46.63	3.26	42.01	1.75	9.62	0.39
11.อื่นๆ	72.58	6.17	284.67	21.29	41.94	3.64	69.45	7.00	81.58	6.14	73.67	7.20	37.71	2.64	69.62	2.90	53.12	2.16
รวม	1,176.41	100.00	1,337.28	100.00	1,150.81	100.00	992.10	100.00	1,328.19	100.00	1,023.44	100.00	1,429.04	100.00	2,401.97	100.00	2,460.33	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

และเมื่อดูการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาจากตารางที่ 2-26 พบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงปี พ.ศ.2540 และปี พ.ศ. 2541 เนื่องจากมีการย้ายฐานการผลิตปุ๋ยป้องกันจากสหรัฐอเมริกามายังประเทศไทยเพื่อผลิตและส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาประกอบกับการลดค่าเงินบาทของไทย

ส่วนตลาดส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงรองลงมาจากตลาดสหรัฐอเมริกาได้แก่ ตลาดฝรั่งเศสและตลาดญี่ปุ่น ฝรั่งเศสเคยเป็นประเทศผู้นำเข้าปุ๋ยป้องกันจากไทยเป็นมูลค่าสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2537-2539 โดยในปี พ.ศ.2542 มีมูลค่าการส่งออก 273.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 190.99 ล้านบาทเพียง 82.06 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นเพียง 0.43 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-26) และสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยไปยังตลาดฝรั่งเศสเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดลดลงจากร้อยละ 16.24 ในปี พ.ศ.2534 เหลือร้อยละ 11.10 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดฝรั่งเศสที่ลดลง และเมื่อดูจากอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยจากตารางที่ 4-6 พบว่ามูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวสูงสุดเท่ากับร้อยละ 51.30 ในปี พ.ศ.2540 แต่ในปีถัดมามีมูลค่าการส่งออกกลับมีอัตราการขยายตัวลดลงมากถึงร้อยละ 41.72 และในช่วงปี พ.ศ.2535-2539มูลค่าการส่งออกก็มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอน ส่วนญี่ปุ่นเคยเป็นประเทศผู้นำเข้าปุ๋ยป้องกันจากไทยเป็นมูลค่าสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2534-2536 โดยในปี พ.ศ.2542 มีมูลค่าการส่งออก 241.46 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 248.45 ล้านบาทเพียง 6.99 ล้านบาท(คำนวณจากตารางที่ 2-26) และสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดลดลงจากร้อยละ 21.12 ในปี พ.ศ.2534 เหลือเพียงร้อยละ 9.81 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดญี่ปุ่นที่ลดลงเช่นเดียวกับตลาดฝรั่งเศส และเมื่อดูการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยจากตารางที่ 2-26 พบว่าในปี พ.ศ.2535 เป็นปีที่มีมูลค่าการส่งออกปุ๋ยป้องกันของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นสูงที่สุด แต่หลังจากนั้นมูลค่าการส่งออกกลับมีแนวโน้มลดลง

ส่วนในตลาดอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น เช่น ตลาดเบลเยียม แคนาดา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย อิตาลี สวีเดน และเนเธอร์แลนด์ จากตารางที่ 4-1 พบว่ามีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.2542 คิดเป็นร้อยละ 5.08 4.68 3.84 1.95 0.84 0.81 และ 0.39 ตามลำดับ ซึ่งตลาดที่มีสัดส่วนในมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 มีเพียงตลาดเบลเยียมเท่านั้น จากตารางที่ 2-26 จะเห็นได้ว่าตลาดเบลเยียมเป็นตลาดที่มีแนวโน้มดีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

มา นอกจากตลาดเบลเยียมแล้วจะสังเกตได้ว่าตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรปได้แก่ สหราชอาณาจักร สวีเดน มีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกไม่สูงนักและมีมูลค่าการส่งออกยังเพิ่มขึ้นและลดลงไม่แน่นอนในแต่ละปี ส่วนอิตาลีและเนเธอร์แลนด์กลับมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยลดลง ดังนั้นตลาดสหภาพยุโรปประเทศเบลเยียมเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีแนวโน้มดีแต่อาจจะมีอัตราการขยายตัวคงที่หรืออาจจะลดลงในอีกต่อไปเนื่องจากมูลค่าการส่งออกยังมีทิศทางที่ไม่แน่นอน นอกจากตลาดในสหภาพยุโรปแล้วยังตลาดที่สำคัญอื่นๆได้แก่ แคนาดาและออสเตรเลียซึ่งมูลค่าการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่จะเห็นได้ว่าแม้ตลาดแคนาดาจะมีมูลค่าการส่งออกมากกว่าแต่โดยเฉลี่ยแล้วการขยายตัวของตลาดออสเตรียมีสูงกว่าและยังเป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่ดีอีกตลาดหนึ่ง

จากการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปีพ.ศ.2540-2542 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าปูกระป๋องจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากจนกลายเป็นตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ดังนั้นในส่วนต่อไปจึงได้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดของปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ข. โครงสร้างการตลาดของปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

1. สภาพทั่วไป

ในตลาดสหรัฐอเมริกาแม้จะมีการผลิตปูกระป๋องแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ทำให้ต้องมีการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศอาเซียนเข้ามาชดเชย มีหลักฐานปรากฏชัดเจนว่าการที่ส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมการผลิตปูกระป๋องในสหรัฐอเมริกาลดลง เนื่องมาจากปูที่จับได้ในประเทศมีปริมาณลดลงไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการภายในประเทศได้เพราะสภาพแวดล้อมของอ่าวซีซาพีค (Chesapeake) ที่เสื่อมโทรมลง และการยกเลิกใบอนุญาตผู้ประกอบการผลิตเนื้อปูกระป๋องในรัฐเวอร์จิเนียจนเป็นผลให้บริษัทผลิตปูกระป๋องของสหรัฐอเมริการายใหญ่คือ บริษัทฟิลลิปส์ ฟู้ดส์ และบริษัทเบิร์ต อินเตอร์เนชั่นแนล ต้องขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศซึ่งมีวัตถุดิบมากกว่าแล้วส่งสินค้ากลับสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะบริษัท ฟิลลิปส์ ฟู้ดส์ ที่มีสาขาทั้งในประเทศ อินโดนีเซีย อินเดีย และหลายประเทศในแอฟริกา รวมถึงประเทศไทยด้วย

ปุ๋ยที่จำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิดคือปุ๋ยป้องกันพาสเจอร์ไรส์ซึ่งมีราคาขายประมาณ 14 ดอลลาร์สหรัฐต่อโลกกรัมนิยมบรรจุในกระป๋องขนาดใหญ่ประมาณ 1 ปอนด์ขึ้นไปเพื่อส่งขายให้กับภัตตาคารและร้านอาหารในสหรัฐอเมริกา ปุ๋ยป้องกันชนิดหนึ่งคือปุ๋ยป้องกันสเตอริไรส์ซึ่งมีราคาขายประมาณ 8 ดอลลาร์สหรัฐต่อโลกกรัมบรรจุในกระป๋องขนาดเล็ก 6.5 ออนซ์ (Retail Pack) มีวางขายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต สาเหตุที่ปุ๋ยป้องกันพาสเจอร์ไรส์มีราคาสูงกว่าปุ๋ยป้องกันสเตอริไรส์เนื่องมาจากวัตถุดิบคือปุ๋ยที่ใช้ในการผลิตปุ๋ยป้องกันพาสเจอร์ไรส์ต้องใช้ปุ๋ยที่ยังมีชีวิตอยู่หรือตายไม่นานซึ่งมีราคาสูงมาก ปุ๋ยที่จำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกาสามารถแบ่งเกรดได้เป็น 3 ประเภท³⁴ ดังนี้

1. เกรด Fancy (เกรด A) เป็นเนื้อปุ๋ยก้อน (Chunk) ส่วนระยาง เนื้อขาวส่วนของลำตัวร้อยละ 35 เนื้อขาและก้ามร้อยละ 25
2. เกรด Choice (เกรด B) เป็นเนื้อปุ๋ยก้อน (Chunk) ร้อยละ 10 เนื้อขาวร้อยละ 75 และเนื้อขาร้อยละ 15
3. เกรด Standard (เกรด C) เป็นเนื้อขาวก้อนร้อยละ 50 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50 เป็นเนื้อรวมที่เรียกว่า Bodymeat

สำหรับเกรด A B C นิยมใช้ในตลาดยุโรป

สำหรับการบริโภคปุ๋ยป้องกันจากการศึกษาวิจัยตลาดการบริโภคอาหารทะเลในสหรัฐอเมริกา โดยศูนย์พาณิชย์กรรมลอสแอนเจลิสพบว่าผู้บริโภคที่บริโภคอาหารทะเลอย่างสม่ำเสมอนอกจากพวกที่มีรายได้สูงแล้วยังรวมไปถึงกลุ่มคนที่มีเชื้อสายเอเชียและ Hispania³⁵ ซึ่งกลุ่มคนทั้ง 2 เชื้อชาตินี้คุ้นเคยกับการบริโภคอาหารทะเลและรู้จักวิธีการปรุงแต่งอาหารทะเลเพื่อการบริโภค การเติบโตของตลาดอาหารทะเลในสหรัฐอเมริกาสวนหนึ่งก็เป็นผลเนื่องมาจากการบริโภคอาหารทะเลของคน 2 เชื้อชาตินี้เช่นกัน และนับวันจำนวนประชากรสหรัฐที่มีเชื้อสายเอเชีย และ Hispania จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีอัตราการเกิดสูงในขณะที่อัตราการเกิดต่อปีของกลุ่มชนผิวขาวมีจำนวนคงที่หรือลดลง แต่

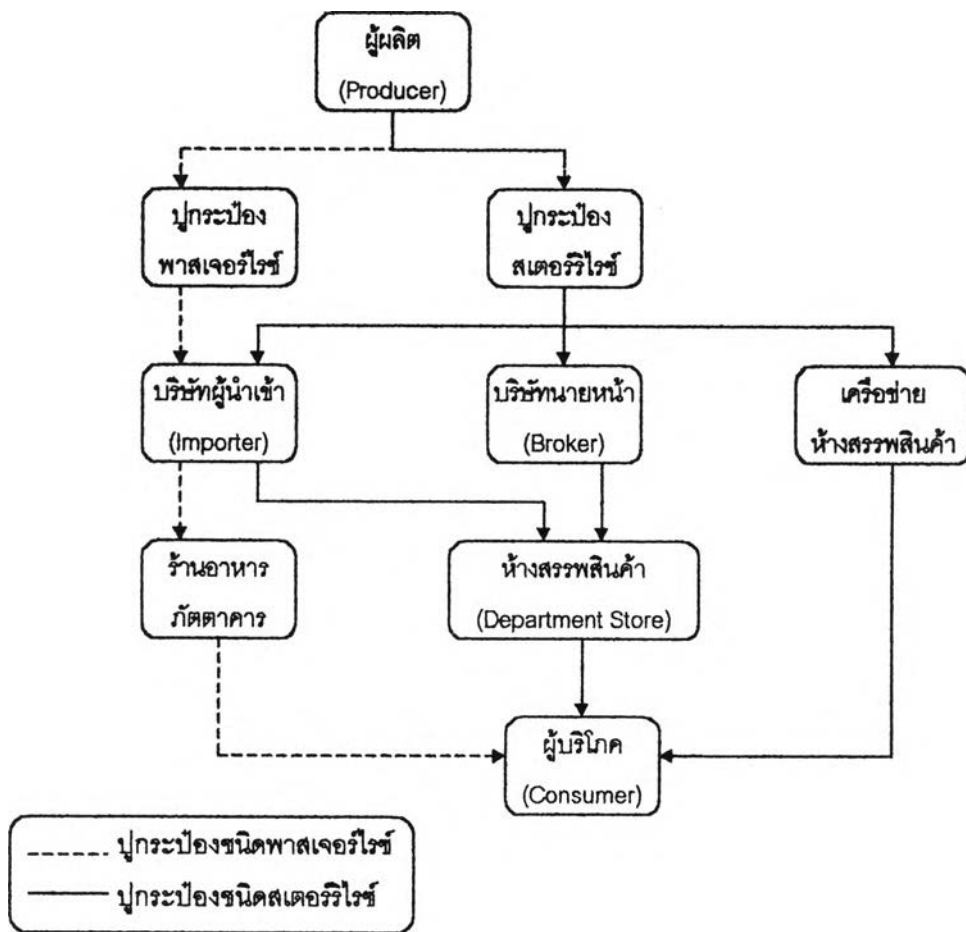
³⁴ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ฝ่ายวิจัยและพัฒนา. แนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยและดูทางการค้าในตลาดโลก (กรุงเทพมหานคร : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , 2532) , หน้า 3

³⁵ คนอเมริกันที่สืบเชื้อสายมาจากละตินอเมริกา

สำหรับการบริโภคซึ่งถือเป็นสัตว์ในตระกูล Crustacean มักจะมีการบริโภคกันในโอกาสพิเศษหรือทำให้อาหารให้ดูเหมือนเป็นโอกาสพิเศษ³⁶

2. ช่องทางการกระจายสินค้าปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

แผนภูมิที่ 2-2 ช่องทางการกระจายสินค้าปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา



ที่มา : มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคณะ, โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋องในตลาดต่างประเทศในระยะ 5 ปีข้างหน้า (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2538), หน้า 247

จากรูปที่ 2-2 จะเห็นได้ว่าช่องทางการกระจายสินค้าปูกระป๋องชนิดสเตอริไรซ์ของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามี 3 ช่องทางดังนี้

³⁶ ศูนย์พาณิชย์กรมลวดและงานเจดิส, การบริโภคอาหารทะเลในสหรัฐอเมริกา (กรุงเทพมหานคร: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2535), หน้า 6

- 1) การนำเข้าโดยบริษัทนายหน้าซึ่งใช้ตราสินค้าของผู้ส่งออกของไทยเอง ปุกระป๋องประเภทนี้เป็นปุกระป๋องที่มีคุณภาพต่ำจึงขายในราคาถูกเนื่องจากไม่สามารถแข่งกับปุกระป๋องคุณภาพปานกลางและคุณภาพสูงที่ใช้ตราสินค้าของสหรัฐอเมริกาได้
- 2) ปุกระป๋องชนิดสเตอริไรซ์ของไทยส่วนใหญ่นำเข้าโดยผู้นำเข้า(Importer)ซึ่งใช้ตราสินค้าของผู้นำเข้าเองและจะส่งต่อไปยังห้างสรรพสินค้าต่างๆ โดยทั่วไปปุกระป๋องที่นำเข้าโดยผู้นำเข้าจะเป็นปุกระป๋องที่มีคุณภาพปานกลาง
- 3) การนำเข้าโดยเครือข่ายห้างสรรพสินค้าโดยจะส่งต่อไปยังห้างสรรพสินค้าอื่นๆและส่วนหนึ่งขายให้ผู้บริโภค โดยทั่วไปปุกระป๋องที่นำเข้าโดยเครือข่ายห้างสรรพสินค้าจะเป็นปุกระป๋องที่มีคุณภาพปานกลาง

สำหรับปุกระป๋องชนิดพาสเจอร์ไรซ์ของไทยส่วนใหญ่ผลิตโดยบริษัทผลิตปุกระป๋องของสหรัฐอเมริกาเองที่มาตั้งโรงงานผลิตในประเทศไทย คือ บริษัท ฟิลลิปส์ ฟู้ดส์ และมีบริษัทของไทยที่ผลิตปุกระป๋องแบบพาสเจอร์ไรซ์ส่งออกมายังสหรัฐอเมริกามีเพียงบริษัทเดียวคือ บริษัทปากพวงห้องเย็น จำกัด (มหาชน) ดังนั้นปุกระป๋องชนิดพาสเจอร์ไรซ์จึงถูกนำเข้าโดยผู้นำเข้าซึ่งก็คือบริษัทจัดจำหน่ายของบริษัทฟิลลิปส์ ฟู้ดส์เพื่อจัดจำหน่ายไปยังโรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหารต่างๆ

3. มาตรการและกฎระเบียบการนำเข้าเนื้อปุกระป๋องของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีมาตรการเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าอาหารมากมาย สำหรับมาตรการเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าปุกระป๋องของสหรัฐอเมริกาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ มาตรการทางด้านภาษี (Tariff Measures) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures)

มาตรการทางด้านภาษี (Tariff Measures)

สหรัฐอเมริกาไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าเนื้อปุกระป๋องทุกชนิดจากทุกประเทศยกเว้นเพียงประเทศ อัฟกานิสถาน ลาว เวียดนาม คิวบา และเกาหลีเหนือ ที่สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บภาษีนำเข้าเนื้อปุกระป๋องจากประเทศดังกล่าวในอัตราร้อยละ 22.5

มาตรการที่มีไม่ภาษี (Non-Tariff Measure)

การนำเข้าปุกระบองซึ่งเป็นสินค้าอาหารทะเลชนิดหนึ่งของสหรัฐอเมริกามีมาตรการที่มีไม่ภาษีสำคัญที่เกี่ยวข้อง 4 มาตรการได้แก่

1. มาตรการที่ใช้การควบคุมทางด้านสุขอนามัย

การนำเข้าสินค้าอาหารทุกชนิดของสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบขององค์การอาหารและยา (Food and Drug Administration) ที่อยู่ในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข (U.S. Department of Health and Human Service) ของสหรัฐอเมริกา มีหน้าที่ควบคุมความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของอาหารนำเข้าทุกชนิด ยกเว้นเนื้อสัตว์และสัตว์ปีก โดยอาศัยอำนาจภายใต้กฎหมายที่สำคัญ 3 ฉบับ นอกจากนี้ปุกระบองซึ่งถือเป็นอาหารทะเลชนิดหนึ่งก็ต้องเป็นไปตามกฎข้อบังคับของ National Marine Fisheries Service ของ National Oceanic and Atmosphere Administration , U.S. Department of Commerce อีกด้วยโดยมีกฎระเบียบสำคัญที่ใช้ในการควบคุมสุขอนามัยสินค้าอาหารทุกชนิดดังนี้

1.1. ระเบียบมาตรฐานสำหรับหลักการปฏิบัติที่ดีของโรงงาน Current Good Manufacturing Practice (GMPs ; 21 CFR part 110) กำหนดเกณฑ์มาตรฐานสำหรับหลักการปฏิบัติที่ดีของโรงงานในการผลิตสินค้าอาหารต่างๆไม่ว่าจะเป็น การควบคุมความสะอาดด้านต่างๆ ระบบสุขอนามัยของกระบวนการผลิต ระบบสุขาภิบาลและการควบคุมกระบวนการผลิต การเก็บรักษาการจำหน่ายและการขนส่งสินค้าอาหาร ฯลฯ

1.2. ระเบียบเกี่ยวกับสีผสมอาหาร (Color Additives , 21 CFR part 70) กำหนดชนิดของสีผสมอาหารที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

1.3. ระเบียบเกี่ยวกับส่วนผสมอาหาร (Food Additives , 21 CFR part 170) กำหนดส่วนผสมของอาหารที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค (Generally Regarded as Safe , GRAS Substances)

1.4. ระเบียบการปิดฉลากสินค้าอาหาร (Food Labelling , 21 CFR part 101) กำหนดรายละเอียดการปิดฉลาก รวมทั้งการแสดงคุณค่าทางโภชนาการของสินค้าอาหารต่างๆ

นอกจากจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ควบคุมสินค้าอาหารโดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบซึ่งถือเป็นอาหารทะเลกระป๋องยังต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบเฉพาะดังนี้

- ระเบียบ Low-Acid Canned Food (21 CFR part 108 , 113 และ 114) กำหนดสินค้าอาหารทะเลกระป๋องซึ่งเป็นอาหารกระป๋องที่มีกรดต่ำ (Low -Acid Canned Food)³⁷ กำหนดให้ผู้ผลิตทั้งที่ผลิตภายในประเทศและที่จะส่งออกมายังสหรัฐอเมริกาจะต้องขอขึ้นทะเบียนโรงงานและผลิตภัณฑ์ให้กับ FDA โดยใช้แบบฟอร์ม FD 2541 ถ้าเป็นโรงงานใหม่จะต้องขอขึ้นทะเบียนภายใน 10 วัน หลังจากที่ทำ การผลิต รายงานเอกสารเกี่ยวกับกระบวนการผลิตจะต้องส่งให้ FDA ภายใน 60 วันหลังจากขึ้นทะเบียน โรงงานหากฝ่าฝืนหรือละเมิด โรงงานจะถูกดำเนินการตามกฎหมายหรือสินค้าอาหารนำเข้านั้นจะต้องถูก กักกัน

