scan

การวิเคราะห์นโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็ง ของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

นางปุณยนุช สุดเจริญ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2551

Policy Analysis for Frozen Shrimp of Thai Frozen Foods Association

Miss. Punyanuch Soodjaroen

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

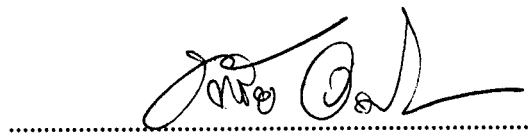
School of Management Science

Sukothai Thammathirat Open University

2008

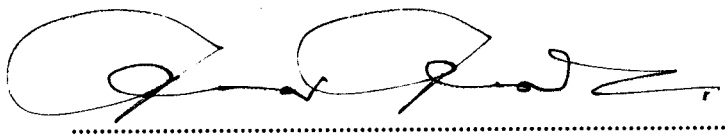
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การวิเคราะห์นโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็ง ของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
ชื่อและนามสกุล	นางปุณยนุช สุดเจริญ
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ธนชัย ยมจินดา

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ

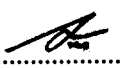
(รองศาสตราจารย์ธนชัย ยมจินดา)



.....กรรมการ

(อาจารย์ไชยยศ ไชยมั่นคง)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



.....

(รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิทยาการจัดการ

วันที่ ๒๕ เดือน ต.ค. พ.ศ. ๒๕๕๖

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การวิเคราะห์นโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็งของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

ผู้ศึกษา นางปุณยนุช สุดเจริญ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ธนชัย ยมจินดา **ปีการศึกษา** 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของอุตสาหกรรมที่มีผลต่อนโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็งของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย และ (2) วิเคราะห์นโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็งของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยในปัจจุบัน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณาจากข้อมูลทุติยภูมิของสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้องกับกุ้งแช่แข็งจำนวน 4 สมาคม คือ สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป สถาบันอาหารแช่แข็งของอเมริกา และสมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปอาหารสินค้าทะเลของเวียดนาม ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา คือ วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย และโครงสร้างขององค์กรในช่วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2551 วิธีการศึกษาใช้การศึกษาเชิงพรรณา ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า (1) สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อนโยบายการดำเนินงาน คือ สภาพแวดล้อมของประเทศคู่แข่งขัน ปัญหาการเมืองในประเทศไทย และเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลต่อนโยบายการดำเนินงาน คือ การจัดทำนโยบายด้านต่าง ๆ ของสมาคม ฯ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ และ (2) นโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็ง สมาคมการค้าในต่างประเทศให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสาธารณะ ด้านบุคคลากรและ สิ่งแวดล้อม ส่วนสมาคมการค้าในประเทศ ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสาธารณะ และไม่ได้มุ่งเน้นด้านบุคลากรและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ การวิเคราะห์นโยบาย กุ้งแช่แข็ง สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่ง จากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ธนชัย ยมจินดา สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และ คณาจารย์อีกหลายท่าน ที่ได้กรุณาชี้แนะให้คำแนะนำและติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระอย่างใกล้ชิด ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหาร ตลอดจนเพื่อนร่วมงานทุกท่านในสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ที่ได้กรุณาเอื้อเฟื้อในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับนโยบายในการดำเนินงานของสมาคมฯ ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้รับการสนับสนุนและกำลังใจ จาก คุณปิยวัฒน์ สุดเจริญ ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญและเป็นแรงบันดาลใจอย่างยิ่ง ในการเรียนรู้ และ ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาขอมอบให้ผู้ที่สนใจการศึกษาทุกท่าน

ปุณยนุช สุดเจริญ

พฤษภาคม 2552

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญตาราง ..... ช

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

กรอบความคิดทางการศึกษา 2

วัตถุประสงค์การศึกษา 2

วิธีการศึกษา 3

ขอบเขตการศึกษา 3

นิยามศัพท์เฉพาะ 3

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 5

ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะที่ดี และประโยชน์ของนโยบาย 5

เครื่องมือในการวิเคราะห์นโยบาย 8

บทที่ 3 วิธีการศึกษา 12

ข้อมูลสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย 12

ข้อมูลสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป 20

ข้อมูลสถาบันอาหารแช่แข็งของอเมริกา 22

ข้อมูลสมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม 24

อุตสาหกรรมอาหารประมงในประเทศไทย 27

นโยบายของสมาคมในปัจจุบันที่ดำเนินการ 36

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 38

การเปรียบเทียบการบริหารงานของสมาคมในประเทศและต่างประเทศ 38

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ... 42

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาค้นคว้าอิสระ อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ 47

สรุปผลการศึกษา 47

ข้อเสนอแนะ 48

บรรณานุกรม 55

ประวัติผู้ศึกษา 57

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 กลยุทธ์ในการสนับสนุนพันธกิจ.....14
ตารางที่ 3.2 โครงสร้างการดำเนินงานสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย.....18
ตารางที่ 3.3 การส่งออกกุ้งของประเทศไทย 32
ตารางที่ 3.4 การส่งออกสินค้าประมงของประเทศเวียดนาม 2548.....33
ตารางที่ 3.5 การส่งออกสินค้าประมงของประเทศเวียดนาม 2549.....34
ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบการบริหารงานสมาคมในประเทศไทยและต่างประเทศ.....38
ตารางที่ 4.2 งบการเงินสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย.....42
ตารางที่ 4.3 อัตราส่วนทางการเงินสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย.....43

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่หลากหลาย โดยมีอาชีพหลักคือ การเกษตร และการประมง การเกษตรมีการทำในพื้นที่ด้านในของประเทศ ส่วนการประมงเนื่องจากลักษณะของภูมิประเทศที่ขนานไปตามฝั่งทะเลทั้งอ่าวไทยและอันดามัน จึงมีการทำประมงตามชายฝั่งเป็นจำนวนมากก่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมสินค้าประมง เพื่อการขายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งต่อมากลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับสินค้าประมง(ห้องเย็น)ที่มีการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศจำนวน 12 บริษัทได้รวมตัวกันเป็นสมาคมผู้ค้าสัตว์น้ำไทยโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกันและกัน และปัจจุบันสมาคมผู้ค้าสัตว์น้ำไทยได้เปลี่ยนชื่อเป็นสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์แช่แข็งทุกชนิดในอุตสาหกรรมอาหารประมง

อุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งไทยถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสามารถนำรายได้เข้าประเทศแต่ละปีมีมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท(ที่มา : กรมศุลกากร) และยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศที่ถือว่ามีศักยภาพในการส่งออกของไทย โดยผลผลิตประมาณ 80 % ของผลผลิตทั้งหมด จะถูกส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นผู้ส่งออกสินค้าประมงอันดับต้น ๆ ของโลก แต่ยังมีปัญหาต่าง ๆในอุตสาหกรรมทั้งในประเทศ เช่น ปัญหาการขาดแคลนด้านวัตถุดิบ ความสม่ำเสมอในคุณภาพของวัตถุดิบ การขาดแคลนแรงงาน ปัญหาทางด้านการเมือง ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม และปัญหาในต่างประเทศ เช่น การใช้มาตรการภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Antidumping tariffs) ของประเทศคู่ค้าในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาราคาสินค้าซึ่งไม่อาจแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตรายใหม่และรายเก่า ทำให้การส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งของประเทศไทยมีปัญหา และล่าสุดปัญหาของการเปิดการค้าเสรี (FTA: Free Trade Area) โดยไม่มีการเตรียมการรับมือที่เหมาะสม นำมาซึ่งการแข่งขันอย่างสูงมาก

สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมช่วยเหลือและสนับสนุนสมาชิกทั้งหมดในอุตสาหกรรมอาหารประมงและเกี่ยวเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันสภาพธุรกิจเป็นโลกาภิวัฒน์ มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่รวดเร็ว เพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์สมาคมฯ ดังนั้นในพ.ศ. 2550 สมาคมมีการปรับปรุงโครงสร้างการทำงาน และปรับกลยุทธ์ภายในองค์กรใหม่ เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยการทบทวนวิสัยทัศน์ พ.ศ. 2546 และจัดทำวิสัยทัศน์ใหม่ ที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งและกระบวนการทำงานภายในองค์กร ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น สร้างการทำงานแบบเป็นทีม ทำงานแบบ Cross Functional และทำงานเชิงรุก เพื่อให้การดำเนินงานในด้านต่าง ๆของสมาคมฯบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ใหม่ที่สมาคมฯจะต้องเป็นสถาบันหลักพร้อมด้วยองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆของกระบวนการอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็ง ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกของสมาคมฯ ใช้ในการจัดทำแผน หรือ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดภูมิภาคและตลาดโลกต่อไป

2. กรอบความคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาการวิเคราะห์นโยบาย กรณีสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ผู้ศึกษาใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน ภายในของสมาคม โอกาส และข้อจำกัด ของอุตสาหกรรมอาหารประมงเป็นแนวทางในการศึกษา โดยทำเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎี

2.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์การ และ ภายนอกองค์การ

2.3 ศึกษาเปรียบเทียบ นโยบาย ในการดำเนินงานของสมาคมการค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ

2.4 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง – จุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็น โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมอาหารประมง โดยมุ่งที่สินค้ากุ้งเป็นหลัก อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจดำเนินงานของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายสมาคมในปัจจุบันเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

4. วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์นโยบาย กรณีศึกษาสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

4.1 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวม ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของสมาคมฯ ซึ่งรวบรวมจากเอกสารงานเขียน รายงานการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ หนังสือคู่มือทางวิชาการ สารสนเทศ รายงานกิจการประจำปี และบทความจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร อินเทอร์เน็ต

4.2 ศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลการบริหารของสมาคมการค้าในประเทศไทย

4.3 ศึกษาเปรียบเทียบการบริหารของสมาคมในประเทศไทย กับ กรณีตัวอย่างของสมาคมต่างประเทศ

4.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

4.5 ศึกษาทิศทางของอุตสาหกรรมอาหารประมงในประเทศไทยโดยมุ่งที่สินค้ากุ้งเป็นหลัก

5. ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาสภาพแวดล้อมภายในองค์การ เช่น วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย โครงสร้างองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาเฉพาะสมาคมการค้าในประเทศไทย และต่างประเทศช่วงระเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2551 เท่านั้น

3. ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะกรณีสมาคมการค้าในประเทศ จำนวน 1 สมาคม คือ สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปและสมาคมการค้าในต่างประเทศ จำนวน 2 สมาคม ได้แก่ สถาบันอาหารแช่แข็งของอเมริกา และ สมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปอาหารสินค้าทะเลของเวียดนาม

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

1.สมาคมการค้า

หมายถึง สถาบันที่บุคคลหลายคนซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกันรวมตัวจัดตั้งขึ้น เพื่อทำการส่งเสริมและช่วยรักษาผลประโยชน์ของการประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่เป็นการหากำไร หรือรายได้แบ่งปันกัน

2. SWOT Analysis

เป็นเครื่องมือใช้สำหรับการวิเคราะห์ การแข่งขัน โดยประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์การ ผลจากการวิเคราะห์จะถูกนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ หรือกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์การในอนาคต ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ภายในองค์การตามสภาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ และประเมินสถานการณ์ภายนอกองค์การอย่างถูกต้อง

3.นโยบาย (Policy)

คือ กรอบ กฎเกณฑ์ หรือ แนวทางในการปฏิบัติที่ถูกกำหนดขึ้นมาอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้การตัดสินใจหรือการดำเนินการต่าง ๆ ขององค์การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด ไว้ตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจ อย่างมีประสิทธิภาพ

4. มาตรการภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Antidumping tariffs)

เป็นเครื่องมือที่ประเทศคู่ค้า ใช้ในการปกป้องทางการค้าของอุตสาหกรรมในประเทศของตน Antidumping ในอุตสาหกรรมกุ้งของประเทศไทย มีสาเหตุมาจาก ชาวประมงประเทศสหรัฐฯ ในมลรัฐหลุยส์เซียน่า และอีก 7 มลรัฐใกล้เคียง ได้ร้องเรียนต่อรัฐบาลกลางขอให้ช่วยเหลือในการที่ประเทศสหรัฐฯนำเข้าสินค้ากุ้งเป็นจำนวนมากเป็นผลให้ราคากุ้งในประเทศตกต่ำทำให้ชาวประมงเดือดร้อนซึ่งประเทศที่ส่งออกกุ้งเข้าประเทศสหรัฐฯจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่เพิ่มขึ้น

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง "การวิเคราะห์นโยบาย: กรณีศึกษาสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย" ในส่วนของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ และ ภายนอกองค์การ โดยนำเสนอเป็นหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะที่ดี และประโยชน์ ของนโยบาย
2. เครื่องมือในการวิเคราะห์นโยบาย

1. ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะที่ดี และประโยชน์ ของนโยบาย

1.1 ความหมายของนโยบาย

อมร รักษาสัตย์ นโยบาย หมายถึง อุบาย หรือ กลเม็ด ที่ผู้มีอำนาจได้พิจารณาเห็นว่าเป็นทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายของส่วนรวมในเรื่อง ใดเรื่องหนึ่งอย่างเหมาะสมที่สุด

Carl J. Friedrich นโยบาย หมายถึง ข้อเสนอที่เป็นแนวทางการดำเนินงานของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ รัฐบาลในสภาพแวดล้อมอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

A.R.Leys Wayne นโยบาย หมายถึง โครงการในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีคุณค่า หรือ เป็นการตัดสินใจเลือกจุดมุ่งหมาย และวิธีการในการบริหาร องค์การใดองค์การหนึ่ง

Charles E. Jacop นโยบาย หมายถึง หลักการ แผนการ หรือ แนวทางของการปฏิบัติงาน

William T.Greenwood นโยบาย หมายถึง การตัดสินใจขั้นต้นอย่างกว้าง ๆ จากข้อมูลทั่วไป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปโดยถูกต้องและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

