

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นผู้นำในภาคการประมงโลก โดยช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2553 ประเทศไทยมีผลผลิตสัตว์น้ำโดยเฉลี่ยปีละ 3.7 ล้านตัน และเป้าหมายในปี พ.ศ.2557 อยู่ที่ 3.0 ล้านตัน โดยคิดเป็นร้อยละ 1.05 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) หรือ ร้อยละ 7.86 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของผลผลิตมวลรวมของภาคการเกษตร โดยจากการผลิตสินค้าประมงนั้น การส่งออกสินค้าประมงระหว่างประเทศถือเป็นส่วนสำคัญ โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการขยายตัวทางการตลาดเป็นอย่างมาก โดยอัตราเฉลี่ยด้านการส่งออกเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 5.62 ต่อปี โดยส่วนหนึ่งนั้นก็มาจากการส่งออกภาคประมงน้ำจืด

โดยสินค้าประมงน้ำจืดที่ถือว่ามีอัตราการโตของภาคการส่งออกที่น่าจับตามองมากที่สุดในช่วงที่ผ่านมา ก็คือ ปลานิล เป็นปลาที่นิยมเลี้ยงกันมากชนิดหนึ่งในประเทศไทย เนื่องจากเลี้ยงง่าย เนื้อมีรสชาติดี มีปัญหาเรื่องโรคระบาดน้อย เป็นที่นิยมบริโภคอย่างแพร่หลายในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย และทั่วโลกด้วยข้อดีของเนื้อปลานิลที่สามารถนำมาประกอบอาหารได้หลายรูปแบบในรายการอาหารของแต่ละประเทศ ด้วยเหตุนี้เองส่งผลให้แนวโน้มความต้องการการบริโภคปลานิลในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จึงทำให้มองเห็นช่องทางในการเลี้ยงปลาชนิดนี้แจ่มใส การขยายกำลังผลิตยังสามารถทำได้โดยไม่ต้องกังวลด้านปัญหาการตลาด

เนื่องจากปัจจุบันความต้องการบริโภคปลานิลในตลาดโลกโดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้ว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเนื่องจากปลานิลเป็นปลาเนื้อขาว จึงเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออก ก็จะมี ปลานิลทั้งตัวแช่แข็ง, ปลานิลเนื้อแล่ฟัดสดแช่เย็น, ปลานิลเนื้อแบบอื่นๆ แช่เย็นจนแข็ง, ปลานิลสดแช่เย็น, ปลานิลเนื้อแบบอื่นๆ แช่เย็น, ปลานิลมีชีวิต และปลานิลแห้งไม่รมควัน โดยมีตลาดคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกจากข้อมูลปี 2555 ได้แก่ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ร้อยละ 68, กลุ่มประเทศยุโรป ร้อยละ 14, สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 6, กลุ่มประเทศอาเซียน ร้อยละ 4, กลุ่มประเทศแอฟริกา ร้อยละ 3, และอื่นๆ ร้อยละ 5 ส่วนในด้านคู่แข่งทาง

การตลาดที่สำคัญก็ได้แก่ ประเทศจีนซึ่งถือเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก คิดเป็นร้อยละ 30-32 ของผลผลิตปลานิลโลก อินโดนีเซีย และเอกวาดอร์ นอกจากนี้ ประเทศต่างๆ ในแถบอเมริกาใต้ก็กำลังเป็นคู่แข่งที่น่าจับตามอง แม้ว่าในปัจจุบันการเพาะเลี้ยงปลานิลในกลุ่มประเทศอเมริกาใต้ โดยเฉพาะคอสตาริกา ฮอนดูรัส บราซิล ยังคงอยู่ในระยะแรกเริ่มก็ตาม แต่ประเทศเหล่านี้หันมาขยายการเลี้ยงปลานิลอย่างมาก โดยเป้าหมายในการส่งออกไปสู่ตลาดที่สำคัญก็คือประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีอัตราการขยายตัวในการนำเข้าปลานิลโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปี (นาตยา ศรีจันทิก, กลุ่มงานวิจัยและวิเคราะห์สถิติการประมง ศูนย์สารสนเทศ กรมประมง)