- ระเบียบวิเคราะห์ขั้นตอนการผลิตที่อาจก่อให้เกิดอันตรายสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทุก ชนิด (Hazard Analysis Critical Control Point : HACCP ; 21 CFR part 123) กำหนดให้ผู้ผลิตสินค้า อาหารทะเลทุกชนิดจะต้องจัดทำแผน HACCP เพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดแก่ผู้บริโภค สำหรับโรงงานที่ ทำการผลิตอาหารทะเลกระป๋องในปี พ.ศ.2540 ต้องปฏิบัติในเรื่อง HACCP ซึ่งจะต้องมีการควบคุมและ ตรวจสอบอย่างระมัดระวังในกระบวนการผลิต ณ จุดวิกฤติและในการตรวจสอบโรงงานเจ้าหน้าที่จะ ตรวจสอบเรื่องสุขาภิบาลโรงงานอย่างเข้มงวด

- ระเบียบระดับความปลอดภัยของสารเคมีที่เป็นอันตราย (Tolerance Limit , 21 CFR part 109) กำหนดระดับการปนเปื้อนของโลหะและสารเคมีต่างๆที่อาจตกค้างในอาหารทะเล หากพบว่ามี การ ละเมิดอาหารทะเลดังกล่าวก็จะถูกกักกันโดยอัตโนมัติ

³⁷ คือ อาหารที่ถูกบรรจุในกระป๋องที่มีค่าความเป็นกรดต่ำ(ค่า PH) มากกว่า 4.6 และมีกิจกรรมของน้ำที่สูงกว่า 0.85

2.มาตรการตรวจสอบสินค้าอาหารที่นำเข้าสู่สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีกฎระเบียบควบคุมสินค้าอาหารการนำเข้าอาหารจะต้องผ่านการตรวจสอบสหรัฐอเมริกาขององค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (FDA) และ กระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกา (USDA) ประสานกับกรมศุลกากรสหรัฐอเมริกา ณ ด่านนำเข้าสินค้า ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) กรมศุลกากรจะแจ้งให้องค์การอาหารและยา (FDA) ทราบเพื่อพิจารณาว่าจะให้ศุลกากรปล่อยสินค้านั้นหรือไม่ ในทางปฏิบัติ FDA มีขั้นตอนการตรวจสอบ 2 ลักษณะคือ การตรวจสอบเอกสาร (Documentation) และการตรวจสอบโดยการสุ่มตัวอย่าง (Physical Examination)

3.มาตรการกักกันสินค้าอาหารของสหรัฐอเมริกา

ในการนำเข้าสินค้าอาหาร สหรัฐอเมริกาจะดำเนินการตรวจสอบการนำเข้าและหากพิจารณาเห็นว่าจำเป็นก็จะดำเนินการสุ่มตัวอย่างสินค้ามาตรวจสอบ หากผลการตรวจสอบไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นไปตามกฎระเบียบมาตรฐานที่กำหนดสินค้านั้นก็จะถูกกักกัน สำหรับสินค้าที่ถูกกักกัน ณ ด่านตรวจองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (FDA) จะทำบัญชีรายชื่อที่เรียกว่า "Detention List" ซึ่งระบุประเทศผู้ผลิต บริษัทผู้ผลิต ประเภทและปริมาณสินค้าที่ถูกกักกันและสาเหตุของการกักกันซึ่งพิมพ์เป็นประจำทุกเดือน ซึ่งหากสินค้าใดที่ถูกกักกันเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลาที่กำหนดสินค้านั้นก็จะถูกกักกันโดยอัตโนมัติ (Automatic Detention)

จากข้อมูลขององค์การอาหารและยาสหรัฐอเมริกา (FDA)³⁸ พบว่าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2542 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2543 พบว่าปูกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย ถูกกักกันโดยอัตโนมัติมากที่สุดเท่ากับ 15 ครั้งโดยมีสาเหตุสำคัญมาจากมีสิ่งแปลกปลอมตกค้าง (Filthy) ถึง 14 ครั้ง และพบเชื้อจุลินทรีย์ซาลโมเนลลา (Salmonella) 1 ครั้ง รองลงมาได้แก่ปูกระป๋องที่นำเข้าจากประเทศไทยไทยถูกกักกันโดยอัตโนมัติทั้งสิ้น 11 ครั้ง โดยมีสาเหตุหลักมาจากมีสิ่งแปลกปลอมตกค้าง (Filthy) เช่น ขนสัตว์ เส้นผม แมลง ฯลฯ 10 ครั้ง การกักกันอีก 1 ครั้งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ประกอบการยังไม่ได้ลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำ (Needs FCE) และผู้ประกอบการ

³⁸ ข้อมูลจากเว็บไซต์ขององค์การอาหารและยาสหรัฐอเมริกา <http://www.fda.gov>

ไม่ได้แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิต(No Process) มาเลเซียถูกกักกัน 8 ครั้ง โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากมีสิ่งแปลกปลอมตกค้างและปูกระป๋องจากประเทศญี่ปุ่นถูกกักกัน 2 ครั้งจากสาเหตุมาจากผู้ประกอบการไม่ได้แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิต(No Process)

4. กฎหมายการค้ามาตรา 201 ของสหรัฐอเมริกา

มาตรา 201 ภายใต้รัฐบัญญัติการค้าในปี ค.ศ.1794 ของสหรัฐอเมริกาถูกบัญญัติขึ้นตามมาตรา 19 ของความตกลง GATT 1974³⁹ เพื่อช่วยบรรเทาความเสียหายชั่วคราวให้แก่อุตสาหกรรมภายในประเทศสหรัฐอเมริกาจากการที่มีสินค้านำเข้าเพิ่มขึ้นมาก

ผลกระทบของมาตรา 201 ต่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเริ่มขึ้นในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2542 เมื่อกลุ่มผู้ผลิตเนื้อปูในมลรัฐแมริแลนด์ (Maryland) ได้ยื่นคำร้องต่อ (International Trade Commission : ITC) ขอให้ใช้มาตรการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศที่ได้รับ ความเสียหายจากการนำเข้าเนื้อปูว่ายน้ำ (Swimming Crabs) แซ่เย็นแซ่แข็งชนิดพาสเจอร์ไรซ์ ที่อาศัยอยู่ในน้ำจืดเท่านั้นส่วนเนื้อปูน้ำเย็น เช่น King Crab , Snow Crabs และ Walking Crabs ไม่ถูกกล่าวหาโดยกลุ่มผู้ผลิตเนื้อปูในสหรัฐฯ ให้เหตุผลว่าปูที่อาศัยอยู่ในเขตน้ำจืดและน้ำเย็นเป็นปูต่างชนิดกันและมีวัตถุประสงค์ในการใช้ต่างกัน ภายใต้มาตรา 201 ของกฎหมายการค้าสหรัฐฯ คำร้องดังกล่าวให้กำหนดโควตาการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องจากต่างประเทศโดยมุ่งไปที่ประเทศผู้ส่งออกเนื้อปูจากประเทศไทย , มาเลเซีย , อินโดนีเซีย , ฟิลิปปินส์ , เวเนซุเอล่าและเม็กซิโก ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกเนื้อปูไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 เป็นต้นมา เฉพาะประเทศไทยจากสถิตินำเข้าเนื้อปูกระป๋องจากศุลกากรสหรัฐอเมริการะบุว่าไทยส่งออกเนื้อปูกระป๋องมายังสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 1,618 ตันในปี พ.ศ.2540 เป็น 3,871 ตันในปี พ.ศ.2541 หรือเพิ่มขึ้นถึง 2.4 เท่าและนอกเหนือจากมลรัฐแมริแลนด์แล้วยังมีมลรัฐอื่นๆเช่น แท็กซัส(Texas) นอร์ทแคโรไลน่า(North Carolina) อลามาบา(Alabama) และเวอร์จิเนีย (Virginia) มีแนวโน้มจะเรียกร้องให้กีดกันการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องจากต่างประเทศเช่นเดียวกัน

³⁹ มาตรา 19 ของความตกลง GATT 1947 อนุญาตให้ใช้มาตรการปกป้องเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศ โดยมีเงื่อนไขคือ ประเทศผู้นำเข้าจะต้องระบุสินค้าที่มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และพิสูจน์ได้ว่าก่อให้เกิดความเสียหายรุนแรง (Serious Injury) ต่ออุตสาหกรรมในประเทศซึ่งผลิตสินค้าเหมือนกันหรือแข่งขันกับสินค้านำเข้า และความตกลงฯและกำหนดให้ใช้มาตรการโดยไม่เลือกปฏิบัติต่อแหล่งนำเข้าทุกแหล่ง

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อกล่าวหาของกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหมูในสหรัฐอเมริกานั้นก็คือการส่งออกเนื้อหมูจากไทยเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าตัวในระหว่างปีพ.ศ.2540 กับ พ.ศ.2541 ซึ่งเป็นช่วงเวลาคาบเกี่ยวที่กลุ่มผู้ผลิตเนื้อหมูอเมริกากล่าวหาประเทศผู้ส่งออกเนื้อหมูทำให้ประเทศภายในของสหรัฐอเมริกาได้รับความเสียหาย สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปกล่าวว่าตัวเลขการส่งออกเนื้อหมูที่เพิ่มขึ้นในระหว่างปี พ.ศ.2540-2541 เป็นผลมาจากการส่งออกหมูประเภทพาสเจอร์ไรซ์ของบริษัท ฟิลลิปส์ ซีฟู้ด (ประเทศไทย) เนื่องจากระยะเวลาการเข้ามาตั้งโรงงานผลิตหมูที่จังหวัดสงขลาของบริษัท ฟิลลิปส์ ซีฟู้ด เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่กลุ่มผู้ผลิตหมูในอเมริกากล่าวหาการส่งออกเนื้อหมูจากไทยว่าก่อให้เกิดความเสียหายแก่อุตสาหกรรมภายในสหรัฐฯ และสถิติการส่งออกเนื้อหมูของของไทยแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าปริมาณการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ในขณะที่การส่งออกเนื้อหมูไปยังสหภาพยุโรปและตลาดอื่นๆลดลง นั้นหมายความว่าปริมาณการเพิ่มขึ้นของปริมาณเนื้อหมูที่นำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกาจนถึงขั้นทำอันตรายกับอุตสาหกรรมภายในนั้นเป็นผลมาจากการส่งออกเนื้อหมูของบริษัท ฟิลลิปส์ ซีฟู้ด ที่ไปตั้งโรงงานผลิตเนื้อหมูอยู่ในประเทศต่างๆได้แก่ไทย อินโดนีเซีย อินเดีย และประเทศในแอฟริกา สาเหตุที่มีการตั้งโรงงานในต่างประเทศเนื่องจากปริมาณภายในประเทศสหรัฐอเมริกาเองมีปริมาณที่ลดน้อยลงไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศจึงทำให้ต้องแสวงหาแหล่งวัตถุดิบใหม่

ถ้า ITC มีคำสั่งให้ใช้มาตรการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศสหรัฐฯด้วยมาตรา 201 ในกรณีนี้แล้วนับเป็นความไม่เป็นธรรมอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการผลิตหมูของของไทย เนื่องจากว่าสองทศวรรษมาแล้วที่อุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหมูของของไทยได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกประเทศไทยเริ่มจากการผลิตหมูชนิดสเตอริไรซ์ซึ่งมีผู้ประกอบการชาวไทยเป็นผู้บุกเบิกมาตั้งแต่ต้นและมีปริมาณการผลิตค่อนข้างคงที่ตลอดมาประมาณ 6,000-7,000 ตันต่อปี เนื่องด้วยปริมาณของวัตถุดิบเนื้อหมูมีปริมาณที่ค่อนข้างจำกัดแต่หากมีปริมาณเพิ่มขึ้นลดลงบ้างในบางปีก็เนื่องมาจากความแปรปรวนของธรรมชาติที่ไม่แน่นอน ดังนั้นส่วนใหญ่เนื้อหมูของของไทยส่วนใหญ่จึงเป็นหมูชนิดสเตอริไรซ์ไม่ใช่พาสเจอร์ไรซ์ มีเพียงผู้ประกอบการไทยรายเดียวเท่านั้นที่ผลิตหมูชนิดพาสเจอร์ไรซ์คือบริษัทปากพองห้องเย็น จำกัด (มหาชน) แต่เนื้อหมูของของไทยที่ส่งเข้าไปจำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกาทั้งแบบสเตอริไรซ์(สามารถเก็บรักษาในอุณหภูมิห้องได้เป็นเวลา 3 ปีโดยไม่เน่าเสีย) และพาสเจอร์ไรซ์(ต้องเก็บรักษาในห้องเย็นอุณหภูมิไม่เกิน 4 องศาเซลเซียส อายุการเก็บรักษาไม่เกิน 18 เดือน) ล้วนอยู่ในพิภพการส่งออกเดียวกัน คือ 1605 10 0001 (ปรุงแต่งหรือทำให้ไม่เสียหายและบรรจุในภาชนะอัดลม) แม้ว่าจะแตกต่างกันทั้งในกรรมวิธีการผลิต การเก็บรักษาและระยะเวลาในการเก็บก็ตาม

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการผลิตเนื้อปูกระป๋องส่งออกของไทยประเภทสเตอริไรซ์ไม่ได้เป็นผู้ก่อให้เกิดความเสียหายต่ออุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปูในสหรัฐอเมริกา แต่ตัวเลขการส่งออกเนื้อปูกระป๋องที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการส่งออกปูพาสเจอร์ไรซ์ของบริษัท ฟิลลิปส์ ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทของสหรัฐอเมริกาเองที่เข้ามาลงทุนในไทย ดังนั้นชื่อเรียกของของกลุ่มผู้ผลิตเนื้อปูในรัฐแมริแลนด์ที่ใช้มาตรา 201 แห่งกฎหมายการค้าในกรณีนี้จึงเป็นกรณีที่ผู้ฟ้องกับผู้ถูกฟ้องเป็นผู้ผลิตจากประเทศเดียวกัน

4. มูลค่าและปริมาณการนำเข้าปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกา

4.1. การนำเข้าปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

เนื่องจากปูกระป๋องเพื่อการส่งออกของไทยมีรหัสพิกัดศุลกากรตามระบบฮาร์โมนไนซ์ (Harmonized System Code) 10 หลักคือ HS.1605.10-0001 แต่ไม่ได้หมายถึงปูกระป๋องเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมถึงปูที่บรรจุในภาชนะสุญญากาศทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นกระป๋องโลหะ ขวดแก้ว ถุงพลาสติก ฯลฯ รวมทั้งปูแปรรูปทุกชนิดที่จะบรรจุอยู่ในภาชนะสุญญากาศหรือไม่ก็ตาม ดังนั้นสินค้าตามรหัส HS.1605.10-0001 นี้จึงมีชื่ออย่างกว้างๆว่า ปูแปรรูปหรือปูที่เก็บรักษาไว้ไม่ให้เสีย (Prepared or Preserved Crab) แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นปูบรรจุกระป๋องโลหะ

จากตารางที่ 2-27 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 สหรัฐอเมริกานำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปจากประเทศต่างๆเป็นมูลค่าสูงสุดในช่วงปีพ.ศ.2534-2542 โดยมีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 183.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นถึง 115.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-27) จะสังเกตได้ว่ามูลค่าการนำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นเกือบทุกปียกเว้นเพียงปีพ.ศ.2539 ที่มูลค่าการนำเข้าลดลงจากปีพ.ศ.2538

ในการนำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปของสหรัฐอเมริกาแคนาดาเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 36.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือคิดเป็นร้อยละ 54.61 ของมูลค่าการนำเข้าปูกระป๋องและแปรรูปทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 47.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีพ.ศ.2542 หรือคิดเป็นร้อยละ 26.00 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปีพ.ศ.2542 ได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย เม็กซิโก เวเนซุเอล่า ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ มาเลเซีย จีน ซิลิและประเทศ

ตารางที่ 2-27 มูลค่าการนำเข้าปุ๋ยจากต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : พันดอลลาร์

สหรัฐ

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.แคนาดา	36,824	54.61	31,277	51.55	35,892	52.68	38,464	48.73	34,958	40.33	33,119	38.96	45,205	38.53	37,950	26.19	47,576	26.00
2.อินโดนีเซีย	3,277	4.86	4,548	7.50	5,874	8.62	9,145	11.59	14,770	17.04	11,011	12.95	13,146	11.21	21,178	14.62	44,405	24.27
3.ไทย	6,792	10.07	7,952	13.11	8,961	13.15	6,856	8.69	7,852	9.06	8,534	10.04	13,166	11.22	36,987	25.53	37,950	20.74
4.เม็กซิโก	4,233	6.28	3,405	5.61	3,516	5.16	4,946	6.27	11,616	13.40	15,653	18.41	18,236	15.54	16,279	11.24	17,465	9.54
5.เวเนซุเอล่า	5,250	7.79	6,103	10.06	9,292	13.64	8,177	10.36	5,652	6.52	4,807	5.65	13,270	11.31	9,797	6.76	10,130	5.54
6.ฟิลิปปินส์	17	0.03	15	0.02	3	0.00	544	0.69	1,190	1.37	283	0.33	1,491	1.27	6,122	4.23	8,921	4.87
7.เกาหลีใต้	2,442	3.62	1,600	2.64	996	1.46	5,799	7.35	4,188	4.83	4,543	5.34	4,764	4.06	2,454	1.69	4,643	2.54
8.มาเลเซีย	3,751	5.56	2,218	3.66	552	0.81	1,375	1.74	2,097	2.42	2,555	3.01	3,435	2.93	4,687	3.23	3,003	1.64
9.จีน	1,139	1.69	863	1.42	344	0.50	367	0.46	670	0.77	2,046	2.41	1,601	1.36	2,000	1.38	1,583	0.87
10.ชิลี	1,944	2.88	340	0.56	283	0.42	171	0.22	110	0.13	385	0.45	901	0.77	1,467	1.01	1,575	0.86
11.อื่นๆ	1,763	2.61	2,352	3.88	2,417	3.55	3,084	3.91	3,579	4.13	2,069	2.43	2,102	1.79	5,971	4.12	5,745	3.14
รวม	67,432	100.00	60,673	100.00	68,130	100.00	78,928	100.00	86,682	100.00	85,005	100.00	117,317	100.00	144,892	100.00	182,996	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

อื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 24.27 , 20.74 , 9.54 , 5.54 , 4.87 , 2.54 , 1.64 , 0.87 , 0.86 และ 3.14 ตามลำดับ จากตารางที่ 2-27 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 มากที่สุดถึงร้อยละ 19.41 ทำให้อินโดนีเซียกลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับสองรองจากแคนาดา ส่วนไทย ฟิลิปปินส์และเม็กซิโกก็มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 เช่นเดียวกันโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.67 , 4.85 และ 3.27 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-27)

จะเห็นได้ว่าการที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอยู่ในอันดับต้นๆเป็นผลมาจากเพิ่มขึ้นอย่างมากของส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ.2541 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.31 และในปี พ.ศ.2541 นี้เองที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในช่วงปีพ.ศ.2534-2542 ในทางตรงข้ามแคนาดา มาเลเซีย เวเนซุเอล่า ซิลิเกตาห์และจีนมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง โดยเฉพาะเวเนซุเอล่าและมาเลเซียซึ่งเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 3 และ 5 ตามลำดับในปี พ.ศ.2534 แต่ในปี พ.ศ.2542 มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอยู่ในอันดับที่ 5 และ 8 ตามลำดับ ส่วนแคนาดาแม้ส่วนแบ่งการตลาดจะลดลงอย่างมากแต่ก็ยังคงเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดในการนำเข้าปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปมากที่สุดได้แม้กำลังจะสูญเสียตำแหน่งให้กับอินโดนีเซียก็ตาม และการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 2.61 ในปี พ.ศ.2534 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3.14 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้าที่เพิ่มขึ้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามมูลค่าการนำเข้าปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปส่วนใหญ่ของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 3 ประเทศหลักได้แก่ แคนาดา อินโดนีเซียและไทย

จากตารางที่ 2-28 จะเห็นได้ว่าในปีพ.ศ.2542 สหรัฐอเมริกานำเข้าปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปเป็นปริมาณ 18,198 ตันเพิ่มขึ้นถึง 10,205 ตันจากปี พ.ศ.2534 ที่มีกานำเข้าเพียง 7,993 ตัน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นเกือบทุกปียกเว้นเพียงปีพ.ศ. 2537 ที่ปริมาณการนำเข้าลดลงจากปีพ.ศ.2536 เท่ากับ 872 ตัน และเมื่อดูปริมาณการส่งออกปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปของประเทศต่างๆมายังสหรัฐอเมริกาพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกปุ๋ยกระป๋องและแปรรูปมายังสหรัฐอเมริกามีปริมาณมากที่สุดยังคงเป็นประเทศแคนาดาที่ส่งออกเป็นปริมาณถึง 4,823 ตัน รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย เม็กซิโก เวเนซุเอล่า ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ มาเลเซีย จีน ซิลิเกตาห์และประเทศอื่นๆที่ส่งออกเป็นปริมาณ 4,323 3,692 1,491 1,037 647 633 578 237 150 และ 587 ตันตามลำดับ

ตารางที่ 2-28 ปริมาณการนำเข้าปูกระป๋องจากต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.แคนาดา	3,136	3,432	4,180	2,881	2,459	3,028	1,813	2,632	4,823
2.อินโดนีเซีย	629	851	1,210	1,511	2,053	1,611	4,102	3,953	4,323
3.ไทย	1,519	1,829	1,876	1,278	1,275	1,242	1,618	3,871	3,692
4.เม็กซิโก	419	402	344	349	925	1,442	1,676	1,511	1,491
5.เวเนซุเอลา	501	436	594	624	560	544	919	714	1,037
6.ฟิลิปปินส์	7	9	0	53	135	27	115	468	647
7.เกาหลีใต้	318	258	166	670	514	551	579	450	633
8.มาเลเซีย	617	387	134	251	333	438	555	830	578
9.จีน	326	211	65	68	77	225	210	309	237
10.จิลี	134	37	30	19	12	41	80	132	150
11.อื่นๆ	387	420	470	494	377	228	220	761	587
รวม	7,993	8,271	9,070	8,198	8,720	9,377	11,886	15,632	18,198

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

แต่เมื่อแบ่งประเภทของปูกระป๋องและแปรรูปในตลาดสหรัฐอเมริกา รหัส พิ ก ศ ลากรในระบบฮาร์โมนไนซ์ (Harmonized System Code) 10 หลักซึ่งจะมีสินค้าที่เป็นเนื้อปูกระป๋องทั้งหมด 5 ประเภท⁴⁰ พบว่าเนื้อปูกระป๋องของไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ได้แก่ เนื้อปูกระป๋องในรหัส HS.1605.10-2040⁴¹ คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 98 ของมูลค่าการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปทั้งหมดของไทยมายังสหรัฐอเมริกาในปีพ.ศ.2542 (คำนวณจากตารางที่ 2-27 และ 2-29) ดังนั้นการศึกษาการนำเข้าปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้จึงได้เลือกที่จะทำการศึกษาเนื้อปูกระป๋องประเภทดังกล่าวเพียงประเภทเดียว

⁴⁰ ดูได้จากตารางที่ ๑-3 ในส่วนของภาคผนวก ข.