George R.Terry นโยบาย คือ การพูดหรือการเขียนถึงขอบเขตและแนวทางทั้งหมดเพื่อการปฏิบัติงาน

Theo Haimann and William G.Scott นโยบาย คือ ขอบเขตของเหตุและผลที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจ

จเด็จ ทางเจริญ นโยบาย หมายถึง กฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจ หรือ แนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นมาอย่างกว้าง ๆ สำหรับการกระทำ และเพื่อการตัดสินใจ เป็นการเชื่อมโยงระหว่างการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินกลยุทธ์

1.2 ความสำคัญของนโยบาย

นโยบายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการบริหารให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เพราะเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารพิจารณาใช้เพื่อการตัดสินใจและสั่งการ การบริหารงานต่างๆ ถ้าไม่มีนโยบายย่อมเป็นไปไม่ได้ เพราะนโยบายเกิดจากวัตถุประสงค์ และเป้าหมายก็เกิดจากวัตถุประสงค์เช่นเดียวกัน ดังนั้น นโยบายจึงมีความสำคัญต่อการบริหารในลักษณะดังต่อไปนี้

1. นโยบายจะช่วยให้ผู้บริหารทราบว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร และใช้ปัจจัยชนิดใดบ้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และช่วยให้ผู้บริหารปฏิบัติงานต่าง ๆ อย่างมีความมั่นใจ และสามารถลดความเครียดของสมาชิกภายในองค์การได้เพราะนโยบาย เป็นทั้งแผนงาน เป็นเครื่องชี้ทิศทางและหลักประกันที่ผู้บริหารทุกระดับชั้นจะต้องยึดถือ

2. นโยบายจะช่วยให้บุคลากรทุกระดับชั้นในองค์การได้เข้าใจถึงภารกิจของหน่วยงานที่ตนเองสังกัด รวมทั้งวิธีที่จะปฏิบัติภารกิจให้ประสบผลสำเร็จโดยไม่ซ้ำซ้อนกับภาระหน้าที่ของหน่วยงานอื่น ๆ ในองค์การเดียวกัน และนโยบายยังช่วยให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานเป็นไปได้ง่ายขึ้น

3. สามารถประหยัดเวลา เงิน และบุคลากร เพราะการบริหารตามนโยบายเป็นสิ่งที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ สามารถเอาข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้วไปปฏิบัติได้โดยไม่ต้องคิดขึ้นใหม่ทั้งหมด เพียงแต่เอาข้อมูลที่มีอยู่แล้ว มาเป็นปัจจัยใช้ในการตัดสินใจและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

4.นโยบายที่ดีจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมการใช้อำนาจของผู้บริหารให้เป็นไปโดยถูกต้องมีเหตุผลและมีความยุติธรรม ซึ่งจะทำให้มีความเชื่อถือ ความจงรักภักดี ในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา

5. นโยบายจะช่วยให้เกิดพัฒนาการทางด้านการบริหาร เพราะนโยบายจะพัฒนาผู้บริหารงานหรือผู้ใช้งานให้แปลความ และทำให้นโยบายเป็นสิ่งที่สามารถจะปฏิบัติได้

1.3 ลักษณะที่ดีของนโยบาย

นโยบายในการบริหารงานจะดีหรือไม่มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่แตกต่างกันหลายประการ เช่น ความสามารถของผู้กำหนดนโยบาย ความเข้าใจ และความสามารถของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างไรก็ดี เนื่องจากนโยบายเป็นเรื่องการเลือกแนวทางที่ดีที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์การ นโยบายที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. นโยบายที่ดี จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ และ สามารถที่จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุถึงเป้าประสงค์ได้

2. นโยบายที่ดี จะต้องกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นความจริงไม่ใช่เป็นข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้กำหนดนโยบาย หรือ ข้อมูลที่เกิดขึ้นตามโอกาสและไม่แน่นอน

3. นโยบายที่ดี จะต้องมีการกำหนดขึ้นก่อนที่จะมีการดำเนินงาน โดยการกำหนดกลยุทธ์และจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมต่อการดำเนินงาน แต่ต้องไม่แจ้งรายละเอียดกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน ให้ผู้ปฏิบัติงานทราบ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานนำไปพิจารณา ตีความและนำไปปฏิบัติตามความสามารถของตน ให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ในขณะนั้น และเหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ โดยที่ไม่ขัดแย้งกันระหว่างผู้บังคับบัญชา และ ผู้ใต้บังคับบัญชา

4. นโยบายที่ดี ควรกำหนดขึ้นเพื่อสนอง หรือ ให้ประโยชน์กับบุคคลโดยส่วนรวม และต้องมีการพิจารณาว่านโยบายใดควรทำก่อน ควรทำหลัง โดยการจัดลำดับตามความสำคัญและจำเป็น

5. นโยบายที่ดี ต้องมีถ้อยคำ หรือ ข้อความที่กะทัดรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และแจ้งไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ที่สมาชิกทุกคนทุกระดับในองค์การสามารถเข้าใจได้

6. นโยบายที่ดี จะต้องมีขอบเขตและระยะเวลาในการใช้ และมีความยืดหยุ่น สามารถที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเหตุการณ์ใหม่ ๆ ได้เสมอ

7. นโยบายที่ดี จะต้องเป็นจุดรวม หรือ เป็นศูนย์ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์การ คือ หน่วยงานต่าง ๆ สามารถใช้นโยบายเป็นหลักในการปฏิบัติภารกิจของตนเอง และสามารถสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีภารกิจแตกต่างกันได้เสมอ ๆ

8. นโยบายที่ดี จะต้องคลอบคลุมถึงสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต การกำหนดนโยบายเพื่อเหตุการณ์ในอนาคต จะช่วยให้การดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และงานที่จะทำในปัจจุบัน และ อนาคต มีความสอดคล้องและต่อเนื่องกัน

9. นโยบายที่ดี จะต้องสอดคล้องกับปัจจัยภายนอกองค์การ คือ ต้องสอดคล้องกับระเบียบกฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ ของสังคมโดยส่วนรวม

1.4 ประโยชน์ของนโยบาย

- ช่วยสนับสนุนให้มีการตัดสินใจที่ถูกต้อง
- เป็นการควบคุมขั้นพื้นฐานของการบริหารงาน
- ทำให้เกิดความแน่นอนและการประสานงานในการปฏิบัติงาน
- ช่วยลดเวลาที่ต้องใช้ในการตัดสินใจ

2. เครื่องมือในการวิเคราะห์นโยบาย

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกขององค์การ

สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง แรงผลักดันที่อยู่ภายนอกองค์การที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการบริหารองค์การและ ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2548: 25) ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรม

สภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมในสังคม มีผลต่อค่านิยมพื้นฐานของคนในสังคมนั้น ๆ เช่น การรับรู้ ความพอใจ พฤติกรรม ความเชื่อ รสนิยม และทัศนคติ ดังนั้นองค์การจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ผลกระทบต่อพนักงาน มลภาวะที่เกิดจากการทำงาน หรือคุณภาพของสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตราย

2. สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย

ในแต่ละประเทศมีกฎหมายบังคับ ในประเทศไทยก็มีกฎหมายในรูปของพระราชบัญญัติและระเบียบข้อบังคับเพื่อควบคุมและอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ ความผาสุก และความปลอดภัยของประชาชน เช่น พระราชบัญญัติโรงงาน พระราชบัญญัติควบคุมสารเป็นพิษและวัตถุระเบิด พระราชบัญญัติแรงงาน พระราชบัญญัติควบคุมการค้ากำไรเกินควร ข้อกำหนดเกี่ยวกับการนำเสนอการส่งออก ส่วนในต่างประเทศที่เป็นประเทศคู่ค้า มีความเข้มงวดในการตรวจสอบสารเคมีตกค้าง และ การกำหนดมาตรฐานสินค้าใหม่ ๆ เสมอ

3. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันเศรษฐกิจมีความเชื่อมโยงกันทั่วโลก การชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าของประเทศไทย เช่น ประเทศสหรัฐ มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ประกอบกับอุตสาหกรรมอยู่ในระยะถดถอย ปัญหาเรื่องค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นทำให้ต้นทุนสินค้าของประเทศไทยมีราคาสูงกว่าคู่แข่งขัน ไม่สามารถแข่งขันในประเทศคู่ค้าหลักได้ สมาคมฯได้ช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้กับสมาชิกโดยขอความร่วมมือกับกรมประมง และ กรมส่งเสริม ในการหาตลาดใหม่ ๆ ที่ยังมีศักยภาพ เช่น ตลาดEU และ ตลาดอาฟริกา เป็นต้น

4. สภาพแวดล้อมทางการเมือง

สภาพแวดล้อมทางการเมืองส่งผลกระทบต่อนโยบายการปกครองของประเทศ เฉพาะประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อย ๆ ทำให้ต่างชาติขาดความเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การเพิ่มหรือการควบคุมโดยรัฐบาล ดังตัวอย่าง โครงการครัวไทยครัวโลก บางรัฐบาลให้การสนับสนุน เมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาลใหม่ อาจได้รับการสนับสนุนน้อยลง ซึ่งผลกระทบต่อนโยบายในการดำเนินงานของสมาคม ในการวางแผนปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง

5. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

ในปัจจุบันเป็นยุคก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางและความก้าวหน้าขององค์การ เช่น การนำเทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงานคน ส่งผลให้องค์การต้องลดบุคคลากรลง และต้องเพิ่มประสิทธิภาพของบุคคลากรที่เหลือ ให้รู้จักใช้เครื่องมือเทคโนโลยีชนิดใหม่ มาตรการเหล่านี้จะส่งผลกระทบไปถึงสถานที่ในการทำงาน ลักษณะงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการอื่น ๆ การนำระบบ E- MAIL มาใช้ในการจัดซื้อ สามารถทำให้องค์การประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ และส่งผลถึงต้นทุนในการดำเนินการลดลงด้วย

6. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับงาน หรือ อุตสาหกรรม เนื่องจากความสามารถในการสร้างกำไรขององค์การ และลักษณะของการแข่งขัน ก็มีผลกระทบโดยตรงมาจากการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

7. สภาพแวดล้อมด้านลูกค้า

เพราะผู้ซื้อสินค้าหรือบริการถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดขององค์การ ถ้ามาใช้บริการมากแสดงถึงความสำเร็จขององค์การ

8. สภาพแวดล้อมโลก

ปัจจุบันองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จมีการขยายขอบเขตการปฏิบัติงานสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งด้านการดำเนินงาน การผลิต และการตลาด จากแนวโน้มนี้ทำให้เกิดการค้นหาวิธีการขนส่งที่ถูกกว่า และรวดเร็วกว่า การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วมากกว่า

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในขององค์การ

ธนชัย ยมจินดา (2543 : 77) สภาพแวดล้อมภายใน เป็นแนวทางในการที่จะบริหารจัดการองค์การ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สามารถจำแนกออกเป็น 2 องค์ประกอบดังนี้

3.2.1 การประเมินสถานะขององค์การ

- การประเมินกลยุทธ์ขององค์การ หมายถึง การประเมินกลยุทธ์ในอดีตที่ผ่านมา และกลยุทธ์ที่องค์การใช้อยู่ในปัจจุบัน ว่ามีสิ่งที่ผิดพลาดอย่างไร มีผลการดำเนินงานอย่างไร ซึ่งสามารถวัดได้จากส่วนแบ่งการตลาด ยอดขาย ผลกำไรสุทธิ หรือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นต้น

- การระบุความสามารถพิเศษ และข้อกำหนดพื้นฐาน เพื่อประเมินว่า องค์การมีความสามารถพิเศษใดบ้างที่เป็นจุดได้เปรียบคู่แข่งขัน เช่น ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองลูกค้า

- การประเมินสถานการณ์ภาพรวมขององค์การ เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ในอนาคต และ การกำหนดสถานภาพขององค์การทั้งองค์การ เช่น กำไร สถานภาพด้านการเงิน การเจริญเติบโต เป็นต้น

3.2.2 การประเมินกำลังความสามารถขององค์การ

- ด้านการเงิน องค์การส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการควบคุมทางการเงิน เนื่องจากในปัจจุบันสภาวะแวดล้อมมีความไม่แน่นอน องค์การควรประเมินและเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันในเรื่องความสามารถในการจัดหาเงินทุนทั้งในระยะสั้น และระยะยาว สภาพคล่อง ต้นทุนของเงินทุนที่นำมาใช้ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ความได้เปรียบในแง่ของภาษี

- ด้านการตลาด เพื่อความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน องค์การควรมีความสามารถทางด้านการตลาด คือ การพยากรณ์เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ส่วนตลาด และ พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้การเจาะเข้าสู่ตลาดใหม่ หรือ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดทำได้ง่ายยิ่งขึ้น

- ด้านการผลิต การประเมินด้านการผลิตกระทำเพื่อเปรียบเทียบสถานภาพทางการผลิตกับคู่แข่งขัน เช่น การวิจัยและการพัฒนา การวางระบบ การวางแผน และ ควบคุมการผลิต ขวัญและกำลังใจของพนักงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

- ด้านบุคลากร ความสามารถของบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์การแข่งขัน จะช่วยให้องค์การมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน ปัจจัยด้านบุคลากรที่ต้องประเมิน ได้แก่ ทักษะ คุณภาพ การเปลี่ยนงานและการขาดงาน ต้นทุนของแรงงาน ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของนโยบายด้านบุคลากร

- ด้านบริหาร ความสำเร็จขององค์การสามารถวัดได้จากนโยบายหลักขององค์การ ผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูง และ ระดับกลาง การพัฒนาบุคลากร การใช้ทรัพยากร โครงสร้างองค์การ ระบบการติดต่อสื่อสาร ประสิทธิภาพของระบบข้อมูลและการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในองค์การ การประเมินความสามารถด้านการบริหารนี้จะทำให้ทราบจุดแข็งที่ควรจะต้องเน้น และจุดอ่อนที่ควรต้องแก้ไขปรับปรุง