ด้วยคู่ทางการตลาดที่มีทิศทางที่สดใส ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการเพาะเลี้ยงและแปรรูปสัตว์น้ำได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก หากได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง คาดว่าประเทศไทยจะสามารถพัฒนาให้ปลานิลเป็นหนึ่งในสินค้าประมงส่งออกสำคัญที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

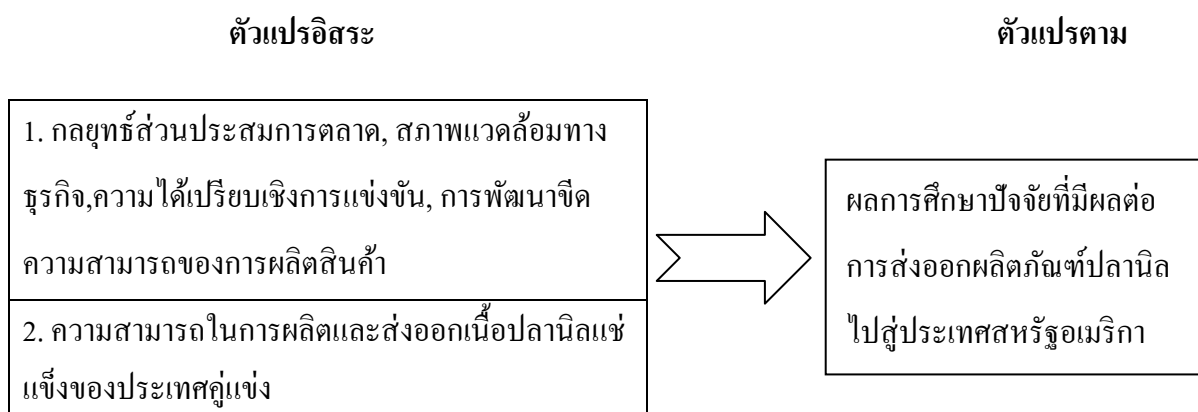
ทั้งนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดส่งออกโดยคู่ตัวอย่างจากจีนซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดปลานิลของโลกได้เกือบทั้งหมดในปัจจุบันด้วยจุดแข็งทั้งด้านราคาที่ต่ำและความสามารถในการผลิตปลานิลแบบแช่เนื้อแช่แข็งให้มีขนาดและคุณภาพเดียวกันได้ทั้งหมด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิตและสถานการณ์เนื้อปลานิลแช่แข็งของไทยเพื่อการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ขอบเขตและวิธีการศึกษา

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2553 - 2555

2. ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้คือ

2.1 ตัวแปรอิสระ

- กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด, สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน, การพัฒนาขีดความสามารถของการผลิตสินค้า, ขั้นตอน, ข้อกำหนดและปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการส่งออก

- ความสามารถในการผลิตและส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศคู่แข่ง

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปริมาณการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐาน

1. มูลค่าผลิตผลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงต่อหัวของประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน
2. ราคาส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศไทยมีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม
3. ราคาส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของกลุ่มคู่แข่งของประเทศไทยมีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิตเนื้อปลานิลแช่แข็งและแนวโน้มการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งของประเทศไทย
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปลานิล (ชื่อสามัญ Nile Tilapia และชื่อวิทยาศาสตร์ (Oreochromis niloticus) เป็นปลาน้ำจืดที่อาศัยในแหล่งน้ำจืดรวมทั้งบริเวณชายทะเลที่น้ำกร่อยจัดเป็นปลาที่เพาะเลี้ยงง่ายเติบโตเร็วมีปริมาณเนื้อมากและรสชาติดีนิยมนำไปแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก
2. กลุ่มในการส่งออก หมายถึง ความสามารถและแนวโน้มในการเข้าสู่ธุรกิจโดยการส่งออกในตลาดต่างประเทศ
3. ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง นโยบายซึ่งทำให้สินค้าที่ผลิตในประเทศไม่ว่าจะสินค้าส่งออกหรือสินค้านำเข้า มีราคาใกล้เคียงกับตลาดโลกและในขณะเดียวกันเป็น

นโยบายที่ทำให้ประเทศสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการเพิ่มมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สมาธิ นิลวิเศษ, 2546 อ้างถึงไพฑูรย์ วิบูลชุตติกุล, 2540)

4. ประเทศคู่แข่งัน หมายถึง ประเทศที่ส่งออกเนื้อปลานิลแช่แข็งเช่นเดียวกับประเทศไทย