⁴¹ เนื้อปูประเภทอื่นๆนอกเหนือจาก King Crab , Snow Crab และ Dungeness Crab ในภาชนะสุญญากาศ

4.2.การนำเข้าปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040 ของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

จากตารางที่ 2-29 จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 สหรัฐอเมริกานำเข้าเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040 จากประเทศต่างๆเป็นมูลค่าสูงสุดในช่วงปีพ.ศ.2534-2542 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 106.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นถึง 91.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2534 (คำนวณจากตารางที่ 2-29) จะสังเกตได้ว่ามูลค่าการนำเข้าเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040 ของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นเกือบทุกปียกเว้นเพียงปีพ.ศ.2539 ที่มูลค่าการนำเข้าลดลงเล็กน้อยจากปี พ.ศ.2538 เท่ากับ 2.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในการนำเข้าเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040 ของสหรัฐอเมริกาอินโดนีเซียนับเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดในปีพ.ศ.2542 นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 ที่มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 2.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือคิดเป็นร้อยละ 17.99 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040ทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 38 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีพ.ศ.2542 หรือคิดเป็นร้อยละ 35.80 ของมูลค่าการนำเข้าเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040ทั้งหมด ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาในปี พ.ศ.2542 ได้แก่ ไทย เม็กซิโก ฟิลิปปินส์ เวเนซุเอล่า มาเลเซีย เอกวาดอร์ เวียดนาม ซิลี แคนาดาและประเทศอื่นๆโดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 35.13 , 9.19 , 8.26 , 5.08 , 2.56 , 1.00 , 0.63 , 0.63 , 0.36 และ 1.37 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2542 อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2534 มากที่สุดถึงร้อยละ 17.8 ทำให้อินโดนีเซียกลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดแทนประเทศไทย และเช่นเดียวกันประเทศฟิลิปปินส์ เวเนซุเอล่า เอกวาดอร์ เวียดนามและซิลีก็มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2534 ร้อยละ 8.26 , 4.07 , 0.97 , 0.63 และ 0.32 ตามลำดับ (คำนวณจากตารางที่ 2-29) โดยเฉพาะฟิลิปปินส์ที่ไม่มีการส่งออกเนื้อปุ๋ยป้องกันในรหัส HS.1605.10-2040 มายังสหรัฐอเมริกาเลยในปีพ.ศ.2534 แต่กลับกลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดในอันดับที่ 4 ในปีพ.ศ.2542 ทั้งนี้เป็นผลมาจากเพิ่มขึ้นอย่างมากของส่วนแบ่งการตลาดในปีพ.ศ.2541 ที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5.13 (คำนวณจากตารางที่ 2-29) ในทางตรงข้ามมาเลเซีย แคนาดา ไทยและเม็กซิโก กลับมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเท่ากับร้อยละ 22.09 , 2.47 , 1.82 และ 0.80 ตามลำดับ(คำนวณจากตารางที่ 2-29) โดยเฉพาะมาเลเซียและแคนาดาซึ่งเคยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 และ 5 ตามลำดับในปี พ.ศ. 2534

ตารางที่ 2-29 มูลค่าการนำเข้าปุ๋ยป้องกันโรค HS.1605.10-2040 จากต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542

หน่วย : พันดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541		2542	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1.อินโดนีเซีย	2,722	17.99	4,387	27.69	5,737	33.49	9,033	46.95	14,446	35.70	10,228	26.87	12,410	26.39	18,476	22.87	38,006	35.80
2.ไทย	5,590	36.95	7,454	47.04	8,884	51.86	6,665	34.64	7,556	18.67	8,189	21.51	11,318	24.07	34,721	42.99	37,298	35.13
3.เม็กซิโก	1,512	9.99	1,129	7.12	999	5.83	1,257	6.53	10,465	25.86	12,072	31.71	9,871	20.99	9,874	12.22	9,762	9.19
4.ฟิลิปปินส์	0	0.00	9	0.06	2	0.01	164	0.85	1,174	2.90	127	0.33	747	1.59	5,429	6.72	8,765	8.26
5.เวเนซุเอล่า	153	1.01	45	0.28	169	0.99	0	0.00	2,921	7.22	3,085	8.10	6,602	14.04	4,300	5.32	5,391	5.08
6.มาเลเซีย	3,729	24.65	2,097	13.23	491	2.87	1,375	7.15	1,836	4.54	2,549	6.70	3,363	7.15	4,497	5.57	2,720	2.56
7.เอกวาดอร์	4	0.03	127	0.80	209	1.22	83	0.43	841	2.08	519	1.36	863	1.84	1,153	1.43	1,060	1.00
8.เวียดนาม	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	0.01	0	0.00	0	0.00	673	0.63
9.ชิลี	47	0.31	8	0.05	44	0.26	4	0.02	85	0.21	23	0.06	374	0.80	632	0.78	668	0.63
10.แคนาดา	428	2.83	0	0.00	9	0.05	353	1.83	636	1.57	182	0.48	909	1.93	1,351	1.67	378	0.36
11.อื่นๆ	943	6.23	590	3.72	587	3.43	304	1.58	506	1.25	1,087	2.86	561	1.19	337	0.42	1,451	1.37
รวม	15,128	100.00	15,846	100.00	17,131	100.00	19,238	100.00	40,466	100.00	38,065	100.00	47,018	100.00	80,770	100.00	106,172	100.00

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

แต่ในปี พ.ศ.2542 มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงมาอยู่ในอันดับที่ 6 และ 10 ตามลำดับ ส่วนไทยส่วนแบ่งการตลาดลดลงแต่ไม่มากนักจึงยังคงเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่สองได้ถึงแม้ไทยจะเคยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 51.86 ในปีพ.ศ.2535 แต่หลังจากนั้นส่วนแบ่งการตลาดกลับลดลงทำให้อินโดนีเซียกลายเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดแทนจนกระทั่งส่วนแบ่งการตลาดมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปีพ.ศ.2541 แต่ก็กลับมามีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอีกครั้งในปีพ.ศ.2542 ส่วนการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่นๆจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 6.23 ในปี พ.ศ.2534 ลดลงเหลือเพียงเป็นร้อยละ 1.37 ในปี พ.ศ.2542 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของประเทศผู้นำเข้าที่ลดลง จะเห็นได้ว่าแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องในรหัส HS.1605.10-2040 ส่วนใหญ่ของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มจะนำเข้าจาก 2 ประเทศหลักได้แก่ อินโดนีเซียและไทย

และเมื่อดูจากตารางที่ 2-30 จะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2534-2542 สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะนำเข้าเนื้อปูกระป๋องในรหัส HS.1605.10-2040 เป็นปริมาณเพิ่มขึ้นถึงแม้ปริมาณการนำเข้าในแต่ละปีจะเพิ่มขึ้นลดลงไม่แน่นอน โดยในปีพ.ศ.2542 สหรัฐอเมริกานำเข้าเป็นปริมาณ 10,829 ตันเพิ่มขึ้นถึง 7,958 ตันจากปี พ.ศ.2534 ที่มีกานำเข้าเพียง 2,871 ตัน และเมื่อดูปริมาณการส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปของประเทศต่างๆมายังสหรัฐอเมริกาพบว่าในปีพ.ศ.2542 ประเทศที่ส่งออกปูกระป๋องและแปรรูปมายังสหรัฐอเมริกามีปริมาณมากที่สุดได้แก่ประเทศอินโดนีเซียที่ส่งออกเป็นปริมาณถึง 4359 ตัน รองลงมาได้แก่ ไทย เม็กซิโก ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวเนซุเอล่า เอกวาดอร์ เวียดนาม ชิลี แคนาดาและประเทศอื่นๆที่ส่งออกมายังสหรัฐเป็นปริมาณ 3,572 , 907 , 638 , 481 , 518 , 91 , 64 , 62 , 31 และ 106 ตันตามลำดับ

**ตารางที่ 2-30 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยกระป๋องในรหัส HS.1605.10-2040 จากต่างประเทศของ
สหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2534-2542**

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
1.อินโดนีเซีย	503	819	1,174	1,488	1,989	1,490	1,709	2,367	4,359
2.ไทย	1,258	1,700	1,857	1,239	1,201	1,171	1,351	3,476	3,572
3.เม็กซิโก	165	105	62	98	834	1,153	964	892	907
4.ฟิลิปปินส์	0	1	0	16	132	13	60	413	638
5.มาเลเซีย	612	359	118	251	299	436	544	795	518
6.เวเนซุเอล่า	9	3	10	0	230	280	523	289	481
7.เอกวาดอร์	1	21	28	6	48	28	57	74	91
8.เวียดนาม	0	0	0	0	0	1	0	0	64
9.จีน	4	2	4	1	10	2	34	57	62
10.แคนาดา	37	0	1	25	59	23	131	119	31
11.อื่นๆ	281	125	87	43	52	113	61	29	106
รวม	2,871	3,134	3,341	3,167	4,854	4,711	5,434	8,510	10,829

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

2.3.ผลกระทบของการรวมกลุ่มทางการค้าที่มีต่อการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋อง

ปัจจุบันประเทศต่างๆมีการรวมกลุ่มทางการค้ากันมากขึ้นเพื่อเอื้อประโยชน์กับประเทศสมาชิกในกลุ่มและส่งเสริมให้มีการค้าระหว่างประเทศสมาชิกมากขึ้นรวมถึงการเอื้อประโยชน์กันในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากการค้า ขณะเดียวกันก็อาจจะมีผลในแง่ลบต่อประเทศนอกกลุ่ม ดังนั้นในการศึกษาส่วนนี้ จะเป็นการอธิบายถึงผลกระทบของการรวมกลุ่มทางการค้าทั้งที่มีประเทศไทยเป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกว่าจะมีผลอย่างไรต่อการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของไทย

2.3.1.องค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO)

องค์การการค้าโลกเป็นองค์การระหว่างประเทศที่มีพัฒนาการมาจากการทำความเข้าใจว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า หรือแกตต์ (The General Agreement on Tariffs and Trade : GATT) เมื่อปี พ.ศ.2490 ซึ่งไม่มีสถานะเป็นสถาบัน จนกระทั่งประเทศสมาชิกได้เปิดการเจรจาการค้ารอบอุรุกวัยในปี พ.ศ.2529 และผลการเจรจาส่วนหนึ่งทำให้ WTO ก่อตั้งขึ้นเป็นสถาบันที่ดูแลการดำเนินการทางการค้าของเหล่าประเทศสมาชิกเมื่อ 1 มกราคม พ.ศ.2538 สมาชิกเริ่มแรกมีทั้งหมด 81 ประเทศ และสมาชิก ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2541 มีจำนวน 132 ประเทศ

ความตกลงภายใต้กรอบของ WTO สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคร่าวๆดังนี้

1.การเปิดตลาด

การลดภาษีอากรสินค้าอุตสาหกรรม (รวมสินค้าประมง) ประเทศต่างๆจะต้องลดภาษีลงเฉลี่ยร้อยละ 33 ภายใน 5 ปี ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ.2538 เป็นต้นมา การเปิดตลาดมากขึ้นของประเทศพัฒนาแล้วและเป็นตลาดใหญ่จะทำให้ราคาปูกระป๋องและเนื้อปลาสดแช่แข็งของไทยลดลงเนื่องจากเสียภาษีนำเข้าลดลง โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปซึ่งถือเป็นตลาดหลักของเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของไทย ซึ่งจากตาราง ค-2 ในภาคผนวก ค. พบว่าในแต่ละตลาดมีการเก็บภาษีนำเข้าและอัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกดังนี้ ในการนำเข้าปูกระป๋องเดิมญี่ปุ่นเก็บภาษีตามกฎหมายร้อยละ 7.5 แต่อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 5.3 สหรัฐอเมริกาเดิมเก็บภาษีตามกฎหมายร้อยละ 11 แต่อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 0 ส่วน

สหภาพยุโรปเดิมเก็บภาษีตามกฎหมายร้อยละ 16 แต่อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 8 สำหรับเนื้อปลาแซ่แข็งญี่ปุ่นเดิมเก็บภาษีตามกฎหมายร้อยละ 5 และ 10 แต่อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 2-6 สหรัฐอเมริกาเดิมเก็บภาษีตามกฎหมาย 0-4.13 เซนต์ต่อกิโลกรัม อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 0 ส่วนสหภาพยุโรปเดิมเก็บภาษีตามกฎหมายร้อยละ 2-18 อัตราภาษีที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกเท่ากับร้อยละ 2-18 โดยอัตราภาษีดังกล่าวนี้สิ้นสุดในปี พ.ศ.2543 นอกจากนี้จะมีการลดภาษีแล้วยังมีข้อตกลงในเรื่องของการห้ามเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษในการนำเข้าอีกด้วย

2. กฎระเบียบการค้า มีการปรับปรุงและกำหนดกฎระเบียบทางการค้าที่สำคัญ เช่น

-ความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures) กำหนดให้มีการใช้มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช เพื่อความจำเป็นในการปกป้องสุขภาพและชีวิตมนุษย์ สัตว์ และพืช โดยอยู่บนพื้นฐานของหลักการทางวิทยาศาสตร์และไม่เลือกปฏิบัติ มาตรการที่ใช้ต้องสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันมิให้ประเทศสมาชิกกำหนดมาตรฐานตามใจชอบซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการค้า

-ความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Agreement on Technical Barrier to Trade) มีการปรับปรุงกฎระเบียบเดิมที่เป็นผลจากการเจรจารอบโตเกียวให้มีความรัดกุมเป็นธรรมและโปร่งใสขึ้น โดยเฉพาะเรื่องกฎข้อบังคับทางเทคนิคและมาตรฐาน รวมทั้งการทดสอบและระเบียบการรับรอง นอกจากนี้ยังกำหนดให้มีจุดตอบข้อซักถาม (Enquiry Point) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องนี้

-ความตกลงว่าด้วยการตรวจสอบก่อนส่งออก (Agreement on Preshipment Inspection) กำหนดให้มีวิธีการตรวจสอบสินค้าก่อนส่งออกโดยตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลในการทำหน้าที่ตรวจสอบจะต้องไม่เลือกปฏิบัติและยึดหลักให้มีความโปร่งใส

-ความตกลงว่าด้วยการปฏิบัติตามข้อ 7 ของความตกลงแอกต์ (Agreement on Implementation of Article VII of the GATT 1994) ความตกลงนี้เกี่ยวกับการประเมินราคาศุลกากร โดยกำหนดให้ฝ่ายบริหารศุลกากรใช้ราคาตามใบส่งของในการคำนวณมูลค่าสินค้าเพื่อการเก็บภาษี

ศุลกากรหากมีข้อสงสัยในราคาดังกล่าว ผู้นำเข้าต้องมีภาระพิสูจน์จนเป็นที่ยอมรับ โดยมีขั้นตอนตามที่ระบุไว้ในความตกลง

- ความตกลงว่าด้วยกฎเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้า (Agreement on Rules of Origin) กำหนดให้มีการประสานกฎระเบียบเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้าให้เป็นบรรทัดฐานที่คล้ายคลึงกันเพื่อไม่ให้เกิดอุปสรรคต่อการค้าโดยไม่จำเป็น กฎระเบียบดังกล่าวจะไม่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแหล่งกำเนิดสินค้าที่ใช้เป็นเงื่อนไขในการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ทั้งนี้ได้กำหนดให้มีการเจรจาเพื่อประสานกฎระเบียบเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้าให้เสร็จสิ้นภายใน 3 ปี ซึ่งได้เริ่มดำเนินการหลังจากผลการเจรจารอบอุรุกวัยมีผลใช้บังคับ

- ความตกลงว่าด้วยวิธีดำเนินการออกใบอนุญาตนำเข้า (Agreement on Import Licensing Procedures) กำหนดวิธีดำเนินการในการออกใบอนุญาตนำเข้าให้ประเทศต่างๆปฏิบัติตาม โดยกำหนดระยะเวลาแน่นอนที่หน่วยงานของรัฐจะต้องออกใบอนุญาตและลดโอกาสที่จะถ่วงเวลาการนำเข้า กล่าวคือ การออกใบอนุญาตแบบอัตโนมัติ จะต้องพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อการยื่นขอที่ถูกต้องโดยทันทีหรือไม่เกิน 10 วันทำการ สำหรับการออกใบอนุญาตแบบไม่อัตโนมัติจะต้องดำเนินการโดยไม่บิดเบือนการค้าและออกใบอนุญาตภายใน 30 วันทำการเมื่อได้รับคำร้อง

- ความตกลงว่าด้วยมาตรการปกป้อง (Agreement on Safeguards) ได้มีการแก้ไขปรับปรุงการใช้มาตรการปกป้องภายใต้มาตรา 19 ของความตกลงแอกตต์ 1947 กล่าวคือ กำหนดเงื่อนไขในการใช้มาตรการนี้ การใช้โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อแหล่งนำเข้าและกำหนดระยะเวลาการใช้มาตรการนี้ นอกจากนี้ยังได้กำหนดห้ามใช้มาตรการจำกัดการส่งออกโดยสมัครใจ รวมทั้งกำหนดให้มีการปฏิบัติเป็นพิเศษในการใช้มาตรการนี้กับสินค้าส่งออกของประเทศกำลังพัฒนา

- ความตกลงว่าด้วยการปฏิบัติตามข้อ 6 ของความตกลงแอกตต์ (Agreement on the Implementation of Article VI of the GATT 1994) ความตกลงนี้เกี่ยวกับการตอบโต้การทุ่มตลาด โดยมีการปรับปรุงหลักเกณฑ์และวิธีการไต่สวนการทุ่มตลาดในรายละเอียดและทำให้รัดกุมยิ่งขึ้นเพื่อประเทศต่างๆจะได้ปฏิบัติสอดคล้องกัน เป็นการลดโอกาสที่อาจมีประเทศผู้นำเข้าใช้มาตรการตอบโต้นี้ก่อความเสียหายอย่างไม่เป็นธรรม

- ความตกลงว่าด้วยการอุดหนุนและมาตรการตอบโต้ (Agreement on Subsidies and Countervailing Measures) ได้มีการปรับปรุงกำหนดประเภทของการอุดหนุนให้ชัดเจนว่าการอุดหนุนประเภทใดเป็นการอุดหนุนที่ต้องห้ามหรือที่ทำได้และที่อาจถูกมาตรการตอบโต้ นอกจากนี้ยังได้กำหนดแนวทางปฏิบัติในการไต่สวนสินค้าเข้าที่เข้าข่ายในการได้รับการอุดหนุนเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3. ข้อตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า

ข้อตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) แบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้คือ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ ลิขสิทธิ์และสิทธิเกี่ยวเนื่อง การออกแบบ ชื่อทางภูมิศาสตร์ ความลับทางการค้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังได้มีมาตรการ ณ จุดนำเข้าส่งออก รวมทั้งวิธีการกักกันสินค้าที่จะเปิดทรัพย์สินทางปัญญา