2.3 การกำหนดกลยุทธ์

หลังจากที่ได้ ประเมินองค์การทั้งภายในและภายนอกแล้ว ทำให้ทราบว่าองค์การควรจะไปในแนวทางใดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ขั้นต่อมาคือ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อที่จะได้วางเป้าหมาย และ กำหนดนโยบายในการปฏิบัติงานต่อไป

การกำหนดกลยุทธ์ คือ การพยายามตอบคำถามว่าทำอย่างไรเราถึงจะไปถึงเป้าหมาย หรือภาพที่องค์การได้กำหนดไว้ โดยใช้ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. กลยุทธ์ระดับบริษัท เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจหมายถึงการพัฒนาธุรกิจไปสู่ทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น การดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร หรือ การดำเนินธุรกิจแบบไม่เกี่ยวข้องกันเลย เป็นต้น เครื่องมือที่ช่วยกำหนดกลยุทธ์ในระดับนี้ เช่น McKinsey 7-S Framework, BCG Matrix

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปมี 3 กลยุทธ์ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นหรือ การรวมศูนย์

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ เป็นการกำหนดเชิงเทคนิคแก่ผู้เกี่ยวข้องในหน้าที่ต่าง เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์ในระดับนี้ ต้องสนับสนุนและสอดคล้องกับกลยุทธ์ระธุรกิจ ตัวอย่างเช่น เมื่อองค์กรใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจแบบเติบโต หน่วยงานด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ต้องวางแผนอัตรากำลังให้สามารถตอบสนองกลยุทธ์ดังกล่าว ด้วยการรับพนักงานเพิ่ม หรือเพิ่มศักยภาพของพนักงานด้วยกิจกรรมฝึกอบรม ในทางตรงข้ามเมื่อองค์กรดำเนินกลยุทธ์แบบถดถอย หน่วยงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องหยุดเพิ่มอัตรากำลังหรืออาจเลิกจ้างพนักงานบางส่วน เป็นต้น

บทที่ 3
วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์นโยบาย: กรณีศึกษาสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย"ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูล โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสารงานเขียน รายงานทางวิชาการ สารสนเทศ หนังสือคู่มือ รายงานกิจการประจำปี บทความจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร อินเตอร์เน็ตของสมาคมการค้าทั้งในและต่างประเทศ แล้วเปรียบเทียบนโยบายในการดำเนินงาน พร้อมทั้งศึกษาทิศทางของอุตสาหกรรมอาหารประมงในประเทศไทย ในด้านการผลิต การตลาด และ การค้าระหว่างประเทศ โดยเน้นสินค้ากุ้งเป็นหลัก ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลสมาคมการค้าในประเทศไทย ซึ่งได้แก่ สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย และสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป

2. ข้อมูลสมาคมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ สถาบันอาหารแช่แข็งของอเมริกา และ สมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม

3. ทิศทางอุตสาหกรรมอาหารประมงในประเทศไทย

4. นโยบายในปัจจุบันของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้ากุ้ง

1 ข้อมูลสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย (Thai Frozen Foods Association)

1.1 ประวัติความเป็นมา

สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย เป็นสมาคมการค้าจดทะเบียนที่ดำเนินงานโดยไม่มุ่งหวังกำไร ก่อตั้งเป็นสมาคมเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2511 โดยใช้ชื่อว่า "สมาคมผู้ค้าสัตว์น้ำไทย" จากการรวมตัวของผู้ประกอบการห้องเย็นที่ส่งสินค้าประมงไปประเทศญี่ปุ่น จำนวน 12 บริษัท และมีสมาชิกซึ่งเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารประมงทั้งทางตรงและทางอ้อม เพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ จนกระทั่ง พ.ศ. 2529 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ที่มาจากสินค้าประมง ปัจจุบันสมาคมมีสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการจำนวน 224 บริษัท มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 92/6 อาคารสาธรธานี 2 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพ 10500

โทรศัพท์ 02 235 5622-4 02 636 9001-4

โทรสาร 02 2355625 02 636 9005

Web site www.thai-frozen.or.th

e-mail thai-frozen@thai-frozen.or.th

ตราสมาคม

1.2 วัตถุประสงค์ของสมาคม

1. ส่งเสริมการประกอบกิจการค้าสัตว์น้ำ และสินค้าการเกษตรทุกชนิด ที่เกี่ยวกับการทำเป็นอาหารแช่เยือกแข็ง

2. สนับสนุนและช่วยเหลือมวลสมาชิก เพื่อแก้ไขอุปสรรคข้อขัดข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับการค้า ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

3. เชื่อมความสามัคคีและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างมวลสมาชิก

4. ประนีประนอม ข้อพิพาทระหว่างสมาชิก หรือ ระหว่างสมาชิก กับบุคคลภายนอก ในปัญหาเกี่ยวกับการประกอบกิจการค้าที่สมาชิกดำเนินอยู่

5.ทำความตกลงหรือวางระเบียบให้สมาชิกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติเพื่อให้ดำเนินกิจการค้าเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และได้รับประโยชน์ แก่ส่วนรวม

6. ส่งเสริมการจับสัตว์น้ำทุกชนิด และการเกษตร รวมทั้งการผลิตซึ่งสินค้าดังกล่าวที่เกี่ยวข้องให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพียงพอกับความต้องการของตลาดภายใน และตลาดต่างประเทศ และยกระดับคุณภาพของสินค้าที่อยู่ในมาตรฐานที่ดี เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ

7. รวบรวมสถิติการจับ การผลิต การจำหน่าย และ การส่งออกต่างประเทศ ศึกษาหรือสอบถามความรู้ความคิดเห็นอันเกี่ยวกับกิจการค้าของสมาชิก เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม

8.ร่วมมือกับรัฐบาล ในการส่งเสริมการค้าอุตสาหกรรมเกี่ยวกับสัตว์น้ำไทย เช่น กุ้ง ปลา และสินค้าเกษตรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

9.สมาคมนี้ ไม่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการเมือง

1.3 วิสัยทัศน์

"สมาคมเป็นองค์กรหลักในการกำหนดทิศทาง อุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งไทย โดยมีความพร้อมด้านองค์ความรู้ระดับสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน"

1.4 พันธกิจของสมาคม

1. กำหนดทิศทาง และกระตุ้นผลักดันนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ทั้งในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

2. พัฒนาและให้บริการองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็ง เพื่อให้สมาชิกสมาคมฯมีความพร้อมด้านข้อมูล ด้านความรู้ที่ทัดเทียมในระดับสากล

3. สนับสนุนและพัฒนาสมรรถนะแก่สมาชิกสมาคมฯ เพื่อช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมได้อย่างเข้มแข็งมั่นคงและยั่งยืน

1.5 กลยุทธ์ในการสนับสนุนพันธกิจ

สมาคมฯกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานเป็นลักษณะในเชิงนโยบาย โดยมีเป้าหมาย ให้เจ้าหน้าที่สมาคมฯสามารถทำงานแทนคณะกรรมการบริหารได้ 50 % โดยในแต่ละกลยุทธ์ ฝ่ายปฏิบัติการที่รับผิดชอบกลยุทธ์นั้น ๆ จะมีแผนการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ต่างๆ มีดังนี้