ประเทศไทยมีขีดความสามารถสูงในการผลิตอาหารทะเลเกือบทุกชนิดซึ่งรวมทั้งปูกระป๋องและเนื้อปลาแช่แข็งด้วย ดังนั้นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยก็จะได้ประโยชน์เนื่องจากภายใต้กรอบข้อตกลงขององค์การการค้าโลกจะทำให้การค้าเสรียิ่งขึ้นมีการกีดกันทางการค้าทั้งทางด้านภาษีและมิใช่ภาษีลดลง แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการเปิดเสรีมากขึ้นประเทศคู่แข่งก็สามารถเข้ามาในตลาดได้ง่ายขึ้นเช่นกันทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกบริโภคสินค้าได้มากขึ้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทั้งแช่แข็งและบรรจุกระป๋องของไทยจึงต้องมีการปรับปรุงคุณภาพเพื่อรองรับกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว

2.3.2.เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA)

อาเซียนหรือสมาคมประชาชาติแห่งอาเซียนตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การค้าภายในอาเซียนเป็นไปโดยเสรี มีอัตราภาษีศุลกากรต่ำสุดและปราศจากข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และดึงดูดการลงทุนจากนอกอาเซียน ซึ่งเป็นการปรับตัวเข้าตัวกับสถานการณ์เศรษฐกิจและการค้าโลกที่จะเป็นเสรียิ่งขึ้น ปัจจุบันสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียนประกอบด้วยสมาชิก 10 ประเทศ ประกอบด้วย บรูไน

อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม พม่า ลาวและกัมพูชา สาระสำคัญของความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ก็คือการทำสิทธิพิเศษทางการค้าและภายใต้ ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าของอาเซียน (ASEAN Preferential Trading Arrangement : ASEAN PTA) นั้น ประเทศภาคีอาเซียนได้เริ่มต้นด้วยการลดหย่อนอัตราภาษีศุลกากร (Margin of Preference : MOP) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2521 เป็นต้นมา

อย่างไรก็ตาม สิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างภาคีอาเซียน มักไม่ตรงกับความต้องการของแต่ละประเทศสมาชิก เป็นเหตุให้การค้าไม่ขยายตัวมากเท่าที่ควร ยิ่งกว่านั้นสินค้าบางรายการที่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้ายังต้องประสบปัญหามาตรการกีดกันทางการค้า ทำให้ไม่สามารถใช้สิทธิพิเศษได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้การเจรจาแลกเปลี่ยนสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างภาคีอาเซียนได้ดำเนินไปอย่างเชื่องช้า และไม่ได้ผลเท่าที่ควร เนื่องจากประเทศอาเซียนยังไม่เปิดตลาดให้แก่กันทำให้ ไม่สามารถใช้สิทธิพิเศษฯ ได้อย่างเต็มที่ จึงไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน ในการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Ministers : AEM) ครั้งที่ 23 ระหว่างวันที่ 7-8 ตุลาคม 2534 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศไทยได้เสนอแนวความคิดในการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนซึ่งที่ประชุมเห็นชอบด้วยกับแนวความคิดดังกล่าว โดยมีมติให้จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน โดยใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน (Common Effective Preferential Tariff : CEPT) เป็นกลไกสำคัญในการลดภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าอาเซียนให้เหลือในอัตราต่ำเพียง 0-5% ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 27-28 มกราคม 2535 ณ สิงคโปร์ ได้ตกลงที่จะตั้ง เขตการค้าเสรีอาเซียนให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายในกำหนดเวลา 15 ปี โดยเริ่มในวันที่ 1 มกราคม 2536 ทั้งนี้จะมีการใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน(CEPT) เป็นกลไกหลักในการลดภาษีให้ อยู่ในระดับต่ำเพียง 0 - 5% ต่อมาในการประชุม AEM ครั้งที่ 2-6 เมื่อวันที่ 22-23 กันยายน 2537 ณ จังหวัดเชียงใหม่ ที่ประชุมได้ตกลงให้ลดระยะเวลาดำเนินการของ AFTA จาก 15 ปี ลงเหลือ 10 ปี โดยให้เสร็จสิ้น ภายในวันที่ 1 มกราคม 2546

จากตารางที่ ค-3 ในภาคผนวก ค. อัตราภาษีนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.20 ที่ตกลงกันของประเทศสมาชิกอาฟต้าแต่ละประเทศมีดังนี้ ประเทศบรูไนเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 อยู่แล้วและได้ตกลงใช้อัตรานี้จนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศอินโดนีเซียเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 และจะเก็บในอัตรานี้เรื่อยไปจนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศลาวปกติเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 10 แต่ยังไม่ได้มีการตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศพม่าเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 0 และจะเก็บในอัตรานี้เรื่อยไปจนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศมาเลเซียเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 10 และจะค่อยๆลด

ลงเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2544 และจะคงอัตรานี้จนถึงปี พ.ศ.2551 ประเทศฟิลิปปินส์เก็บภาษ้นำเข้าร้อยละ 10 แต่ยังไม่ได้มีการตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศสิงคโปร์ก็เช่นเดียวกับประเทศบรูไนคือเก็บภาษ้นำเข้าในอัตราร้อยละ 0 อยู่แล้ว สำหรับประเทศไทยเก็บภาษ้นำเข้าสำหรับประเทศสมาชิกในอัตราร้อยละ 38 และลดภาษ้นำเข้าเหลือร้อยละ 20 ในปี พ.ศ.2541 ร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2543 ร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2545 และเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2546 ในที่สุด ส่วนอัตราภาษ้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90 ที่ตกลงกันของประเทศสมาชิกอาฟต้าแต่ละประเทศปรากฏว่าทุกประเทศเก็บอัตราภาษ้นำเข้าและตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากันในอัตราเดียวกับเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.20 ยกเว้นเพียงประเทศมาเลเซียที่เก็บภาษ้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร 0304.90 ในอัตราร้อยละ 0 และจะคงอัตรานี้จนถึงปี พ.ศ.2546 ส่วนประเทศเวียดนามเก็บภาษ้นำเข้าเนื้อปลาแช่เย็นแช่แข็งทุกประเภทในอัตราร้อยละ 20 และจะลดลงเหลือร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2541 ร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2543 และเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2546 และจะยังคงอัตรานี้ไปจนถึงปี พ.ศ.2549

จากตารางที่ ค-4 ในภาคผนวก ค. อัตราภาษ้นำเข้าปกป้องที่ตกลงกันของประเทศสมาชิกอาฟต้าแต่ละประเทศมีดังนี้ ประเทศเวียดนามปกติเก็บภาษ้นำเข้าในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดแต่ยังไม่ได้มีการตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศบรูไนเก็บภาษ้นำเข้าในอัตราร้อยละ 0 อยู่แล้วและจะเก็บภาษ้นำเข้าในอัตรานี้เรื่อยไปจนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศอินโดนีเซียเก็บภาษ้นำเข้าในอัตราร้อยละ 5 และจะเก็บในอัตรานี้เรื่อยไปจนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศลาวปกติเก็บภาษ้นำเข้าร้อยละ 30 แต่ยังไม่ได้มีการตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศมาเลเซียเก็บภาษ้นำเข้าร้อยละ 10 และจะค่อยๆลดลงเหลือร้อยละ 7 ในปี พ.ศ.2541 ร้อยละ 6 ในปี พ.ศ.2542 ร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2543 และจะคงอัตรานี้จนถึงปี พ.ศ.2546 ประเทศพม่าเก็บภาษ้นำเข้าร้อยละ 10 แต่ยังไม่ได้มีการตกลงใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศฟิลิปปินส์เก็บภาษ้นำเข้าร้อยละ 20 และจะค่อยๆลดลงเหลือร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2542 ร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2543 และเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2546 ประเทศสิงคโปร์เก็บภาษ้นำเข้าในอัตราร้อยละ 0 อยู่แล้ว สำหรับประเทศไทยเก็บภาษ้นำเข้าสำหรับประเทศสมาชิกในอัตราร้อยละ 44 และจะลดภาษ้นำเข้าเหลือร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2543 ร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2545 และเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ.2546 ในที่สุด

คาดว่าความร่วมมือของกลุ่มของประเทศในกลุ่มอาเซียนซึ่งมีเป้าหมายที่จะลดภาษีศุลกากรระหว่างกันลงไม่ได้มีผลทำให้มีการค้าเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้นมากนัก เนื่องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนเกือบทุกประเทศเป็นผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องอยู่แล้ว โดยเฉพาะประเทศไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย พม่า และเวียดนาม เนื่องจากประเทศเหล่านี้ล้วนมีอาณาเขตติดต่อกับทะเลทำให้มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและมีอาหารทะเลสดบริโภคอย่างพอเพียง ดังนั้นผู้บริโภคในแต่ละประเทศจึงนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลแช่แข็งหรืออาหารทะเลกระป๋อง และนอกจากนี้เนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีลักษณะที่เหมือนกันเพราะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคือปลาชนิดต่างๆและปูม้าจับมาจากน่านน้ำเดียวกันและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตก็ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงทำให้คุณภาพและราคาของเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นประเทศในกลุ่มอาเซียนจึงเป็นคู่แข่งทางการค้าเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องมากกว่าจะเป็นคู่ค้ากัน แม้กระทั่งสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งจากประเทศไทยที่สำคัญประเทศหนึ่ง แต่ผู้ส่งออกของไทยก็ไม่ได้รับประโยชน์จากข้อตกลงอัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากันเนื่องจากสิงคโปร์เก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 อยู่แล้ว

อย่างไรก็ตามผลจากข้อตกลงอัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน (CEPT) ที่ลดภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนก็มีผลดีต่อประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันปริมาณปูและปลาที่จับได้ในท้องทะเลไทยลดลงอย่างมากและไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ส่งออก ข้อตกลงการลดภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนทำให้ผู้ผลิตไทยสามารถนำเข้าวัตถุดิบซึ่งก็คือสัตว์น้ำจากประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ยังมีทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างอุดมสมบูรณ์ในราคาที่ถูกลงกว่าเดิมซึ่งจะช่วยบรรเทาการขาดแคลนวัตถุดิบลงได้บ้างในบางฤดูกาลโดยเฉพาะปูม้าซึ่งปัจจุบันในบางฤดูกาลขาดแคลนมาก ถึงแม้ในปัจจุบันการนำเข้าสัตว์น้ำแช่เย็นแช่แข็งต้องเสียภาษีสูงถึงร้อยละ 60 แต่ถ้านำเข้ามาเพื่อการส่งออกก็สามารถที่จะขอคืนภาษีอากรได้แต่ก็ล่าช้ามีขั้นตอนเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็นทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นซึ่งส่วนสำคัญคือค่าดอกเบี้ย นอกจากนี้กระบวนการนำเข้าก็อาจมีส่วนทำให้เกิดความล่าช้าเสียหายกับขั้นตอนการผลิตและระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าได้ ดังนั้นในอนาคตถ้ามีการยกเลิกการเก็บอากรนำเข้าสัตว์น้ำระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียนก็จะเป็นผลดีกับผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องเพื่อการส่งออกของไทยด้วย

นอกจากนี้การรวมกลุ่มอาฟต้าก็ยังมีบทบาทในส่วนของ การเจรจาทางการค้ากับประเทศคู่ค้าอีกด้วย ในกรณีที่กลุ่มผู้ผลิตเนื้อปูในสหรัฐอเมริกายื่นฟ้องต่อคณะกรรมการการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Commission : ITC) ขอให้ใช้มาตรการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศที่ได้รับความเสียหายจากการนำเข้าเนื้อปูว่ายน้ำ (Swimming Crabs) จากประเทศในกลุ่มอาเซียนซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย กลุ่มประเทศอาเซียนจึงได้จัดทำหนังสือ (Joint Letter) ซึ่งแจ้งถึงผู้ว่าการมลรัฐต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสำเนาหนังสือดังกล่าวถึงฝ่ายบริหารของประเทศสหรัฐอเมริกา แสดงความกังวลต่อการที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปูในประเทศสหรัฐอเมริกาจะยื่นคำร้องให้ ITC ใช้มาตรการปกป้อง โดยกำหนดโควตาการนำเข้า ซึ่งสาระสำคัญของหนังสืออาเซียน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การดำเนินการดังกล่าวจะทำให้ลายกระแสดการค้าเสรี
2. ในกรณีนี้มีหลักฐานปรากฏชัดเจนว่าส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปูในประเทศสหรัฐอเมริกาเองลดลงเนื่องมาจากปริมาณปูที่จับได้ในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะสนองกับความต้องการภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น เพราะสภาพแวดล้อมของอ่าว Chesapeake ที่เลวลงทำให้การผลิตเนื้อปูในประเทศลดลงถึง 601 ล้านปอนด์ในระหว่างปี พ.ศ.2537-2540 จึงต้องอาศัยการนำเข้าเนื้อปูจากประเทศต่างๆโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียนมาชดเชย
3. ตามความตกลงว่าด้วยการปกป้องภายในองค์การการค้าโลก (WTO) จะต้องมีการพิสูจน์ความเสียหายต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศก่อนที่จะใช้มาตรการบรรเทาความเสียหายจากการนำเข้า
4. ในการเจรจาการค้ารอบที่ผ่านมามีสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำในการให้คำมั่นจะให้มีการยกเลิกโควตาการนำเข้าสินค้าเกษตร อาเซียนจึงหวังที่จะเห็นสหรัฐอเมริกายังคงยึดมั่นต่อพันธกรณีในการเปิดเสรีการค้าโลกและกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ

ในการนี้อาเซียนขอให้สหรัฐอเมริกาทบทวนคำร้องขอของผู้ประกอบการผลิตเนื้อปูภายในประเทศที่จะให้มีการกำหนดโควตาในการนำเข้าเนื้อปูโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศในกลุ่มอาเซียน

2.3.3. ข้อตกลงเสรีการค้าอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement : NAFTA)

สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก ได้ร่วมมือทำข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ.2534 มีผลบังคับใช้นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2537 เป็นต้นมาและเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2537 ได้มีการพิจารณาเชิญชิลีเข้าเป็นสมาชิกอีก 1 ประเทศ ข้อตกลงครั้งนี้ก็เพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้าและบริการระหว่างประเทศภาคีโดยการยกเลิกภาษีศุลกากรและมาตรการที่มีใช่ภาษีศุลกากรภายใน 15 ปี ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ขยายโอกาสการลงทุนคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและแก้ไขข้อพิพาททางการค้าตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือในระดับต่างๆ ซึ่งสาระของข้อตกลงสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) การเข้าสู่ตลาดกำหนดให้มีการลดและยกเลิกภาษีและมาตรการที่มีใช่ภาษีเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศภาคี
- 2) แหล่งกำเนิดสินค้ากำหนดสัดส่วนการผลิตสินค้าที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศภาคี
- 3) การค้าบริการกำหนดหลักการเพื่อเปิดการค้าบริการระหว่างประเทศภาคีโดยใช้หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติและประเทศที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง
- 4) สินค้าเกษตรประมาณครึ่งหนึ่งของสินค้าที่เรียกเก็บภาษีและมีโควต้าจะถูกขจัดออกไปโดยจะไม่มีภาษีและโควต้าตั้งแต่ มกราคม พ.ศ.2537 แต่ยกเว้นพืชที่มีความอ่อนไหวหรือมีผลกระทบมาก จะยกเลิกการเก็บภาษีภายใน 15 ปี นับจากเริ่มบังคับใช้ข้อตกลง
- 5) การลงทุน กำหนดให้มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันสำหรับนักลงทุนในประเทศภาคี
- 6) ทรัพย์สินทางปัญญา กำหนดให้มีการปกป้องในทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ บนหลักการปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศภาคี
- 7) กลไกการยุติข้อพิพาท กรณีมีข้อขัดแย้งสามารถพิจารณาได้ภายใต้เกณฑ์หรือข้อตกลงของ NAFTA เวทีใดเวทีหนึ่งโดยกลไกเริ่มต้นจากการปรึกษาหารือโดยคณะกรรมการการค้าและหากตกลงกันไม่ได้ก็จะทำการตัดสินโดยคณะลูกขุนของ NAFTA
- 8) ข้อตกลงข้างเคียงกำหนดให้มีข้อตกลงข้างเคียงขึ้นเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมและสิทธิประโยชน์ของคนงานภายในประเทศภาคี โดยเฉพาะในประเทศเม็กซิโก ทั้งช่วยป้องกันการไหลทะลักของสินค้าจากประเทศภาคีหนึ่งนี้อาจทำให้อุตสาหกรรมภายในประเทศอื่นๆต้องได้รับความเสียหาย

ประเทศภาคีภายใต้ข้อตกลงเสรีการค้าอเมริกาเหนือ (NAFTA) โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ.2542 เป็นประเทศผู้นำเข้าเนื้อปูกะป๋องอันดับหนึ่งและเป็นผู้นำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งเป็นอันดับที่สองรองจากญี่ปุ่นของไทย ส่วนแคนาดาก็เป็นตลาดที่สำคัญของเนื้อปูกะป๋องของไทยตลาดหนึ่ง การทำข้อตกลงเสรีการค้าอเมริกาเหนือ (NAFTA) ระหว่างประเทศ สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก แคนาดา และชิลี ปูกะป๋องและเนื้อปลาแช่แข็งของประเทศไทยกลับไม่ได้รับผลกระทบจากข้อตกลงดังกล่าวนี้มากนักเนื่องจาก แม้จะมีการยกเลิกการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าประมงของประเทศภาคีสมาชิก โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีการนำเข้าเนื้อปูม้าบรรจุกระป๋องจากเม็กซิโกและการนำเข้าเนื้อปลาแช่แข็งจากแคนาดาและชิลีจะได้รับการยกเว้นภาษี แต่โดยทั่วไปสหรัฐอเมริกาก็มิได้มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าเนื้อปูกะป๋องและเนื้อปลาแช่แข็งจากประเทศอื่นๆเช่นกัน (ยกเว้นประเทศ อัฟกานิสถาน ลาว เวียดนาม คิวบา และเกาหลีเหนือ) แคนาดาก็เช่นเดียวกันโดยมากจะไม่มีมีการเรียกเก็บภาษีสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง ส่วนปูกะป๋องจะเก็บภาษีนำเข้าในอัตรา 0-5%

แต่ประเทศไทยอาจจะได้รับผลกระทบจากการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกะป๋องภายในประเทศสหรัฐอเมริกาหรือแคนาดาเองที่ไปลงทุนทั้งในเม็กซิโกและชิลี เพื่อแสวงหาวัตถุดิบสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์กว่าราคาถูกกว่าและยังมีแรงงานที่มีค่าจ้างถูกกว่า เพื่อผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและปูกะป๋องแล้วส่งกลับมาขายยังสหรัฐอเมริกาและแคนาดา เนื่องจากข้อตกลงเสรีการค้าอเมริกาเหนือมีการกำหนดให้ประเทศภาคีสมาชิกปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันสำหรับนักลงทุนในประเทศและนักลงทุนจากประเทศภาคีสมาชิกด้วยกัน

2.3.4.ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC)

กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกได้สร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิกขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2532 โดยความริเริ่มของออสเตรเลีย ด้วยเล็งเห็นว่าภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกประกอบด้วยประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่มีอัตราเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในโลก มีการเติบโตที่ยั่งยืน มีเสถียรภาพที่สำคัญคือเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีจำนวนประชากรกว่า 2,000 ล้านคน แต่เหตุผลสำคัญเหนืออื่นใด สืบเนื่องมาจากความยึดถือของการเจรจาการค้าหลายฝ่ายรอบอุรุกวัยทำให้ประเทศมหาอำนาจโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียต้องการให้การเจรจารอบอุรุกวัยประสบความสำเร็จโดยเร็วเพื่อให้การค้าโลกมีการเปิดเสรีมากยิ่งขึ้น จึงใช้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นทาง

เลือกหนึ่งของการเปิดเสรีเพื่อแสวงหาประโยชน์จากโอกาสดังกล่าว ขณะนี้เอเปคมีสมาชิกภาพประกอบด้วยทั้งหมด 21 ประเทศ คือ สมาชิกในการจัดตั้งครั้งแรกมีจำนวนทั้งหมด 12 ประเทศประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย บรูไน ฟิลิปปินส์ ไทย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ต่อมาประเทศเข้าร่วมอีก 6 ประเทศ ประกอบด้วย จีน จีนไทเป ฮองกง ปาปัวนิวกินี เม็กซิโก และชิลี และในปี พ.ศ.2541 เวียดนาม รัสเซีย ก็ได้เข้าเป็นสมาชิกใหม่ของประชาคมแห่งนี้

เอเปคมีแผนงานและโครงการความร่วมมือในสาขาต่างๆที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้การค้า การลงทุน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกันขยายตัวมากขึ้น มีการจัดทำฐานข้อมูล การค้าและการลงทุน ภาษีศุลกากร การจัดพิมพ์คู่มือกฎระเบียบด้านการลงทุน คู่มือระเบียบพิธีการปฏิบัติด้านศุลกากรและการปรับประสานมาตรฐานสินค้า ซึ่งจะเอื้ออำนวยความสะดวกให้มีการไหลเวียนของการค้าการลงทุนระหว่างกันเป็นไปโดยเสรีมากยิ่งขึ้น หลายประเทศมีเจตนาขออนุญาตที่จะใช้เอเปคเป็นแกนในการขยายการปล่อยเสรีทางการค้าของโลกให้เร็วและลึก โดยวางยุทธศาสตร์ระยะยาว ประสานกับยุทธศาสตร์และพหุภาคี โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และฮ่องกง

ประเด็นน่าสนใจอยู่ที่ความสืบเนื่องจากการประชุม ABAC Task Force on EVSL (Early Voluntary Sectoral Liberalization) ในการประชุม ABAC (APEC Business Advisory Council) หรือสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจของเอเปค ครั้งที่ 1/2541 ณ ประเทศเม็กซิโก ประเทศนิวซีแลนด์ ได้เสนอเป็นผู้จัดทำข้อเสนอ The APEC Open Food System ขึ้นเพื่อเป็นกรอบสำหรับอำนวยความสะดวกตามวัตถุประสงค์ของเอเปคด้านสาขาอาหาร โดยการนำเสนอความจำเป็นสำหรับการเปิดเสรีและการเรียกร้องในการทำการพัฒนาชนบทและการกระจายเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับสาขาอาหารควบคู่กันไปตามเป้าหมายเพื่อการประกันความยั่งยืนด้านอาหารและมีอาหารในระดับราคาที่ต่ำแก่พลเมืองต่างๆและได้นำเสนอต่อที่ประชุม ABAC ครั้งที่ 2/2541 เมื่อเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2541 ณ นครซิดนีย์ซึ่งที่ประชุมได้จัดตั้ง ABAC Task Force on Food ขึ้นมาเพื่อทำการพิจารณาทบทวนและปรับปรุงข้อเสนอดังกล่าวของนิวซีแลนด์และในขณะนี้ร่างข้อเสนอดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงชื่อเป็น APEC Food System ร่างข้อเสนอดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เอเปคเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหาร (Food Security) ในภูมิภาคโดยมีเป้าหมายหลัก 3 ประการได้แก่

- 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานชนบท โดยการส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาและการลงทุน เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นช่องทางให้ผู้ผลิตในชนบทสามารถนำผลผลิตสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น
- 2) การเปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุนในสาขาอาหารเพื่อกำจัดอุปสรรคในการเข้าถึงอาหารอาทิ ภาษีนำเข้าอาหารของสมาชิกเอเปคส่วนใหญ่ซึ่งมีการเก็บในอัตราที่สูง การใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในการกีดกันทางการค้า การอุดหนุนโดยรัฐและการผูกขาด เป็นต้น
- 3) การเผยแพร่เทคโนโลยีในการผลิตและแปรรูปอาหารผ่านการดำเนินงานของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญความร่วมมือทางวิชาการการเกษตรของเอเปค (Agriculture Technical Cooperation Experts Group : ATC)

การที่กลุ่มประเทศเอเปคได้มีมติร่วมกันในการเปิดเสรีทางการค้าก่อนกำหนดตามความสมัครใจ (Early Voluntary Sectoral Liberalization : EVSL) ในภาคอุตสาหกรรมหลักจำนวน 15 สาขา โดยมีสินค้า 9 สาขาที่จะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามแผนเพื่อให้แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2541 ซึ่งสินค้าสาขาประมงเป็นหนึ่งใน 9 สาขาดังกล่าว ประเทศ บรูไน แคนาดา อินโดนีเซีย นิวซีแลนด์ และไทย เป็นผู้เสนอให้เปิดเสรีให้เร็วขึ้นในสินค้าสาขาประมง ที่ครอบคลุมสินค้าในรหัสพิกัดศุลกากร HS 0302-0307 , HS 0511 , HS 1504 , HS 1603-1605 , HS 2301 และ HS 2309 ซึ่งมีเนื้อปลาแช่แข็งในรหัสพิกัดศุลกากร HS 0304.20 และ HS 0304.90 และปกป้องในรหัสพิกัดศุลกากร HS 1605.10 รวมอยู่ด้วย สำหรับเงื่อนไขต่างๆตามร่างแผนเปิดเสรีในสินค้าประมงโดยสรุปมีดังนี้

- 1) ให้ลดภาษีในกลุ่มสินค้าประมงให้เหลือร้อยละ 0 ภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2548 และสำหรับสินค้าประมงที่มีอัตราภาษีต่ำกว่าร้อยละ 20 ให้เหลือร้อยละ 0 ภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2546
- 2) ทำการเปลี่ยนแปลงการเก็บภาษีแบบประเมินตามสภาพ ให้มาเป็นการเก็บภาษีแบบประเมินตามราคาหรือมูลค่าทั้งหมดในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2543
- 3) ยกเลิกหรือปรับปรุงมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures : NTMs) ภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2550 หรือเร็วกว่านั้น
- 4) บังคับให้ปฏิบัติตามมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phyto-Sanitary Measures) ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดขององค์การการค้าโลก (WTO)

- 5) ให้ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ วิชาการและเทคโนโลยี (ECOTECH) ระหว่างสมาชิกในกลุ่มเอเปคเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีนี้

ซึ่งหากประเทศไทยปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าวจะเกิดผลกระทบต่อการผลิต การบริโภค และการค้าระหว่างประเทศของไทยดังนี้

1. ในส่วนของผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์เนื่องจากผลของการลดภาษีเพราะว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าประมงในอัตราที่สูงคือ ประมาณร้อยละ 20-51 หากมีการลดภาษีลงมาเหลือร้อยละ 0 จะทำให้ผู้บริโภคได้มีสินค้าบริโภคสินค้าประมงที่นำเข้าจากประเทศในกลุ่มเอเปคในราคาที่ถูกลง นอกจากนี้จะมีสินค้าประมงเข้ามาจำหน่ายในประเทศมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าประมงได้อย่างหลากหลายยิ่งขึ้น

2. ในส่วนของผู้ผลิตอาจได้รับผลกระทบบ้างจากการเข้ามาแข่งขันของสินค้าประมงจากต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนับว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องของการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าค่าแรงงานของไทยจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ไทยก็มีแรงงานที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงกว่าประเทศอื่นๆ ทำให้สินค้าประมงของไทยยังสู้กับสินค้าประมงจากต่างประเทศได้

3. ในส่วนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเพื่อการส่งออกจะได้รับประโยชน์อย่างมากแม้ว่าปัจจุบันสามารถเรียกคืนภาษีนำเข้าสินค้าที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อการส่งออกได้ก็ตาม แต่ขั้นตอนการขอคืนภาษีต่างๆล่าช้าซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อธุรกิจในแง่ของสภาพคล่องทางการเงิน การเปิดเสรีทำให้ผู้ผลิตมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้เลือกใช้สำหรับการผลิตเพิ่มมากขึ้นเป็นการลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบได้

4. ในเรื่องของการแข่งขันกับประเทศอื่นๆในตลาดต่างๆ ทั้งในตลาดโลกและตลาดสำคัญในเอเปค ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกในอันดับต้นๆเกือบทุกสินค้าประมง ดังนั้นหากมีการเปิดเสรีจริงในสินค้าประมงคาดว่าสินค้าของไทยจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดหลักได้ไม่ว่าจะเป็น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ได้มากยิ่งขึ้น แม้ว่าไทยจะไม่ได้ประโยชน์มากนักในส่วนของ การลดภาษีนำเข้าเนื่องจากในตลาดหลักเหล่านี้มีการเก็บภาษีค่อนข้างต่ำอยู่แล้วหรือในบางสินค้าก็ไม่มี การเรียกเก็บภาษี แต่

สิ่งที่จะช่วยในการขยายการส่งออกจะมาจากการลดข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรซึ่งได้แก่ การกำหนดโควตาซึ่งจะหมดไปทำให้นำเข้าได้เพิ่มขึ้นหรือการลดทอนอุตสาหกรรมโดยรัฐบาลซึ่งทำให้เกิดความบิดเบือนการค้าเสรีและก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้ส่งออกอื่นๆ ซึ่งส่วนของสินค้าประมงของไทยไม่มีมาตรการลดทอนการทำประมงและแปรรูปสินค้าประมงโดยตรงหรือขัดต่อความตกลงดังกล่าว

และในส่วนของความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการด้านสุขอนามัย ซึ่งในเรื่องนี้ตามความมุ่งหมายขององค์การการค้าโลก (แผน EVSL ต้องปฏิบัติให้สอดคล้อง) ต้องการที่จะให้ลดอุปสรรคทางการค้าอันเนื่องมาจากการใช้มาตรการด้านสุขอนามัย ฉะนั้นความตกลงว่าด้วยมาตรการด้านสุขอนามัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการคุ้มครองสินค้าประมงส่งออกของไทยต่อการใช้มาตรการด้านสุขอนามัยเป็นเครื่องกีดกันสินค้าประมงส่งออกของไทย นอกจากนี้เมื่อมีการลดภาษีศุลกากรนำเข้ายังจะส่งผลดีในเรื่องของการหาตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศเอเปค ทั้งนี้เนื่องมาจากในปัจจุบันบางประเทศในกลุ่มเอเปคมีการปกป้องอุตสาหกรรมภายในโดยการตั้งภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงมากเช่น จีน ฉะนั้นข้อตกลงการลดภาษีนำเข้าจะทำให้สินค้าประมงไทยสามารถส่งเข้าไปขายได้มากขึ้น

5. จากการศึกษาที่เสนอให้มีความร่วมมือทางเศรษฐกิจและความช่วยเหลือทางด้านวิชาการและเทคโนโลยีระหว่างประเทศจะช่วยส่งเสริมให้การแปรรูปสินค้าประมงของไทยได้มาตรฐานด้านคุณภาพ มีต้นทุนต่ำและถูกสุขอนามัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งในเรื่องนี้ประเทศกำลังพัฒนาสามารถที่จะร้องขอคำแนะนำหรือความช่วยเหลือจากประเทศพัฒนาแล้วในกลุ่มเอเปคได้

2.3.5. สหภาพยุโรป (European Union : EU)

สหภาพยุโรป (European Union : EU) เกิดขึ้นบนพื้นฐานของการดำเนินงานแห่งประชาคมระดับภูมิภาคของทวีปยุโรป 3 องค์การคือ

- ประชาคมถ่านหินและเหล็กแห่งยุโรป (European Coal and Steel Community) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2494
- ประชาคมพลังงานปรมาณูยุโรป (European Atomic Energy Community/Eurotom) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2500 ตามสนธิสัญญากรุงโรม

-ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปหรือองค์การตลาดร่วมยุโรป (European Economic Community/EEC) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2500 ตามสนธิสัญญากรุงโรม

และเมื่อปี พ.ศ.2501 สหภาพยุโรปก็กลายเป็นองค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจของยุโรปเต็มตัว เพื่อวางรากฐานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนภายในกลุ่มให้ดีขึ้น ปัจจุบันสหภาพยุโรปมีประเทศสมาชิกทั้งสิ้น 15 ประเทศประกอบไปด้วย เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ เดนมาร์ก กรีซ สเปน โปรตุเกส ออสเตรีย สวีเดน และฟินแลนด์ และคาดว่าในปี พ.ศ.2543 นั้นประเทศยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปมากขึ้น โดยประเทศที่มีโอกาสเข้าเป็นสมาชิกได้ก่อนคือ โปแลนด์ ฮังการี และสาธารณรัฐเชค

เพื่อรวมตลาดทั้ง 15 ประเทศเป็นตลาดเดียว(Single Europe) ที่ปราศจากอุปสรรคกีดกันระหว่างกัน มีการเคลื่อนย้ายประชากร สินค้า บริการ วัตถุดิบและเงินทุนเป็นไปโดยเสรี โดยปรับประสานกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และโครงสร้างภาษีให้เป็นไปในทางเดียวกัน เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการค้า การลงทุนและการแข่งขันของสหภาพยุโรป การดำเนินการในการรวมเป็นตลาดยุโรปเดียวนั้น กำหนดให้ประเทศสมาชิกปรับประสานกฎระเบียบภายในที่มีความแตกต่างกันให้เป็นแนวทางเดียวกันรวมทั้งหมด 282 ฉบับ เพื่อจัดอุปสรรคกีดกันด้านพิธีปฏิบัติที่พรมแดน กำหนดให้ยกเลิกการตรวจสอบที่ด่านพรมแดนของประเทศสมาชิกได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านกักกันสินค้าเพื่อตรวจสอบและเก็บข้อมูลสถิติ

อุปสรรคที่เด่นชัดอยู่ที่ประเทศสมาชิกทั้ง 15 ประเทศมีการใช้เงินตราสกุลเดียว (Single Currency) รวมทั้งให้มีการจัดตั้งสถาบันการเงินแห่งยุโรป (European Monetary Institute/EMI) เพื่อรองรับการจัดตั้งธนาคารกลางยุโรป (European Central Bank) ซึ่งมีหน้าที่ออกเงินตราสกุลเดียว และนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2545 เป็นต้นไปธนาคารกลางยุโรปจะใช้ธนบัตรยูโรอย่างเต็มตัวและเงินสกุลท้องถิ่นจะถูกยกเลิกในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2545 จึงจำเป็นที่ประเทศสมาชิกต้องปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจในด้านต่างๆเพื่อลดความแตกต่างในด้านค่าเงินของแต่ละประเทศ การนำเงินยูโรมาใช้ในระบบเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและลบต่อประเทศไทยดังนี้

ผลกระทบด้านบวก การรวมตัวเป็นตลาดเดียวทำให้เศรษฐกิจของสหภาพยุโรปขยายตัวและมีอำนาจซื้อสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีของไทยที่จะขยายการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปมากขึ้น การมีกฎระเบียบเหมือนกันทำให้สินค้าไหลเวียนได้อย่างเสรีโดยมีต้นทุนการขนส่งต่ำในการการขนถ่ายสินค้าข้ามประเทศ เพราะการใช้เงินยูโรจะลดค่าธุรกรรมในการแลกเปลี่ยนเงินตรา แต่ก็ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบเช่นกันเพราะการใช้เงินสกุลเดียวกันและการรวมตัวกันเป็นตลาดเดียวส่งผลให้ต้นทุนการผลิตภายในสหภาพยุโรปลดลงทั้งในด้านของค่าธุรกรรมในการแลกเปลี่ยนเงินตราและการขนส่งสินค้า ทำให้เกิดการซื้อขายกันเองของประเทศสมาชิกมากขึ้นสินค้าจากประเทศไทยอาจต้องแข่งขันกับสินค้าภายในสหภาพยุโรปมากขึ้น รวมทั้งการนำเงินยูโรมาใช้ทำให้ผู้ส่งออกไทยไม่สามารถใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศสมาชิกได้

จากการรวมตัวเป็นตลาดเดียวของสหภาพยุโรปการส่งออกปกป้องและเนื้อปลาแช่แข็งรวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดมายังสหภาพยุโรปจะต้องเป็นไปตามกฎระเบียบของสหภาพยุโรป ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมการ ขั้นตอนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษา การขนส่ง การแจกจ่าย การจัดการ และการเสนอขาย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคให้ปลอดภัยในการบริโภคอาหาร กฎระเบียบที่สำคัญประกอบไปด้วย

1. กฎระเบียบเกี่ยวกับส่วนผสมอาหาร (Food Additives) ได้ประกาศใช้ข้อกำหนดเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2531 ซึ่งมีรายการ "Positive List" ของสารผสมอาหารที่สามารถนำมาใช้ได้เท่านั้น แต่ถ้าไม่ปรากฏอยู่จะถือว่าเป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์ และสินค้านั้นจะถูกถอนออกจากตลาด

2.กฎระเบียบเกี่ยวกับการติดฉลากกำหนดให้มีการระบุชื่อของสารผสมอาหารในใบฉลากติดอาหารด้วย

3.กฎระเบียบเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) ได้ประกาศใช้ข้อกำหนดเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2531 ซึ่งกำหนดว่า วัสดุที่นำมาใช้บรรจุอาหารจะต้องไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือทำให้คุณภาพของอาหารเปลี่ยนแปลงไป

4. มาตรฐานฉลากสีเขียว (Green Dot) เมื่อปลายเดือนมิถุนายน พ.ศ.2539 สมาชิกสหภาพยุโรป รวม 4 ประเทศอันประกอบด้วย เยอรมนี ฝรั่งเศส เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ ประกาศบังคับใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า Green Dot ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมของเหลือใช้ประเภทบรรจุภัณฑ์ภาชนะบรรจุหีบห่อสินค้า โดยผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกสินค้าจะต้องรับผิดชอบในการกำจัดของเหลือใช้โดยการกำหนดสัดส่วนของเหลือใช้ที่จะนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่หรือนำมาผ่านกระบวนการผลิตใหม่ (Recycle) ให้มากขึ้น (ร้อยละ 25-45 หรืออย่างน้อยร้อยละ 15 ของน้ำหนักวัสดุแต่ละชิ้น) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกสินค้าภายใต้ระบบนี้จะต้องผ่านการตรวจสอบรับรองจากองค์การที่ทางสหภาพยุโรปจัดตั้งขึ้นก่อนที่จะออกฉลากสีเขียวให้กับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกนั้นๆ ซึ่งจะทำให้สินค้าที่มีมาตรฐานต่ำกว่าที่กำหนดไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้

5. ระบบมาตรฐาน ISO Version 2000 ซึ่งเป็นการนำมาตรฐานสินค้าเดิม เช่น มาตรฐานเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14000) มาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพองค์กร (ISO 9000) และมาตรฐานย่อยของมาตรฐาน ISO ทั้งหมดมาปรับปรุงเป็นมาตรฐานใหม่ซึ่งมีความเข้มงวดมากกว่ามาตรฐานเดิมทั้งสองเพราะ มาตรฐาน ISO Version 2000 จะต้องได้มาตรฐานทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพองค์กร รวมถึงมาตรฐานอื่นๆที่สหภาพยุโรปอาจจะกำหนดไว้ในมาตรฐานใหม่ โดยระบบมาตรฐาน ISO Version 2000 นี้เริ่มใช้ในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2543 เป็นต้นไป

6. นโยบายของสหภาพยุโรปด้านความปลอดภัยของอาหาร เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2543 คณะกรรมาธิการยุโรปได้ให้ความเห็นชอบต่อสมุดปกขาวนโยบายด้านความปลอดภัยของอาหาร (White Paper on Food Safety) โดยมีหลักการเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านความปลอดภัยของอาหารให้แก่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปและกำหนดกลไกกลางของสหภาพยุโรปที่จะกำกับดูแลด้านความปลอดภัยของอาหาร

สาระสำคัญของเอกสารนโยบายด้านความปลอดภัยของอาหารดังกล่าวประกอบด้วย

(1) เสนอให้จัดตั้งหน่วยงานกลางด้านความปลอดภัยของอาหาร (European Food Authority : EFA) ให้สามารถดำเนินการได้ภายในปี พ.ศ.2545 เพื่อควบคุมดูแลความปลอดภัยของอาหารทั้งวงจรการผลิต วัตถุดิบ จนกระทั่งถึงการบริโภคขั้นสุดท้าย และรวมถึงสินค้าใหม่ (Novel Foods) และ สินค้าที่มีการตัดแต่งพันธุกรรมหรือ GMOs (Genetically Modified Organism) ด้วย

(2) พัฒนาระบบเตือนภัยฉุกเฉิน (Rapid Alert System)

(3) การปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ อาทิ การตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Ability to Trace) ได้ทุกขั้นตอน มีการตรวจสอบควบคุมอย่างเข้มงวดและให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ เป็นต้น โดยมีแผนดำเนินการให้แล้วเสร็จในเวลา 3 ปี นับจากปี พ.ศ.2543

การเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านความปลอดภัยทางด้านอาหารของสหภาพยุโรปในครั้งนี้น่าจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อไทย ทางบวก การกำหนดมาตรฐานของสหภาพยุโรปจะมีความโปร่งใสมากขึ้นและเป็นระบบเดียวกันในทุกประเทศสมาชิกเพราะจะมีหน่วยงานกลางมารับผิดชอบเรื่องนี้ ส่วนผลกระทบทางลบ ทำให้สหภาพยุโรปเข้มงวดในการตรวจสอบ ควบคุมและความปลอดภัยที่เข้มงวดมากขึ้นกว่าเดิม โอกาสที่อาหารและวัตถุดิบที่ใช้ผลิตอาหารที่ไทยส่งออกไปยังสหภาพยุโรปจะถูกตรวจสอบพบสารปนเปื้อน สารตกค้าง หรือเชื้อจุลินทรีย์ต่างๆ ที่สร้างความไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภคมีมากขึ้นด้วย