กลยุทธ์	แนวทางในการดำเนินการ
กลยุทธ์ที่ 1 จัดทำยุทธศาสตร์หลักเพื่อนำเสนอต่อภาครัฐ และ เข้าร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย และกฎระเบียบ	- จัดทำยุทธศาสตร์หลักพร้อมเสนอรัฐบาลใหม่ต้นปี 2552 - ผลักดันการเจรจาความร่วมมือระดับ G to G - จัดทำโครงการตรวจสอบ เสนอการแก้ไขและปรับปรุงกฎระเบียบ - จัดทำ International Partnership Program
กลยุทธ์ที่ 2 จัดตั้งคณะทำงานร่วมกับภาครัฐ เพื่อสร้างระบบติดตามความเคลื่อนไหวและส่งสัญญาณให้อุตสาหกรรม	- จัดทำเครือข่ายทูตพาณิชย์ - จัดทำระบบสัญญาณเตือนภัยแก่สมาชิก

กลยุทธ์ที่ 3 ผลักดันและร่วมกำหนดการตรวจพิสูจน์ทางวิชาการตลอด ทั้งห่วงโซ่อุปทาน	- ขับเคลื่อนอย่างจริงจังร่วมกับสถาบันอาหาร - จัดทำโครงการเผยแพร่ในเวทีสากล
กลยุทธ์ที่ 4 ผลักดันภาครัฐในการผ่อนปรน นโยบายจัดหาแรงงานให้เพียงพอ และถูกต้องตามกฎหมาย	- ประสานสมาชิกเพื่อทราบความต้องการและปัญหา - ร่วมกับกระทรวงแรงงานกำหนดระเบียบและวิธีการ - ทำโครงการพัฒนาฝีมือแรงงานร่วมกับกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนา Cluster จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งวิธีการเพาะเลี้ยง และการประมง	- ร่วมกับภาครัฐ นำและสื่อความรู้ความเข้าใจร่วมกัน
กลยุทธ์ที่ 6 จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมการผลิตสินค้าอาหารแช่เยือกแข็ง	- ปรับโครงสร้างและบทบาทสมาคม - จัดทำข้อตกลงกับสถาบันการศึกษาและภาครัฐ - พัฒนากิจกรรม Knowledge Transfer Sharing
กลยุทธ์ที่ 7 สมาคมสร้างฐานและศูนย์ข้อมูล และรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม	- ตั้งคณะทำงานร่วมภาครัฐและเอกชน - จัดทำแผนระยะสั้น และ ระยะกลาง - พัฒนาผู้เชี่ยวชาญเรื่อง Food Safety ระดับสากลเพื่อให้ได้รับเชิญไปบรรยายในเวทีนานาชาติ
กลยุทธ์ที่ 8 สร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสมในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า	- ก่อตั้งกลุ่ม Logistics ในประเทศ
กลยุทธ์ที่ 9 ยกระดับศักยภาพและนวัตกรรมของสมาชิกด้วยคุณภาพขององค์ความรู้และงานวิจัย	- จัดทำโครงการวิจัย - ปรับโครงสร้างสมาคมให้เพิ่มความสำคัญงานวิชาการและการวิเคราะห์
กลยุทธ์ที่ 10 ส่งเสริมให้สร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า ทั้งด้านการผลิต การตลาด และ การสร้าง Brand	- กำหนดและขยายเวทีการเข้าร่วมทางยุทธศาสตร์ - จัดทำแผนการตลาดร่วมตามประเภทสินค้า - สร้างความเข้าใจพื้นฐานขอบเขตของการสร้าง Brand

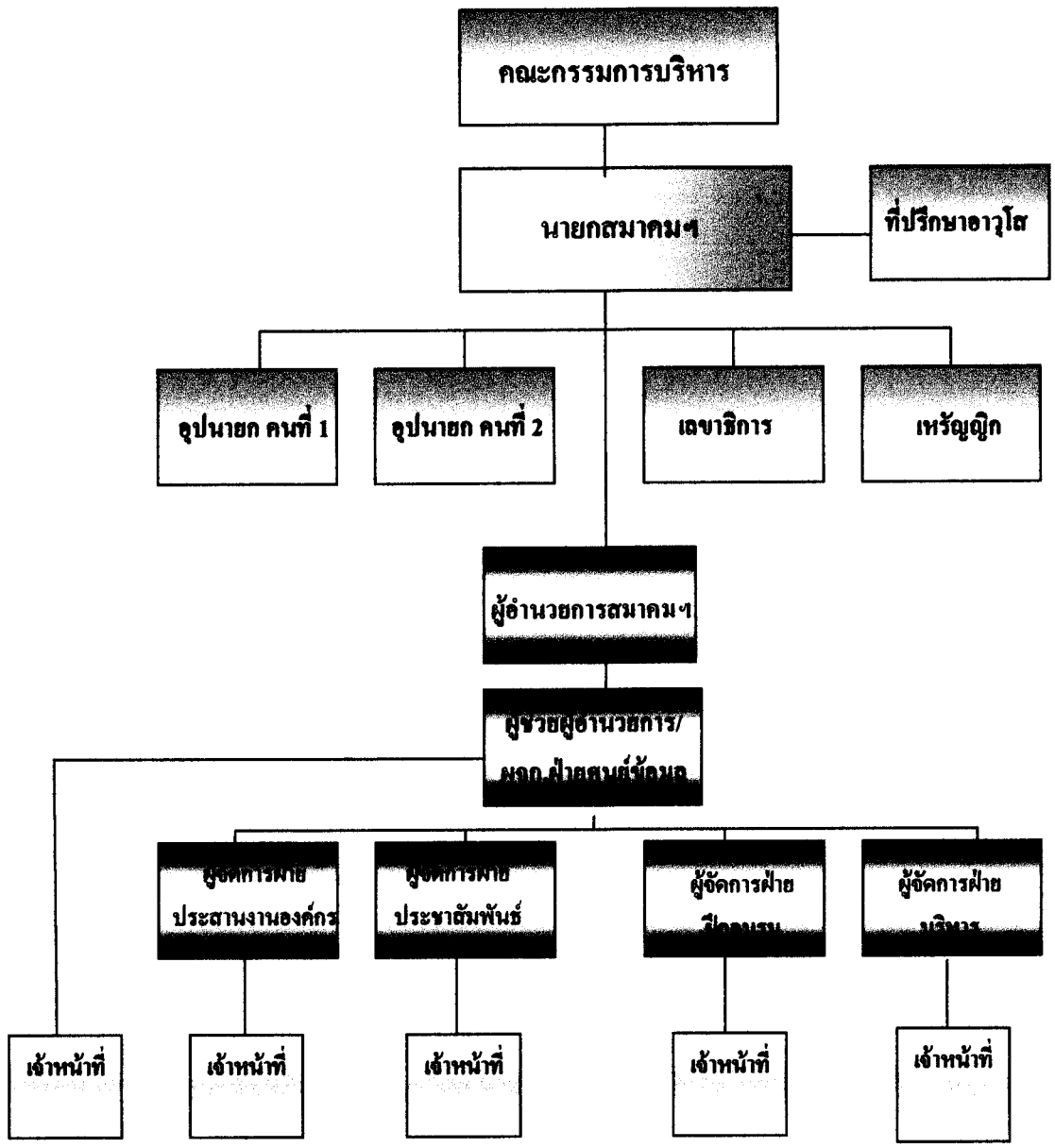
	- จัดทำ Further Process Model เผยแพร่ให้สมาชิก