นอกเหนือจากการปรับประสานกฎระเบียบของประเทศสมาชิกและระเบียบข้อบังคับของสหภาพยุโรปที่ออกใหม่จะมีผลกระทบกับการส่งออกปุ๋ยกระป๋องและเนื้อปลาแช่แข็งรวมถึงสินค้าอาหารอื่นๆ แล้ว ยังมีมาตรการทางด้านภาษีซึ่งมีผลกระทบต่อ การส่งออกปุ๋ยกระป๋องของไทยมายังสหภาพยุโรปอีกด้วย หลังจากปี พ.ศ.2542 เป็นต้นมาสหภาพยุโรปได้ทำการยกเลิกการให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรแก่ไทยทั้งหมดใน 3 กลุ่มสินค้าซึ่งในกลุ่มสินค้าประมงมีปุ๋ยกระป๋องรวมอยู่ด้วยแต่ไม่มีเนื้อปลาแช่แข็งรวมอยู่ ทำให้ปุ๋ยกระป๋องจากประเทศไทยต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7.6 และตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2542 เป็นต้นไปปุ๋ยกระป๋องจากประเทศไทยที่นำเข้ามายังสหภาพยุโรปต้องเสียภาษีในอัตราปกติคือร้อยละ 11.2 การตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากรในกลุ่มสินค้าประมงนี้มีเพียงประเทศไทยเท่านั้นที่ถูกตัดสิทธิ ส่งผลให้การส่งออกปุ๋ยกระป๋องของประเทศไทยมายังสหภาพยุโรปลดลงมากเนื่องจากไม่สามารถแข่งกับประเทศคู่แข่งที่เสียภาษีเพียงร้อยละ 3.9 ได้

2.4. บทบาทและหน้าที่ของรัฐที่มีต่อการส่งออกปุ๋ยป้องกันและเนื้ปลาแช่แข็งของไทย

2.4.1. การคืนและชดเชยภาษีส่งออก

จากการที่ประเทศไทยมีอัตราภาษีอากรขาเข้าที่ค่อนข้างสูงทำให้กระทบถึงอุตสาหกรรมส่งออกปุ๋ยป้องกันและเนื้ปลาแช่แข็งในเรื่องของการนำเข้าวัตถุดิบได้แก่ เนื้ปูและปลาสดจากต่างประเทศต้องเสียภาษีในอัตราสูงถึงร้อยละ 60 เนื่องจากในปัจจุบันทรัพยากรสัตว์น้ำในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการในการผลิตในบางฤดูกาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งปูม้าซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตปุ๋ยป้องกันในบางฤดูกาลต้องนำเข้ามาจากเวียดนาม รัฐบาลจึงได้มีมาตรการที่จะช่วยเหลือผู้ส่งออกในด้านภาษีดังนี้

1. การคืนอากรขาเข้าวัตถุดิบที่เสียไว้ กรณีที่สินค้าส่งออกผลิตจากวัตถุดิบที่นำเข้าตามมาตรา 19 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติศุลกากรฉบับที่ 9 พ.ศ. 2482 โดยให้คืนเงินอากรขาเข้าที่ได้ชำระไว้แล้วสำหรับของที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ผลิต ผสม ประกอบหรือบรรจุแล้วส่งออกป็นอกรขาออกจักรภายใน 1 ปี นับตั้งแต่วันนำเข้าและขอคืนภาษีภายใน 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่ส่งสินค้าออก โดยผู้นำเข้าสินค้าตามมาตรา 19 ทวิ สามารถใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือหนังสือค้ำประกันของกระทรวงการคลังวางประกันแทนการชำระอากรด้วยเงินสดได้ โดยเงินภาษีที่คืนจะได้รับเป็นการจ่ายเป็นเช็คเงินสดหรือหนังสือค้ำประกัน มูลค่าที่ผู้ส่งออกจะได้รับคืนขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ไปในการผลิตเพื่อส่งออกและขึ้นอยู่กับสูตรการผลิตที่ได้รับอนุมัติจากกรมศุลกากร

2. สิทธิในการขอชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบภายในประเทศหรือวัตถุดิบจากต่างประเทศ บางส่วนหรือทั้งหมดและไม่เป็นสินค้าที่คณะกรรมการชดเชยกำหนดให้ไม่ได้รับการชดเชยหรือไม่เป็นสินค้าที่ใช้สิทธิประโยชน์ด้านอื่น เช่น 19 ทวิ หรือได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนแล้วเป็นต้น การชดเชยค่าภาษีอากร หมายถึงการที่รัฐบาลจ่ายเงินให้แก่ผู้ส่งออกในรูปของบัตรภาษีสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศ ซึ่งรวมถึงการขายสินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือรัฐวิสาหกิจตามโครงการเงินกู้หรือเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ และรวมถึงการขายสินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือหน่วยงานที่มีสิทธินำเข้าสินค้าเข้ามาโดยได้รับการยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร การชดเชยค่าภาษีอากรเป็นการทดแทนค่าภาระอากรที่ผู้ผลิตได้เสียไปทุกขั้นตอนของการผลิตอันได้แก่ บรรดาภาษีอากรที่อยู่ในรูปมูลค่าของวัตถุ

อุปกรณ์ อะไหล่ เครื่องจักร เชื้อเพลิง พลังงานอย่างอื่นที่ใช้ในการผลิตสินค้า โดยการชดเชยค่าภาษีอากรได้กำหนดเป็นอัตราร้อยละของมูลค่าราคา

2.4.2. การช่วยเหลือทางการเงิน⁴²

การช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาลนั้นจัดว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อภาคการส่งออกไม่เพียงแต่การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเท่านั้นแต่มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าทุกชนิด เนื่องจากมีความเกี่ยวพันกับการมีแหล่งเงินทุนและต้นทุนการเงินของผู้ส่งออก จากเดิมในอดีตนโยบายทางเศรษฐกิจของไทยต้องการที่จะคุ้มครองอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามีการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงและมีนโยบายอัตราดอกเบี้ยที่สูงเพื่อสร้างเงินออมภายในประเทศซึ่งนโยบายเหล่านี้ขัดแย้งกับการสนับสนุนการส่งออก รัฐบาลจึงมีมาตรการทางการเงินผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำเป็นพิเศษ การให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกของธนาคารแห่งประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นตามลำดับ และได้พัฒนาไปสู่การจัดตั้งธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลังโดยเปิดดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2537 เพื่อทำหน้าที่ดูแลและให้บริการทางการเงินเพื่อการส่งออกและนำเข้าโดยเฉพาะ โดยเครื่องมือทางการเงินที่ธสน.ใช้ในการช่วยเหลือผู้ส่งออกคือ บริการแพ็คเกจเครดิต (Packing Credit) ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ธสน.ให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำกว่าสภาวะตลาดแก่ผู้ส่งออกโดยทั่วไปหรือผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกผ่านทางธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ผู้ส่งออกนำเงินไปใช้หมุนเวียนก่อนการส่งออกและ/หรือหลังการส่งออกในกรณีที่การขายมีกำหนดเวลาชำระเงิน โดยผู้ส่งออกต้องรายงานการนำเงินกู้ไปใช้การทำแพ็คเกจเครดิตนั้นธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์โดยธสน.จะเป็นผู้ให้สินเชื่อร้อยละ 50 ของวงเงินที่ขอโดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 5 จากธนาคารพาณิชย์ ส่วนวงเงินที่เหลืออีกครั้งหนึ่งจะเป็นเงินของธนาคารพาณิชย์ในการปล่อยสินเชื่อ

นอกจากนี้ยังมีอีกบริการหนึ่งที่จัดว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินได้คือสินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออกเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อที่ต่ำกว่าสภาวะการตลาด สินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออกเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นวงเงินหมุนเวียนเพื่อให้ผู้ส่งออกนำเงินไปใช้ในการจัด

⁴² อรรถกถา รัฐสังกร์กาญจน์ และคณะ, ปัจจัยและมาตรการภายในประเทศที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกไทย (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย, 2541), หน้า 122-124

เตรียมสินค้าก่อนส่งออก ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกแต่ละครั้งต้องไม่ต่ำกว่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยครอบคลุมถึงการส่งออกสินค้าทุกชนิด อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อประเภทนี้จะคิดตามอัตราดอกเบี้ยของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งโดยทั่วไปต่ำกว่าดอกเบี้ยของสกุลเงินบาทและยังเป็นการลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้แก่ผู้ส่งออก โดยผู้ส่งออกสามารถนำเงินดอลลาร์สหรัฐฯที่ได้จากการขายเอกสารการส่งออกไปใช้ชำระหนี้เงินกู้ได้ทันทีโดยไม่ต้องเปลี่ยนเป็นเงินบาท นอกจากนี้จะมีสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อการส่งออกแล้วยังมีสถาบันการเงินอื่นๆอีกที่ให้เงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำเช่น บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) แต่โดยทั่วไปแล้ว IFCT จะเน้นการให้สินเชื่อแก่ภาคอุตสาหกรรมโดยรวมไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกหรือไม่ก็ตาม

2.4.3. การส่งเสริมการลงทุน

หน่วยงานเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีหน้าที่หลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมโดยทั่วไปและวางมาตรการสนับสนุนนโยบายอุตสาหกรรม โดยในปัจจุบันมีนโยบายในการจูงใจอุตสาหกรรมให้ออกไปตั้งอยู่ในต่างจังหวัดโดยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำจะอยู่ในภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ซึ่งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนในเขตที่ 1 และ 3 มาตรการสิทธิประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละเขตมีดังนี้

เขต 1 โครงการที่ประกอบหรือตั้งโรงงานในกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี นนทบุรี และนครปฐม แต่โรงงานแปรรูปสัตว์น้ำที่ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 1 จะตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาครและกรุงเทพมหานครซึ่งได้รับสิทธิพิเศษดังนี้

1. ให้ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรกึ่งหนึ่งเฉพาะรายการที่ไม่อยู่ในประกาศกระทรวงการคลังที่ ศก.13/2533 ลงวันที่ 18 กันยายน พ.ศ.2533 เว้นแต่รายการเครื่องจักรที่มีอากรขาเข้าต่ำกว่าร้อยละ 10 จะไม่ได้รับการลดหย่อนสำหรับโครงการที่มีการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขาย หรือ ตั้งแหล่งประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริม

2. ให้ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปีสำหรับโครงการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขายและตั้งแหล่งประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมหรือในเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริม

3. ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นเวลา 1 ปี สำหรับโครงการที่ส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่ายอดขาย

เขต 3 โครงการที่ประกอบการหรือตั้งโรงงานในเขตส่งเสริมการลงทุน ใน 60 จังหวัดรวมนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง แต่โรงงานที่ผลิตอาหารทะเลแช่แข็งและอาหารทะเลกระป๋องที่ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 จะตั้งอยู่ในจังหวัดทางภาคใต้ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี ภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล จังหวัดทางภาคตะวันออกได้แก่ ตราดและระยองซึ่งโรงงานที่ตั้งอยู่ในเขตนี้ทั้งหมดได้รับสิทธิพิเศษดังนี้

1. ให้ได้รับการยกเว้นภาษีอากรขาเข้าเครื่องจักร

2. ให้ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี

3. ให้ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าร้อยละ 75 ของอัตราปกติสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นที่นำเข้ามาผลิตเพื่อจำหน่ายในราชอาณาจักรเป็นเวลา 5 ปี โดยคณะกรรมการจะอนุมัติให้คราวละ 1 ปี แต่วัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นนั้นจะต้องไม่เป็นของที่ผลิตหรือมีกำเนิดในราชอาณาจักรซึ่งมีคุณภาพใกล้เคียงกับชนิดที่จะนำเข้ามาในราชอาณาจักรและมีปริมาณเพียงพอที่จะจัดหามาใช้ได้ ทั้งนี้ไม่รวมถึงโครงการที่ประกอบการหรือตั้งโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

4. ได้รับการยกเว้นภาษีอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็น 5 ปี สำหรับโครงการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของยอดขาย

5. ได้รับสิทธิและประโยชน์พิเศษตามมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ดังนี้

- 1) ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 2) อนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปาเป็น 2 เท่าเป็นเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้
- 3) อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุน

2.4.4. การควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการแปรรูปสัตว์น้ำ

กระทรวงที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการแปรรูปสัตว์น้ำทั้งทางตรงและทางอ้อมมีอยู่ 5 กระทรวงได้แก่

1. กระทรวงอุตสาหกรรมมีหน้าที่ตรวจสอบและอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

2. กระทรวงสาธารณสุขจะทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยกองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และกองวิเคราะห์อาหารส่งออก กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ซึ่งทำการตรวจวิเคราะห์และออกใบรับรองสุขภาพ (Health Certificate) สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารส่งออกตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้า

3. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรับผิดชอบการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยมีสำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก (Radioactive Document Certificate)

4. กระทรวงพาณิชย์จะทำหน้าที่ในการออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรอื่นๆที่ส่งออกไปยังประเทศที่ให้สิทธิประโยชน์ทางการค้า (GSP) แก่ประเทศไทยโดยกองสิทธิประโยชน์ทางการค้าหรือสำนักงานการค้าระหว่างประเทศภายใต้กรมการค้าต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเพื่อประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดจะต้องขึ้นบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกที่กรมการค้าต่างประเทศ

5. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รับผิดชอบเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเล พร้อมทั้งมีหน่วยงานที่ทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทุกชนิดคือ กองควบคุมตรวจสอบผลิตภัณฑ์การแปรรูปสัตว์น้ำและศูนย์ควบคุมการตรวจสอบสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลาของกรมประมง ซึ่งกรมประมงเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมตรวจสอบผลิตภัณฑ์และการแปรรูปสัตว์น้ำดังนี้

5.1. ให้บริการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และออกใบรับรองกำกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเพื่อการส่งออกโดยประเทศที่ยอมรับและให้ความเชื่อถือใบรับรองของกรมประมงได้แก่ ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แอฟริกาใต้ บราซิล อาร์เจนตินา เป็นต้น โดยสินค้าที่ส่งเข้าประเทศเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องถูกกักกันเพื่อรอการตรวจสอบที่ด่านของประเทศผู้นำเข้าหรือมีการสุ่มตรวจในอัตราที่ต่ำที่

สุดท้ายเมื่อมีการส่งออกสินค้าในแต่ละโรงงานจะต้องแจ้งให้กรมประมงทราบเพื่อจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปเก็บตัวอย่างสินค้ารุ่นนั้นๆ เพื่อนำมาตรวจสอบในห้องปฏิบัติการของกองควบคุมตรวจสอบผลิตภัณฑ์และการแปรรูปสัตว์น้ำ โดยตรวจสอบคุณภาพทางด้านกายภาพ เคมีและจุลินทรีย์ ว่าเป็นไปตามมาตรฐานของประเทศปลายทางของสินค้าสัตว์น้ำเหล่านั้นหรือไม่ หากพบว่าเป็นไปตามมาตรฐาน กรมประมงจะออกใบรับรองให้ แต่หากพบที่ไม่ได้มาตรฐานจะไม่ออกใบรับรองทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถส่งออกสินค้ารุ่นนั้นได้ หรืออาจต้องมีการส่งเจ้าหน้าที่ไปสุ่มตัวอย่างซ้ำเพื่อนำกลับมาตรวจสอบอีกครั้งแล้วแต่ความรุนแรงของปัญหา และอาจมีมาตรการอื่นกับโรงงานผลิตหากพบว่าเป็นปัญหาในระบบการผลิต

5.2. ตรวจสอบโรงงานและการขึ้นทะเบียนโรงงาน โดยโรงงานที่ทำการแปรรูปสัตว์น้ำที่มีความประสงค์จะมาขอขึ้นทะเบียนจะแจ้งความจำนงมายังกรมประมงเพื่อให้จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบโรงงานและสภาพการผลิตภายในโรงงาน หากพบว่าโรงงานเป็นไปตามข้อกำหนดด้านสุขลักษณะของกรมประมงและของประเทศผู้นำเข้า จึงจะจัดให้อยู่ในบัญชีรายชื่อที่สามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้ กรมประมงมีการจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกไปตรวจโรงงานเป็นครั้งคราว ความถี่ในการตรวจสอบมีตั้งแต่ปีละครั้งไปจนถึงปีละ 4 ครั้งแล้วแต่สภาพโรงงานและสภาวะการผลิต กรมประมงยังมีการตรวจสอบโรงงานกับเจ้าหน้าที่ต่างประเทศด้วย เช่น เจ้าหน้าที่จากประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาร์เจนตินา สหภาพยุโรป ฯลฯ เมื่อประเทศเหล่านั้นจัดส่งคณะเจ้าหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานการผลิตของผู้ผลิตและหน่วยงานตรวจสอบของไทย

5.3. การให้การฝึกอบรมแก่ภาคเอกชน โดยกองควบคุมตรวจสอบผลิตภัณฑ์และการแปรรูปสัตว์น้ำมีการจัดการฝึกอบรมการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพ การตรวจวิเคราะห์คุณภาพทั้งทางเคมี จุลินทรีย์ และกายภาพโดยเชิญเจ้าหน้าที่จากต่างประเทศมาเป็นวิทยากรและจัดการฝึกอบรมเฉพาะเป็นครั้งคราวหากได้รับการร้องขอจากผู้ผลิต ตัวอย่างเช่นในกรณีระบบการควบคุมจุดวิกฤตในการผลิต (HACCP) ที่เป็นระบบควบคุมคุณภาพที่มีการบังคับใช้ในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ผู้ผลิตที่มีการส่งผลิตภัณฑ์อาหารทะเลออกไปยังประเทศดังกล่าวต้องมีการใช้ระบบ HACCP ในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ กรมประมงได้จัดให้มีการฝึกอบรมการจัดทำระบบดังกล่าวให้แก่ภาคเอกชน มีการส่งเจ้าหน้าที่ออกไปตรวจสอบความถูกต้องและประสิทธิภาพในการปฏิบัติ นอกจากนี้กรมประมงยังให้การรับรองแก่โรงงานที่เป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดและหากได้รับการร้องขอจากโรงงานก็จะออกใบรับรองคุณภาพ HACCP ให้กับโรงงานซึ่งโรงงานสามารถนำไปรับรองนี้ไปแสดงกับประเทศผู้นำเข้าได้

นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐยังได้มีการประสานงานและความร่วมมือกับองค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ ที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนคือ การประสานงานกับองค์การมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ CODEX หรือคณะกรรมการวิชาการโครงการมาตรฐานอาหารเอฟ เอ โอ / ดับบลิว เอช โอ ซึ่งประเทศไทยเป็นสมาชิกอยู่ โครงการดังกล่าวมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นหน่วยประสานงานโดยการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (สมอป.) ในส่วนของประเทศไทยเพื่อประสานงานกับ CODEX และประเทศสมาชิก CODEX อื่นๆ อย่างไรก็ตามการดำเนินการของสมอป. นั้นนอกจากจะขึ้นกับสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) แล้ว สมอป. ยังทำหน้าที่ดำเนินงานด้านต่างๆเพื่อพิจารณามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารประเภทต่างๆ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทั้งในด้านการเจรจาข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างประเทศและการพัฒนาระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของไทย

2.4.5. การพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบที่สำคัญที่สุดในการผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและเนื้อปูกระป๋องก็คือปลาและปูนั่นเองซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ล้วนได้จากการทำประมงดังนั้นนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการทำประมงโดยตรงก็คือ นโยบายพัฒนาการประมงแห่งชาติที่อยู่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ประกอบด้วยนโยบายหลัก 4 นโยบาย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. นโยบายการประมงในน่านน้ำไทย

นโยบายการประมงในน่านน้ำไทยครอบคลุมในเรื่องการทำประมงในแหล่งประมงธรรมชาติ ทั้งด้านการประมงทะเลและประมงน้ำจืด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการทรัพยากรประมงอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาระดับผลผลิตทางการประมงให้สูงสุดอย่างถาวรตลอดไปและเพื่อยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของชาวประมงให้ดีขึ้น การพัฒนาประมงในน่านน้ำไทยมีเป้าหมายเพื่อที่จะรักษาระดับผลผลิตประมงในน่านน้ำไทยให้ได้ไม่ต่ำกว่าปีละ 1.7 ล้านตัน และลดการใช้ทรัพยากรประมงที่ไม่คุ้มค่าลงไม่ต่ำกว่าปีละ 100,000 ตัน นโยบายดังกล่าวประกอบด้วย

1.1.เร่งรัดการจัดการใช้ทรัพยากรประมงให้เป็นระบบเหมาะสมโดยเน้นการพัฒนาควบคู่กับการอนุรักษ์

- 1.2. พัฒนาทรัพยากรประมงและสิ่งแวดล้อมเพื่อคงศักยภาพการผลิตให้สูงสุดตลอดไป
- 1.3. ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพชาวประมง

2. นโยบายประมงนอกน่านน้ำไทย

นโยบายการประมงนอกน่านน้ำไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการประมงนอกน่านน้ำไทยให้มีความมั่นคงถาวร ขยายแหล่งทำการประมงของกองเรือประมงไทยและนำวัตถุดิบมาสู่อุตสาหกรรมประมงภายในประเทศ และควบคุมจัดระเบียบการทำการประมงของกลุ่มชาวประมงให้เป็นไปตามข้อตกลงของรัฐชายฝั่งหรือประเทศผู้ร่วมลงทุน การพัฒนาประมงนอกน่านน้ำมีเป้าหมายที่จะให้เรือประมงไทยขนาดความยาวไม่น้อยกว่า 18 เมตร เป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 3,500 ลำ สามารถออกไปทำการประมงร่วมกับประเทศต่างๆอย่างถูกต้องปลอดภัย โดยมีผลผลิตสัตว์น้ำจากการทำประมงนอกน่านน้ำไม่ต่ำกว่าปีละ 1.8 ล้านตัน นโยบายดังกล่าวประกอบด้วย

- 2.1. ส่งเสริมและพัฒนาการประมงนอกน่านน้ำไทย
- 2.2. คุ้มครองและควบคุมเรือประมงไทยที่ออกไปทำการประมงในต่างประเทศ
- 2.3. ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ชาวประมง
- 2.4. คุ้มครองและช่วยเหลือแรงงานประมง

3. นโยบายการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

นโยบายการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำครอบคลุมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มผลผลิตสัตว์น้ำจากการเพาะเลี้ยงให้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ โดยเฉพาะการเพิ่มผลผลิตสัตว์น้ำที่ได้จากการเพาะเลี้ยงชายฝั่งเพื่อการส่งออกและเพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำมีเป้าหมายที่จะให้มีการเพิ่มผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงในอัตราร้อยละ 5 ต่อปีเป็นอย่างต่ำและมีเป้าหมายผลผลิตที่ 550,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2539 โดยแยกเป็นผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด 250,000 ตัน และผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง 305,000 ตัน นโยบายดังกล่าวประกอบด้วย

3.1. พัฒนาเทคนิคการจัดการและวิธีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

3.2. ป้องกันและรักษาสภาพแวดล้อมให้อยู่ในสภาวะที่เหมาะสมเพื่อมิให้ทำลายอุตสาหกรรม
การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

3.3. พัฒนาและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานเพื่อการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

4. นโยบายอุตสาหกรรมประมง

นโยบายอุตสาหกรรมประมงมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการตลาดและส่งเสริมการส่งออกสินค้าสัตว์น้ำของไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด และเพื่อปรับปรุงคุณภาพสัตว์น้ำภายหลังจากการจัดให้มีคุณภาพแน่นอนและมีมาตรฐานตามความต้องการของโรงงานแปรรูป การพัฒนาอุตสาหกรรมประมงมีเป้าหมายที่จะรักษาระดับการผลิตเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าสัตว์น้ำให้ได้ไม่ต่ำกว่าปีละ 1 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 75,000 ล้านบาท และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำได้ในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะกระจายอาหารและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปสู่ราษฎรในชนบทเพื่อให้การบริโภคสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไม่ต่ำกว่า 30 กิโลกรัมต่อคนต่อปี นโยบายดังกล่าวประกอบด้วย

4.1. ส่งเสริมการหาแหล่งวัตถุดิบสัตว์น้ำให้พอเพียงกับความต้องการของอุตสาหกรรมประมง

4.2. ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ

4.3. ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำในระบบอุตสาหกรรมประมง

4.4. พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด

4.5. ควบคุมและป้องกันสภาวะแวดล้อมเสื่อมโทรมอันเนื่องมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรม
ประมง

สำหรับรายละเอียดของนโยบายหลักทั้ง 4 นโยบายสามารถดูได้จากนโยบายพัฒนาการประมงแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544)⁴³

⁴³ สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, แนวทางการพัฒนาประมงในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2539), หน้า 1-39

2.4.6. การส่งเสริมด้านการตลาด

รัฐบาลมีนโยบายที่ช่วยส่งเสริมด้านการตลาดส่งออกโดยมีมาตรการหลายลักษณะ ซึ่งมีส่วนช่วยผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งได้ มาตรการดังกล่าวประกอบไปด้วย

1. การจัดงานแสดงสินค้าทั้งในและนอกประเทศและกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

เป็นกิจกรรมแสดงสินค้าซึ่งส่วนมากเป็นสินค้าทั่วไปแต่ก็มีกิจกรรมแสดงสินค้าเฉพาะสินค้าอาหารหรือเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไม่ว่าจะเป็นอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแช่แข็งบ้าง ตัวอย่างงานแสดงสินค้าอาหารในประเทศที่สำคัญเช่น งานแสดงสินค้าอาหารไทยปี 2000 (Thailand International Food Exhibition 2000 : THAI FEX '99) และงานแสดงสินค้าอาหารไทยมุสลิมปี 2000 (Thailand International Muslim Food Exhibition 2000 : THAI MEX '99) ส่วนงานแสดงผลภัณฑ์อาหารทะเลของไทยในต่างประเทศจะเน้นที่การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในตลาดยุโรป อเมริกา และตลาดใหม่เป็นสำคัญ ตัวอย่างงานแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่สำคัญที่ไทยเข้าร่วมที่ผ่านมาได้แก่ งานแสดงสินค้า FOODEX ที่ประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2541 โดยในงานนี้กรมส่งเสริมการส่งออกได้เปิดตัวโครงการสัญลักษณ์ตราสินค้าไทยเป็นครั้งแรก งานแสดงสินค้า International Boston Show 2000 และงานแสดงสินค้าเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเช่นงาน European Seafood Exposition 2000 (ESE 2000) ส่วนกิจกรรมอื่นๆที่เป็นกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทยในต่างประเทศ (Joint Promotion) ส่วนใหญ่เป็นการจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าในต่างประเทศ (Instore Promotion) การจัดเผยแพร่แนะนำสินค้าเฉพาะประเภท (Solo Exhibition) และการจัดบูธประชาสัมพันธ์ (Information Stand)

2. โครงการสัญลักษณ์ตราสินค้าไทย (Thailand's Brand)

คณะกรรมการรัฐมนตรีว่าด้วยนโยบายเศรษฐกิจได้มีมติเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2542 เห็นชอบกับแผนพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ประจำปี 2542 ซึ่งกลยุทธ์สำคัญคือการเร่งสร้างขีดความสามารถทางการค้าของไทยในตลาดโลก ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศและสินค้าไทย กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการส่งออกจึงได้เริ่มเปิดตัวโครงการสัญลักษณ์ตราสินค้าไทยขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศ เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2542 ณ ทำเนียบรัฐบาล ในพิธีดังกล่าวได้มี ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสื่อมวลชนมาร่วมงานเพื่อรับทราบรายละเอียด

ละเยียดในการดำเนินโครงการฯ ตลอดจนรับทราบสัญลักษณ์ตราประเทศไทย รวมทั้งได้ขอความร่วมมือจากผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยร่วมกันใช้สัญลักษณ์ตราสินค้าไทยบนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าต่าง ๆ ต่อมากรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดพิธีเปิดตัวโครงการและสัญลักษณ์ฯ ดังกล่าวในต่างประเทศขึ้นเป็นครั้งแรก ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ในงานแสดงสินค้า Foodex'99 เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2542 ซึ่งปรากฏว่าได้รับความสนใจจากนักธุรกิจอย่างกว้างขวาง หลังจากนั้นกรมส่งเสริมการส่งออกได้ทำการเผยแพร่สัญลักษณ์ตราประเทศไทยและสินค้าไทยควบคู่ไปกับการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ในงานแสดงสินค้าที่กรมส่งเสริมการส่งออกจัดขึ้นในประเทศและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ตลอดจนได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่สัญลักษณ์ดังกล่าวจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรมประชาสัมพันธ์ และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เป็นต้น และหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสหภาพการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น ผลของการดำเนินการอย่างต่อเนื่องทำให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จในการเชิญชวนให้ผู้ผลิตผู้ส่งออกไทยจากกลุ่มสินค้า 17 กลุ่มซึ่งก็รวมถึงกลุ่มสินค้าอาหาร/เครื่องดื่มด้วย เข้าร่วมใช้สัญลักษณ์ตราสินค้าไทยถึงกว่า 847 ราย (ณ เดือนเมษายน พ.ศ.2543) ภายในระยะเวลาปีกว่าๆและมีแนวโน้มว่าจะมีผู้สมัครขอใช้สัญลักษณ์นี้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ปัจจุบันสัญลักษณ์ตราสินค้าไทยหรือที่รู้จักกันในชื่อ Thailand's Brand เริ่มเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้ตราสินค้าของผู้ส่งออกของไทยเป็นที่คุ้นเคยยิ่งขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ตลอดจนผู้บริโภคได้ในระยะยาวนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยให้สินค้าไทยขยายฐานการตลาดได้มากขึ้น การใช้ตราสัญลักษณ์จะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของตนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาชื่อเสียงและความนิยมในหมู่ลูกค้า ทั้งยังมีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้กับประเทศไทยอีกด้วย

นอกจากโครงการตราสัญลักษณ์สินค้าไทยแล้วกระทรวงพาณิชย์ยังได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศจึงได้มอบหมายให้กรมส่งเสริมการส่งออกจัดตั้งโครงการสร้างเครือข่ายกระจายสินค้าที่มีชื่อทางการค้าของตนเองภายในต่างประเทศ (Distribution Network : DN) โดยให้สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศเป็นผู้บริหารโครงการ โครงการสร้างเครือข่ายกระจายสินค้านี้มีวัตถุประสงค์สนับสนุนและผลักดันผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่มีตราสัญลักษณ์สินค้าของตนเองและมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศเรียบร้อยแล้วและมีความตั้งใจและมีความพร้อมที่จะสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าของตนเองในต่างประเทศ นอกจากนี้โครงการสร้างเครือข่าย

กระจายสินค้ายังสนับสนุนผู้เข้าร่วมโครงการในการสรรหาคู่ค้าและตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม ภายใต้คำขวัญที่ว่า "Agent Wanted" เพื่อหาคู่ค้าในการกระจายสินค้าและดูแลการสร้างตราสัญลักษณ์ สินค้าของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3.โครงการผลักดันการส่งออกเพื่อเพิ่มสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดใหม่

จากมติคณะรัฐมนตรีให้จัดตั้งศูนย์ผลักดันการส่งออกไปตลาดใหม่ (New Market Promotion) เพื่อแข่งขันกับประเทศคู่แข่งและหลีกเลี่ยงจากมาตรการกีดกันทางการค้าในตลาดเดิม ซึ่งโครงการดังกล่าวได้กำหนดตลาดเป้าหมายโดยยึดหลักเกณฑ์ประเทศตามภูมิศาสตร์เป็นหลักประกอบด้วย ประเทศเพื่อนบ้าน (4 ประเทศ) ประเทศตะวันออกกลาง(15 ประเทศ) ประเทศในทวีปแอฟริกา(52 ประเทศ) ประเทศในอเมริกากลางและใต้(8 ประเทศ) ประเทศในยุโรปตะวันออก(26 ประเทศ) ประเทศในกลุ่มเอเชียใต้(7 ประเทศ) และประเทศจีน การดำเนินการตามโครงการผลักดันการส่งออกเพื่อเพิ่มสัดส่วนการส่งออกในตลาดแห่งใหม่ของหน่วยงานต่างๆสามารถแบ่งเป็นมาตรการต่างๆได้ 3 มาตรการดังนี้

1.มาตรการด้านการเงิน

1.1.ธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ได้รายงานผลการศึกษาโครงการประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออกและการจัดหาเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ส่งออกไปตลาดใหม่ให้คณะกรรมการรัฐมนตรีว่าด้วยนโยบายเศรษฐกิจสามารถสรุปได้ดังนี้

- โครงการประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออก ธสน. ได้พิจารณาเปิดบริการรับประกันการส่งออกรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นอีก 2 โครงการคือ การประกันตัวส่งออกรายย่อยและการประกันการส่งออกภายใต้เงื่อนไขการชำระเงินแบบ Letter of Credit (L/C)

- การจัดหาเงินทุนดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ส่งออกไปยังตลาดใหม่ ธนาคารแห่งประเทศไทยจะจัดสรรวงเงินอัตราดอกเบี้ยต่ำเพิ่มเติมให้แก่ ธสน. เพื่อนำไปให้กู้ยืมโดยตรงแก่ผู้ส่งออกไปยังตลาดใหม่อีก 2,000 ล้านบาท

1.2. การชดเชยภาระดอกเบี้ยเงินกู้ให้แก่ผู้ส่งออกที่ขยายการส่งออกไปตลาดใหม่ กระทรวงพาณิชย์ได้เสนอคณะกรรมการพัฒนาการส่งออกพิจารณา ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาการส่งออก ได้อนุมัติวงเงิน 150 ล้านบาทจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อชดเชยภาระอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้แก่ผู้ส่งออกเท่าที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปีตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่เกี่ยวข้อง โดยชดเชยให้เฉพาะมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากมูลค่าการส่งออกจากปีที่ผ่านมาเท่านั้นและให้ ธสน. เป็นผู้พิจารณาเรื่องหลักเกณฑ์ในการชดเชย

2. มาตรการด้านภาษี

2.1. กระทรวงการคลังได้ให้ความเห็นชอบในหลักการที่จะให้ผู้ส่งออกนำค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมขยายตลาดในตลาดใหม่มาหักลดหย่อนภาษีได้ 2 เท่า ซึ่งกรมส่งเสริมการส่งออกได้มีการหารือกับกรมสรรพากรเพื่อกำหนดรายละเอียดของค่าใช้จ่ายที่จะสามารถนำมาลดหย่อนภาษีและได้นำเสนอกระทรวงการคลังพิจารณาด้วยแล้ว

2.2. กรมสรรพากรอยู่ระหว่างการพิจารณาในรายละเอียดเพื่อออกเป็นพระราชกฤษฎีกาให้มีการลดหย่อนภาษีต่อไป

3. มาตรการส่งเสริมการส่งออก

3.1. กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการส่งออกดำเนินการตามแผนส่งเสริมและพัฒนาการส่งออกในตลาดใหม่ และได้จัดตั้งศูนย์ผลักดันการส่งออกไปตลาดใหม่ เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนผู้ส่งออกที่จะส่งออกไปยังตลาดใหม่ โดยได้จัดเจ้าหน้าที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปหาตลาดใหม่

3.2. ในระหว่างที่มาตรการด้านการเงินและมาตรการด้านภาษียังไม่ได้เริ่มดำเนินการ กระทรวงพาณิชย์จะให้ความช่วยเหลือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ส่งออกในการเดินทางไปเปิดตลาดใหม่ ซึ่งกรมส่งเสริมการส่งออกจะเป็นผู้ดำเนินการโดยการให้คำปรึกษาข้อมูลการนัดหมายในการเดินทางไปบุกตลาดใหม่ สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเปิดตลาดใหม่และพิจารณาเชิญผู้นำเข้าที่สำคัญในตลาดใหม่เดินทางมาซื้อสินค้าในประเทศไทยให้มากขึ้น

2.5. ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลส่งออกของไทย

จากทฤษฎี Porter's Diamond of Industrial Cluster Theory ของ Michael Porter ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประชาชาติ 4 ประการดังที่กล่าวแล้วในบทที่ 2 จากแนวคิดดังกล่าวในการศึกษาปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลส่งออกของไทยได้ศึกษาตามปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประชาชาติตามแนวคิดของ Michael Porter⁴⁴ ดังนี้

2.5.1. สภาพปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิตในที่นี้ หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้ทางเทคนิค สินค้าทุน โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ สภาพปัจจัยการผลิตดังต่อไปนี้เป็นส่วนหลักต้นสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ผลิตจากประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญในตลาดโลก

ก. ประเทศไทยมีสัตว์น้ำที่ได้จากการทำประมงเป็นจำนวนมากในแต่ละปีเนื่องจากภูมิประเทศติดมหาสมุทรทั้งสองด้านทำให้สามารถจับสัตว์น้ำได้ตลอดปีถ้าฝั่งใดอยู่ในช่วงมรสุมก็สามารถจับสัตว์น้ำอีกฝั่งได้ และการที่ประเทศไทยอยู่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีทรัพยากรทางทะเลอุดมสมบูรณ์เช่น พม่า เวียดนาม กัมพูชา อินโดนีเซีย อินเดีย บังคลาเทศ ออสเตรเลีย สามารถนำสัตว์น้ำจากประเทศเพื่อนบ้านมาใช้แทนได้ถ้าเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ⁴⁵

ข. ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านแรงงานถึงแม้แรงงานไทยจะมีค่าแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่งในแถบอาเซียนไม่ว่าจะเป็นอินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ แต่ไทยก็มีแรงงานที่มีผลิตภาพ (Productivity) สูงกว่าทำให้เมื่อคิดเป็นต้นทุนต่อหน่วยแล้วของไทยต่ำกว่า เนื่องจากแรงงานไทยมีความ

⁴⁴ Porter, E. M. , *The Competitive Advantage of Nations* (London: Mcmillan, 1990)

⁴⁵ สัมภาษณ์ วุฒิชาน, กรรมการ บริษัทไทยซูเนี่ยน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด(มหาชน), 10 กรกฎาคม 2543.

ชำนาญในด้านการแปรรูปสัตว์น้ำขั้นต้น ถ้าเทียบกับแรงงานอินโดนีเซียแรงงานไทยมีผลิตภาพ (Productivity) แรงงานสูงกว่าอินโดนีเซียถึง 3 เท่า⁴⁶

ค.ผู้ประกอบการผลิตภัณฑอาหารทะเลเพื่อการส่งออกของไทยมีความพร้อมทางด้านการจัดการในกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ และมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเนื่องจากมีประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนานในอุตสาหกรรมนี้ และได้ทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ง.บริษัทผลิตภัณฑอาหารทะเลเพื่อการส่งออกของไทยได้รับการยอมรับจากผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศในเรื่องของการส่งมอบสินค้าและความรับผิดชอบต่อสินค้าและการติดต่อซื้อขายกับผู้นำเข้ามานานทำให้มีสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำเข้าในต่างประเทศดังนั้นเมื่อมีปัญหาในเรื่องของการส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนดเนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบจึงสามารถตกลงกับผู้นำเข้าได้โดยง่าย⁴⁷

จ.โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑอาหารทะเลของไทยส่วนใหญ่ผ่านการรับรองมาตรฐานต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศทำให้ผู้นำเข้าเชื่อมั่นในสุขอนามัยและคุณภาพของผลิตภัณฑอาหารทะเลจากประเทศไทย⁴⁸

2.5.2. สภาวะอุปสงค์

การผลิตผลิตภัณฑอาหารทะเลของไทยไม่ได้มาจากแรงผลักดันของอุปสงค์ในประเทศเป็นสำคัญแต่มาจากอุปสงค์จากต่างประเทศโดยตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ด้วยข้อจำกัดในเรื่องค่าแรงงานที่สูง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค จึงจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศทดแทน จึงเป็นโอกาสให้ประเทศไทยซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแรงงาน วัตถุดิบ มาตรฐานการผลิต การจัดการ สามารถส่งออกผลิตภัณฑอาหารทะเลมายังประเทศเหล่านี้ได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี

⁴⁶ สัมภาษณ์ พูนเกียรติ ทั้งสมบัติ , อุปนายกและประธานกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป , 23 มีนาคม 2543.

⁴⁷ เรื่องเดียวกัน

⁴⁸ สัมภาษณ์ ไพบุลย์ พลสุวรรณ, นายกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 17 กุมภาพันธ์ 2543.

2.5.3. อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน

เนื่องจากโรงงานที่ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของประเทศไทยมีการรวมกันเป็นกลุ่มก้อนเช่น ที่สมุทรปราการ สมุทรสาคร ภาคใต้ในจังหวัดสงขลา ซึ่งทำให้พวกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเช่น บรรจุก้อน ฉลาก น้ำมัน น้ำแข็ง ฯลฯ เข้ามารองรับได้ง่าย ซึ่งประเทศคู่แข่งอย่างฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของเขาค่อนข้างกระจัดกระจายเนื่องจากมีเกาะมาก โดยเฉพาะอินโดนีเซียเป็นประเทศใหญ่ด้วยทำให้การขนส่งพวกวัตถุดิบ บรรจุก้อน และสิ่งที่ใช้ประกอบในการผลิตต่างๆ เป็นไปด้วยความยากลำบากกว่าไทย และนอกจากนั้นพวกกระป๋องบางส่วนยังต้องนำเข้าเนื่องจากโรงงานผลิตกระป๋องได้ไม่เพียงพอกับความต้องการซึ่งต่างจากไทยที่นำเข้าเพียงเหล็กแผ่นที่ใช้ทำกระป๋องซึ่งได้เปรียบกว่าและนอกจากนั้นอุตสาหกรรมต่อเนื่องของไทยยังมีมากกว่าและไม่กระจัดกระจายเหมือนฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย⁴⁹

แต่ในทัศนะของ Michael Porter แล้วเพียงแต่มีอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องหรืออุตสาหกรรมสนับสนุนมาตั้งรวมกันเป็นกลุ่มก้อนแต่นั้นยังไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่อุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมสนับสนุนเหล่านั้นจะต้องประสานความร่วมมือซึ่งกันและกัน เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ โดยการจัดรวมเป็นกลุ่มก้อนจะเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาไปพร้อมๆ กันอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของประเทศไทยมีการรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตในลักษณะของสมาคมไม่ว่าจะเป็นสมาคมผู้ผลิตอาหารแช่เยือกแข็ง สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป แต่ความร่วมมือจะเป็นไปในลักษณะของความร่วมมือในด้านข่าวสารการค้า การลงทุน การอบรมในเรื่องมาตรฐานการผลิต การเจรจาต่อรองกับรัฐบาลหรือประเทศผู้นำเข้ามากกว่าที่จะร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นความลับที่ผู้ผลิตแต่ละรายวิจัยและพัฒนาขึ้นมาเองหรือไม่ก็เป็นการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติโดยใช้สูตรและเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทผู้ร่วมทุน

⁴⁹ สัมภาษณ์ ชูวิงชาน, กรรมการ บริษัทไทยอุเยียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด(มหาชน), 10 กรกฎาคม 2543.