1.6 อำนาจหน้าที่ คณะอนุกรรมการต่าง ๆ

ชื่อคณะอนุกรรมการ	อำนาจหน้าที่
1. คณะอนุกรรมการกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมและประสานงานปัญหาส่งออก	- จัดทำยุทธศาสตร์หลักเพื่อนำเสนอต่อภาครัฐและเข้าร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย และกฎระเบียบ - จัดตั้งคณะทำงานร่วมกับภาครัฐ เพื่อสร้างระบบติดตามความเคลื่อนไหว และ ส่งสัญญาณให้อุตสาหกรรม - ผลักดันและร่วมกำหนดทิศทางการตรวจพิสูจน์ทางวิชาการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน - พัฒนา Cluster จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งวิธีการเพาะเลี้ยง และประมง
2. คณะอนุกรรมการLogistics and Supply Chain	- สร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสมในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ สินค้า การเงิน และบริการ
3. คณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร	- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการสร้าง Brand - ข้อมูล ข่าวสาร บริการสมาชิก
4. คณะอนุกรรมการตรวจสอบระบบบัญชีและการเงินสมาคม	- ตรวจสอบระบบบัญชีและการเงินของสมาคม
5. คณะอนุกรรมการองค์ความรู้และสถาบันฝึกอบรม	- จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมการผลิตสินค้าอาหารแช่เยือกแข็ง - ยกระดับศักยภาพ และนวัตกรรมของสมาชิกด้วยคุณภาพขององค์ความรู้และงานวิจัย
6. คณะอนุกรรมการด้านมาตรฐานอาหาร มาตรการทางการค้า และศูนย์ข้อมูล	- สมาคมสร้างฐานและศูนย์ข้อมูล และรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม
7. คณะอนุกรรมการรับรองฐานะการเงิน	- พิจารณาออกหนังสือรับรองฐานะการเงินให้กับบริษัทสมาชิก

8. คณะอนุกรรมการกลุ่มสินค้า	- พิจารณาประเด็นปัญหา และกำหนดนโยบายแก้ไขปัญหาครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการส่งออก - ประสานงาน และเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - จัดทำ Position Paper ของกลุ่มสินค้า
9. คณะอนุกรรมการด้านแรงงานสัมพันธ์	- ผลักดันภาครัฐในการผ่อนปรนนโยบายจัดหาแรงงาน ให้เพียงพอ และถูกต้องตามกฎหมาย

1.7 โครงสร้างการดำเนินงานของสมาคม



สมาคมฯแบ่งการทำงานเป็น 5 ฝ่ายคือ

1. ฝ่ายศูนย์ข้อมูล ซึ่งรับผิดชอบดังต่อไปนี้

- จัดทำสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูล การนำเข้าและส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง และกลุ่มอาหาร Non Seafood

- จัดทำข้อมูล Supply Chain ในอุตสาหกรรม เช่น Logistics (คลังสินค้า การขนส่ง การกระจายสินค้า Import/Export) กลุ่มNASEG (North America Shrimp Exporter Groups)

- รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ทั้งด้านมาตรฐานการส่งสินค้าอาหาร กฎระเบียบการนำเข้า ของประเทศคู่ค้าต่าง ๆ
- ศึกษาและวิเคราะห์สินค้า/ตลาด ของคู่แข่งขัน พิจารณาข้อดี ข้อเสีย และ จุดเด่นต่าง ๆ นำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาสินค้า/ตลาดของอุตสาหกรรม
- กำหนดนโยบายและแผนงานในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกชนิดของอาหารแช่เยือกแข็ง

2. <u>ฝ่ายประสานงานองค์กร</u> มีหน้าที่ดังต่อไปนี้
- ประสานงานระหว่างภาครัฐ/ภาคเอกชน/สมาชิก
- รับผิดชอบร่วมกำหนดเป้าหมาย/ยุทธศาสตร์ของสินค้าอาหารแช่เยือกแข็ง และโครงการพิเศษต่าง ๆ ร่วมกับภาครัฐ เช่น ยุทธศาสตร์กุ้ง โครงการการหาวัตถุดิบทดแทน (ปลานิล) โครงการครัวไทยครัวโลก เป็นต้น
- ให้บริการประสานงาน แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และ การส่งออก ที่เกิดขึ้นให้กับสมาชิก

3. <u>ฝ่ายบริหาร</u> งานที่ได้รับผิดชอบคือ
- การจัดทำบัญชี ควบคุมค่าใช้จ่าย รายงานงบการเงินประจำปี ดูแลด้านการเงินและการจัดซื้อจัดจ้าง
- รับผิดชอบงานธุรการ-สำนักงานและทะเบียนสมาชิก
- งานทรัพยากรมนุษย์ ในการพัฒนาเจ้าหน้าที่
- งานประชุมกรรมการ และประชุมสมาชิก

4. <u>ฝ่ายประชาสัมพันธ์</u>
- การบริการให้ข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมแก่สมาชิกและบุคคลภายนอก
- การสร้างภาพลักษณ์และเผยแพร่การดำเนินงานของสมาคมฯให้สมาชิกและบุคคลภายนอก
- การหาตลาดใหม่ ๆ ให้สมาชิกรองรับตลาดเดิมที่มีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ
- การบริการผลิตสื่อให้สมาชิก
- ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

5. <u>ฝ่ายฝึกอบรม</u>
- ศึกษาความจำเป็น วิเคราะห์ และ วางแผนการฝึกอบรม
- จัดฝึกอบรม ความรู้ในอุตสาหกรรมและเกี่ยวเนื่องให้กับสมาชิกและบุคคลภายนอก

2. ข้อมูลสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (Thai Food Processors' Association)

2.1 ประวัติความเป็นมา

จัดตั้งขึ้นจากการรวมตัวของบริษัทผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปที่ส่งออกต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและช่วยเหลือสมาชิก ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 197 บริษัท แบ่งเป็นสมาชิกสามัญ 118 บริษัท สมาชิกวิสามัญ 79 บริษัทโดยมีสมาชิกสามัญที่ประกอบการเกี่ยวกับ

1.	อุตสาหกรรมสับปะรด	20	บริษัท
2.	อุตสาหกรรมปลาทูน่า	29	บริษัท
3.	อุตสาหกรรมอาหารทะเล	33	บริษัท
4.	อุตสาหกรรมผัก ผลไม้	27	บริษัท
5.	อุตสาหกรรมข้าวโพดหวาน	25	บริษัท
6.	อุตสาหกรรมเครื่องปรุงและอาหารพร้อมรับประทาน	32	บริษัท
7.	Trading Firm	31	บริษัท