2.5.4. กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขันระหว่างบริษัทต่างๆ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลได้แก่ปัจจัยการแข่งขัน เนื่องจากไม่เพียงแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทผู้ผลิตของไทยยังต้องแข่งขันกับบริษัทผู้ผลิตต่างประเทศด้วยโดยเฉพาะในประเทศอาเซียน ทำให้บริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเพื่อการส่งออกของไทยต้องมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต การจัดการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและระบบมาตรฐานคุณภาพอยู่เสมอ ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ผลิตจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพหรือมาตรฐานการผลิต

ส่วนในเรื่องของโครงสร้างการจัดองค์กรเป็นส่วนเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลอื่นๆ แข็งแรงส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมานานเนื่องจากบริษัทมีการพัฒนามาจากบริษัทที่เป็นผู้ทำประมงเองบางบริษัทพัฒนามาจากการทำแปรรูปสัตว์น้ำเพื่อส่งขายต่อและต่อมาก็ได้พัฒนามาทำอุตสาหกรรมห้องเย็นรับฝากผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและสัตว์น้ำที่ยังไม่ได้แปรรูปและเริ่มทำการแปรรูปสัตว์น้ำเองในที่สุด ส่วนผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องของไทยส่วนใหญ่จะพัฒนามาจากการเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง นอกจากนี้บางบริษัทยังได้มีการร่วมทุนกับต่างประเทศซึ่งมีส่วนได้เปรียบในด้านการตลาดและสูตรการผลิตเป็นอย่างมากเนื่องจากผู้ร่วมทุนจะเป็นผู้ที่จัดหาสูตรการผลิต เทคโนโลยีการผลิต รวมถึงระบบมาตรฐานการผลิตพร้อมกับเป็นผู้จัดจำหน่ายให้อีกด้วย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการของไทยได้เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิต การผลิตอย่างมีระบบและได้มาตรฐานจากผู้ร่วมทุน และสามารถลดการพึ่งพาผู้ร่วมทุนในต่างประเทศได้ในอนาคต

กลยุทธ์ในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทั้งแบบอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแช่แข็งของไทย มีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยยังอยู่รอดและสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลจากทุกประเทศในโลกได้ในสภาวะที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ กลยุทธ์ในการบริหารจัดการและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยที่พอจะรวบรวมได้มีดังนี้

ก. กลยุทธ์การบริหารระบบการผลิต

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพ สุขอนามัย ความปลอดภัยของผู้บริโภคแล้ว บริษัทผู้ผลิตของไทยยังให้ความสำคัญกับเรื่องของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีการให้การอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในแต่ละสายงานอย่างต่อเนื่อง พนักงานแต่ละคนต้องมีการทำงานอย่างเป็นแผนงานและทำตามตารางที่วางแผนไว้อย่างชัดเจน หากทำไม่ได้ตามแผนจะมีการหารือถึงสาเหตุต่างๆ พร้อมทั้งร่วมกันแก้ไขในปัญหาที่ติดขัดโดยมีหัวหน้างานคอยติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นการฝึกความรับผิดชอบให้กับเจ้าหน้าที่ซึ่งส่งผลต่อเนื่องในการดำเนินการไปในทางบวกให้กับบริษัท นอกจากนี้ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญทุกครั้งที่มีการสัมมนาต่างๆผู้บริหารหรือคณะผู้บริหารจะเข้าร่วมด้วยทุกครั้งเพื่อจะได้เข้าใจและเรียนรู้วิทยาการความก้าวหน้าต่างๆที่เกิดขึ้นเพื่อจะได้นำมาวางแผนการบริหารได้ มีการทำวิจัยในทุกขั้นตอนการผลิตแต่ละขั้นเพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพการผลิต ลดอัตราการสูญเสียและนำเศษวัตถุดิบที่เหลือมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การนำส่วนที่เหลือจากการแปรรูปมาทำเป็นอาหารสัตว์ การนำเศษเนื้อปลา ไข่ กุ้ง มาบรรจุกระป๋องในลักษณะของเนื้อปลา ไข่ กุ้งปรุงรส เป็นต้น เรียกได้นำของเหลือใช้กลับมาทำเป็นเงิน

ข. กลยุทธ์การบริหารด้านการตลาด

ปัญหาทางการตลาดที่สำคัญของผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยก็คือการที่ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชั้นสุดท้ายได้ ยกเว้นเพียงอาหารทะเลแช่แข็งที่เป็นลักษณะที่ส่งขายให้กับร้านอาหารและภัตตาคารต่างๆตราสินค้าของไทยจะเป็นที่รู้จักดีในกลุ่มของผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทั้งอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแช่แข็งที่ขายให้แก่ผู้บริโภคโดยวางขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายจะนำผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยไปบรรจุหีบห่อใหม่ (Re-pack) และใส่ตราสินค้าของตนเองเนื่องจากผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศมีความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Royalty) ของประเทศตนเองหรือตราสินค้าที่เคยซื้อเท่านั้น ดังนั้นเป็นการยากที่ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยจะเข้าไปสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเนื่องจากต้องใช้เงินทุนจำนวนมากและต้องใช้เวลานานอีกทั้งยังไม่สามารถรับประกันได้ว่าตราสินค้าจะเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในอนาคต⁵⁰

⁵⁰ สัมภาษณ์ พรศิลป์ พัชรินทร์ตนะกุล , ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , 27 มีนาคม 2543.

จากปัญหาดังกล่าวผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยบางรายพยายามที่จะใช้กลยุทธ์ต่างๆเพื่อที่จะสามารถสร้างตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคดังนี้

1. การนำตราบริษัทของตนเองไปติดบนฉลากของผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายว่าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลนี้ผลิตจากบริษัทของตน เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นนั้นผลิตจากบริษัทของตนซึ่งการนำตราบริษัทไปติดบนฉลากต้องอาศัยการเจรจาต่อรองกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายและต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้นำเข้าว่าสินค้าของบริษัทจะไม่ทำให้ตราสินค้าของผู้นำเข้าได้รับความเสียหายซึ่งต้องอาศัยความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีกันมานาน หลังจากนั้นจึงได้เริ่มส่งสินค้าที่ใช้ตราบริษัทของตนเข้าไปทดลองตลาด กลยุทธ์นี้ผู้ส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยใช้ได้ผลมาแล้วกับตลาดออสเตรเลียโดยต้องใช้เวลานับ 10 ปีกว่าที่ตราสินค้าจะเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสินค้าบางชนิดของไทยเช่นข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องก็ได้ใช้กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าแบบนี้เช่นเดียวกัน⁵¹

2. การใช้หาพันธมิตรในลักษณะเป็นผู้ร่วมทุนเป็นผู้ช่วยสร้างตราสินค้าให้กับบริษัท ตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าแบบนี้คือ บริษัท พัทยา ฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน) ได้ร่วมทุนกับบริษัท Altrade Finance SA France เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของบริษัทคือ "นอติลุส" (Nautilus) ให้เป็นที่ยอมรับกับผู้บริโภคในตลาดยุโรป การร่วมทุนกับบริษัทในต่างประเทศนั้นทำให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายในด้านการทำตลาดไปได้มากทั้งในเรื่องงบประมาณประชาสัมพันธ์ การจ้างพนักงาน การตั้งสำนักงาน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ อีกทั้งบริษัทที่อยู่ในตลาดย่อมที่จะมีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดนั้นๆเป็นอย่างดีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จย่อมมากกว่าการที่บริษัทจะเข้ามาสร้างตราสินค้าด้วยตนเอง

3. การสร้างตราสินค้าโดยใช้กลยุทธ์การควบและซื้อหรือครอบงำกิจการ (Merger & Acquisition : M&A) บริษัทต่างประเทศซึ่งมีตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอยู่แล้วมาเป็นของบริษัท วิธีการนี้เหมาะสำหรับบริษัทที่มีเงินทุนจำนวนมากในการเข้าไปซื้อกิจการของบริษัทต่างประเทศ ตัวอย่างที่ชัดเจนของบริษัทที่ใช้กลยุทธ์นี้คือ บริษัท ไทยยูเนี่ยนไฟรเซนโปรดักส์ จำกัด(มหาชน) ที่ได้ซื้อโรงงานกุ้งแช่แข็งของบริษัท Aquastar Foods Co., Ltd ในปี พ.ศ.2539 การซื้อทรัพย์สินของบริษัท Pan Pacific Fisheries , Inc. ของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องและซื้อทรัพย์สินของบริษัท Van

⁵¹ สัมภาษณ์ ทูมเกียรติ หังสมบัติ , อุปนายกและประธานกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป , 23 มีนาคม 2543.

Camp Seafoods Company, Inc. ในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายปลาทูน่ากระป๋อง ภายใต้แบรนด์เนม "Chicken of the Sea" ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 3 ในสหรัฐอเมริกา การลงทุนซื้อกิจการเหล่านี้บริษัทให้เหตุผลว่าตลาดอาหารทะเลกระป๋องในสหรัฐอเมริกาบางตราสินค้ามีมานานนับเป็นร้อยปีทำให้การเจาะตลาดเป็นเรื่องที่ทำได้ยากดังนั้นวิธีเดียวคือการซื้อตราสินค้าซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าและใช้เวลาน้อยกว่าการสร้างตราสินค้าใหม่

แต่อย่างไรก็ตามการสร้างตราสินค้าโดยใช้กลยุทธ์การควบและซื้อหรือครอบงำกิจการ (Merger & Acquisition : M&A) ต้องเป็นไปด้วยความระมัดระวัง โดยเฉพาะปลายปี พ.ศ.2532 ยูนิคอร์นได้ทำการสร้างประวัติศาสตร์ด้วยการครอบงำกิจการบีบีเบิ้ลปีห้อยปลาทูน่าที่ครองตลาดอันดับสองของสหรัฐอเมริกาด้วยเงินทุนกว่า 7,000 ล้านบาท แม้ว่าบริษัทไทยยูเนียนไฟรเซนจะมีวัตถุประสงค์ในการซื้อกิจการในสหรัฐเพื่อหวังใช้เป็นทางลัดและขยายการเติบโตของบริษัทไม่ต่างจากกรณีของยูนิคอร์น แต่ดูเหมือนว่าจะใช้กรณีของบริษัทยูนิคอร์นเป็นบทเรียน กล่าวคือในครั้งนั้นยูนิคอร์นเข้าไปลงทุนโดยใช้เงินทุนของบริษัททั้งหมด แต่ในขณะที่ไทยยูเนียนไฟรเซนใช้เงินของตนเองบางส่วน โดยให้บริษัทไทยยูเนียนอินเตอร์เนชั่นแนลซึ่งไทยยูเนียนไฟรเซนถือหุ้น 100% ร่วมกับ 2 พันธมิตรคือ Tri-Maring Investment และ The Gann Family Trust เมื่อครั้งเข้าซื้อโรงงาน Pan Pacific การลงทุนครั้งนี้ไทยยูเนียนไฟรเซนถือหุ้นร้อยละ 50 ขณะที่พันธมิตรทั้งสองถือหุ้นร้อยละ 25 จะเห็นได้ว่าไทยยูเนียนไฟรเซนใช้กลยุทธ์แตกต่างจากยูนิคอร์นซึ่งนอกจากจะมีพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากต่างประเทศซึ่งช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนแล้วยังทำให้ผู้ประกอบการเดิมในสหรัฐอเมริกามองไทยยูเนียนไฟรเซนเป็นคู่แข่งน้อยลงเนื่องจากเป็นการนำเงินทุนจากต่างประเทศเข้ามาช่วยพยุงฐานะของบริษัทที่กำลังลำบากมากกว่าการฉกฉวยโอกาสเข้าครอบงำกิจการ แต่ในกรณีของยูนิคอร์นหลังจากครอบงำกิจการบีบีเบิ้ลปีเรียบร้อยแล้วก็ทำการตัดราคาสู้กับเจ้าตลาดคือ Star Kist และ Chicken of the sea ซึ่งถูกลามกลายเป็นสงครามราคาในที่สุดบีบีเบิ้ลปีก็ขาดทุนอย่างหนัก แต่ไทยยูเนียนไฟรเซนกลับคิดว่าควรเน้นการกระจายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดเอเชียเพื่อกระจายความเสี่ยงเนื่องจากโดยเฉลี่ยตลาดเอเชียมีการบริโภคปลาทูน่าประมาณ 10% โดยเฉพาะญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวันและจีนซึ่งมีประชากรกว่า 1,200 ล้านคนซึ่งอนาคตจะเป็นตลาดใหญ่และจะไม่ขยายกำลังการผลิตเพิ่มเพราะจะทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงแต่กลับเข้าไปเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบีบีเบิ้ลปีโดยลดต้นทุนในส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์

นอกจากนี้กลยุทธ์ทางการตลาดอีกอย่างของผู้ประกอบการไทยคือการเริ่มนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B to B (Business to Business) มาใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลรวมถึงอาหารประเภทอื่นๆให้กับลูกค้าในต่างประเทศ เช่นในกรณีของบริษัท บีส โดเมนชั่น จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนกันระหว่างหุ้นส่วนตัวของนาย อีรพงศ์ จันศิริ ผู้บริหารบริษัท ไทยยูเนี่ยนฟู้ดเซ็นโพรดักส์ จำกัด (มหาชน) กับกลุ่มบริษัทพันธมิตรในธุรกิจสื่อสาร ได้ทำการเปิดตัวเว็บไซต์ฟู้ดมาร์เก็ตเอ็กซ์เชนจ์คอม (FoodMarketExchange.com) ขึ้นซึ่งจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขาย (Market Place) ของผลิตภัณฑ์อาหารที่รวบรวมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทยและลูกค้าในต่างประเทศโดยจะเป็นตัวประสานให้เกิดธุรกรรมการซื้อขายเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการไทย สร้างเสริมรายได้ตลอดจนสนับสนุนข้อมูลข่าวสารด้านลึกของอุตสาหกรรมอาหารตลอดจนกฎระเบียบการค้าต่างประเทศเพื่อช่วยลดจุดอ่อนของผู้ประกอบการไทยที่ส่วนใหญ่ยังขาดแคลนข้อมูลที่จำเป็น และเว็บไซต์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กด้วยเนื่องจากสามารถทำธุรกิจส่งออกอาหารไปต่างประเทศได้โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ⁵²

ค. กลยุทธ์การบริหารอัตราแลกเปลี่ยน

หลังจากปีพ.ศ.2540 ที่ประเทศไทยเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนจากระบบอัตราแลกเปลี่ยนจากระบบตะกร้าเงิน (Basket Currencies) มาเป็นระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว (Managed Float Exchange Rates) ทำให้ค่าเงินบาทของไทยมีความผันผวนมากโดยเฉพาะในปี พ.ศ.2541 การทำ Forward⁵³ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเล และผู้ประกอบการบางส่วนใช้หลักการบริหารอัตราแลกเปลี่ยนแบบ Natural Hedge ซึ่งได้แก่ การนำเงินจากการขายสินค้าที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศมาจ่ายชำระค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นเงินตราต่างประเทศเดียวกัน

⁵² สัมภาษณ์ สุวิงชาน, กรรมการ บริษัทไทยยูเนี่ยน ฟู้ดเซ็น โพรดักส์ จำกัด(มหาชน), 10 กรกฎาคม 2543.

⁵³ สัญญาซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่ตกลงจะส่งมอบเงินสกุลหนึ่งเพื่อแลกกับเงินอีกสกุลหนึ่งในวันข้างหน้า หรือในอนาคตที่ตกลงกำหนดวันกันเอาไว้

ง. กลยุทธ์การบริหารการเงิน

จากสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ส่งผลให้ค่าเงินบาทตกต่ำลงทำให้ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยที่มีหนี้ต่างประเทศต้องมีภาระดอกเบี้ยและภาระหนี้เพิ่มขึ้นอย่างช่วยไม่ได้อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการลดลงของค่าเงินบาท ตัวอย่างกลยุทธ์ที่ใช้ในการลดต้นทุนทางการเงินที่เกิดจากหนี้ต่างประเทศดังกล่าวนี้ได้แก่ กลยุทธ์ของบริษัท ไทยยูเนี่ยนเฟรชโปรดักส์ จำกัด(มหาชน) ที่ใช้การออกหุ้นกู้แปลงสภาพโดยจัดจำหน่ายแบบเฉพาะเจาะจงให้กับนักลงทุนสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับโลก แม้จะทำให้เกิดหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระผูกพันกับบริษัทเพิ่มขึ้นแต่ด้วยประโยชน์จากดอกเบี้ยหุ้นกู้แปลงสภาพซึ่งค่อนข้างต่ำมากที่มีอัตราดอกเบี้ยเพียง 3% ทำให้บริษัทสามารถนำเงินที่ได้จากการขายหุ้นกู้แปลงสภาพมาชำระหนี้สินระยะยาวทั้งในและต่างประเทศทั้งหมดที่มีอยู่ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับ 7-8% และนำไปชำระหนี้สินประเภทวงเงินเพื่อการส่งออกบางส่วน จึงทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยลงได้มาก นอกจากนี้ยังได้นำเงินส่วนที่เหลือไปลงทุนในสินทรัพย์เพื่อขยายกำลังการผลิตของบริษัทและบริษัทย่อยและส่วนที่เหลือนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับโครงการลงทุนในอนาคตต่อไป ซึ่งในการออกหุ้นกู้แปลงสภาพบริษัทได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อรองรับการแปลงสภาพของหุ้นกู้แปลงสภาพที่นำออกจำหน่าย⁵⁴

ในทัศนะของ Michael Porter บัจจัยทั้ง 4 ประการข้างต้นจะหมุนเวียนกันไปมาเหมือนกังหัน โดยจะเริ่มจากเพียงบัจจัยใดบัจจัยหนึ่งก่อนจากนั้นจะผลัดกันไปยังบัจจัยอื่นๆ สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยกล่าวได้ว่าบัจจัยที่เริ่มต้นคือสภาวะบัจจัยการผลิต จากการที่ในอดีตประเทศไทยมีทรัพยากรสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์และการที่มีประเทศเพื่อนบ้านที่มีทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างอุดมสมบูรณ์ทำให้ปริมาณสัตว์น้ำเกินความต้องการบริโภคภายในประเทศสัตว์น้ำที่จับได้ถูกกดราคาทำให้เริ่มเกิดอุตสาหกรรมห้องเย็นขึ้น ประกอบกับความต้องการหรืออุปสงค์ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศ การที่ประเทศไทยมีสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดีมีไฟฟ้า มีน้ำบาดาลราคาถูก แรงงานมีฝีมือ ค่าจ้างแรงงานไม่สูงมากนัก มีความพร้อมของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ น้ำแข็ง การขนส่ง ฯลฯ รัฐบาลก็ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออก ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยสามารถส่งออกไปแข่งขันในตลาดโลกได้ หลังจากนั้นเริ่มมีการแข่งขันมากขึ้นระหว่างผู้ส่งออกไทยและยังต้องแข่งกับผู้ส่งออกต่างประเทศที่โรมนำผลิตภัณฑ์อาหารทะเลราคาถูกกว่าเข้ามาขายในตลาดโลก

⁵⁴ สัมภาษณ์ สุวิงชาน, กรรมการ บริษัทไทยยูเนี่ยน เฟรชโปรดักส์ จำกัด(มหาชน), 10 กรกฎาคม 2543.

อีกทั้งประเทศผู้นำเข้ามีความเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่นำเข้า ทำให้ผู้ส่งออกไทยเริ่มมีการพัฒนาทั้งคุณภาพสินค้า มาตรฐานสุขอนามัย การบริการลูกค้า ระบบการผลิต กลยุทธ์ในการจัดการและบริหารและมีการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งล้วนเป็นวิสัยทัศน์และนโยบายของผู้ส่งออกของไทยในการปรับตัวเพื่อรองรับกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยพัฒนาขึ้นเรื่อยๆจนเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศและยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลรายใหญ่ของโลกประเทศหนึ่งจวบจนปัจจุบัน