ที่ตั้งสำนักงาน 170/21-22 ชั้น 9 อาคารโอเชี่ยนทาวเวอร์ 1
ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพ 10110
โทรศัพท์ 02 261 2684-6
โทรสาร 02 261 2996-7
Email: thaifood@thaifood.org
Website: www.thaifood.org

ตราสมาคม

2. 2วัตถุประสงค์ของสมาคม

1. ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบวิสาหกิจอันเกี่ยวกับการผลิตอาหารและอาหารสำเร็จรูป

2. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขอุปสรรคข้อขัดข้องต่างๆรวมทั้งเจรจาทำความตกลงกับบุคคลภายนอกเพื่อประโยชน์ร่วมกันในการประกอบวิสาหกิจของสมาชิกที่อยู่ในวัตถุประสงค์

3. ทำการวิจัยและให้คำแนะนำและความช่วยเหลือแก่สมาชิกเกี่ยวกับการประกอบวิสาหกิจประเภทที่อยู่ในวัตถุประสงค์

4. ส่งเสริมความร่วมมือ ความสามัคคี และ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก

5. ประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างสมาชิกหรือระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอก

6. ร่วมมือกับรัฐบาลในการส่งเสริมกิจการของสมาชิกของสมาคม

7. วางระเบียบให้สมาชิกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติเพื่อให้การประกอบวิสาหกิจเกี่ยวกับการผลิตอาหารและอาหารสำเร็จรูป

8. สมาคมการค้านี้ไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการในทางการเมือง

การดำเนินงาน

1. นโยบายด้านสาธารณะ สมาคมมีการดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ เหล่านี้

- โครงการศึกษาอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้กระป๋อง
- โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP
- โครงการศึกษาคุณสมบัติเอกลักษณ์น้ำสับปะรดเข้มข้น
- โครงการยกระดับมาตรฐานแปรรูปสัตว์น้ำเบื้องต้น (ล้ง)
- โครงการแก้ไขปัญหาวัตถุเจือปนอาหารในผลิตภัณฑ์ปูกระป๋องเพื่อการส่งออก

ฯลฯ

2. นโยบายด้านบุคลากรของสมาคม โดยการ จัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญระบบ HACCP

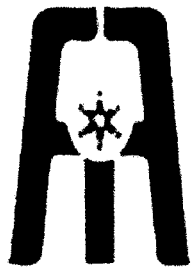
3. นโยบายด้านการบริการสมาชิก จัดทำ สถิติ ข้อมูล การนำเข้า และส่งออก ของอุตสาหกรรมให้แก่สมาชิก ทั้งด้าน Website จุลสารรายเดือน ร่วมมือกับภาครัฐในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรม

3.ข้อมูลสถาบันอาหารแช่แข็งของอเมริกา the America Frozen Food Institute: AFFI

3.1 ประวัติความเป็นมา

เป็นสถาบันการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติพิกัดอาหารแช่แข็ง ค.ศ. 1930 ทำหน้าที่ให้การสนับสนุน พัฒนา ช่วยเหลือ และเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการทั้งหมดของอุตสาหกรรมแช่แข็ง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ผลิตและจำหน่ายเนื้อสัตว์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก ผู้ผลิตอาหารและยา ผู้จำหน่ายผลไม้แช่แข็ง ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเล ผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำดื่ม ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 500 บริษัท

ที่ตั้งสำนักงาน	2000 Corporate Ridge, Suite 1000 McLean, VA 22102 USA
โทรศัพท์	(703) 821-0770
โทรสาร	(703) 821-1350
Email	Isarasin@.affi.com
Web Site	www.affi.com

ตราสมาคม 

3.2 วัตถุประสงค์ของสถาบัน

1. ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร
2. ส่งเสริมและพัฒนา เพื่อความเติบโตของอุตสาหกรรมอาหาร
3. เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการ
4. ให้ความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ
5. ให้บริการข้อมูล สถิติการค้า ในอุตสาหกรรม

3.3 นโยบายการบริหารงาน

1. นโยบายทางด้านสาธารณะ

ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมแช่แข็ง โดยให้การศึกษา การให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิก ให้การสนับสนุนและพัฒนาการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับสมาชิก ผู้บริโภค และให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก นโยบายที่ได้จัดทำเช่น

1.1. Country of Origin Labeling (COOL)

1.2. Distribution and Logistics

1.3. Domestic Food and Import Safety

1.4 Free Trade Agreements

- เปรู
- โคลัมเบีย
- ปานามา
- เกาหลี
- มาเลเซีย

2. นโยบายทางด้านสิ่งแวดล้อม

โดยได้รับความร่วมมือกับ สภาอุตสาหกรรมอาหารทางสิ่งแวดล้อม (The Food Industry Environmental Council: FIEC) ที่มีผู้ผลิตอาหารมากกว่า 50 บริษัท สมาคมการค้าองค์กรธุรกิจข้ามชาติ จำนวน 15,000 องค์กร ให้การสนับสนุนนโยบายนี้ นโยบายดังกล่าว เช่น

2.1 สนับสนุนกฎหมายพลังงานทดแทน เช่น การใช้ Ethanol มาผลิตเป็นเชื้อเพลิง

2.2 Food Safety and Science

การปกป้องอาหารแช่แข็ง โดยAFFI ประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจกับผู้บริโภค เรื่อง ภาพลักษณ์ไม่ดีของอาหารแช่แข็ง และเปลี่ยนมุมมองของอาหารแช่แข็ง อาหารสดในสายตาของผู้บริโภค แก้ไขผลกระทบที่เกิดต่อเนื่องของอาหารแช่แข็งในทุกผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า

2.3 Farm Bill

AFFI มีบทบาทที่สำคัญในการส่งเสริมสุขภาพและอนามัย ของประชาชนสหรัฐ รวมถึง การให้บริการอาหารในโรงเรียน ของอาหารแช่แข็ง การออกกฎหมายโดยสภาคองเกรส เรื่องใน อาหารทุกชนิดต้องมีข้อมูลหลักฐานด้านสารอาหาร คุณประโยชน์ของอาหาร และระบุเมืองที่เป็นแหล่งผลิต

2.4 Food Standards and Labeling

AFFI มีส่วนในการผลักดันให้อาหารทุกชนิดต้องติดฉลากแสดงข้อความที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค และไม่สนับสนุนอาหารที่มีคุณภาพต่ำ

3. นโยบายด้านการบริการของบุคลากร

การให้บริการที่ดีของเจ้าหน้าที่สถาบัน สามารถให้ประโยชน์ต่อบริษัทสมาชิก ดังนั้น คณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์ ได้เตรียมมาตรการจำนวน 7 ข้อ สำหรับการปฐมนิเทศ กับบริษัทสมาชิกใหม่ ดังนี้

3.1 การจัดส่งสมาชิกใหม่ ในการเข้าร่วมทำงานในโอกาสต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสในการเรียนรู้อุตสาหกรรม

3.2 ให้บริการการสอบถามคำถามข้อมูลต่าง ๆของอุตสาหกรรมทางโทรศัพท์ และตอบคำถามโดยคณะผู้เชี่ยวชาญ

3.3 การให้บริการด้านข้อมูล ข่าวสาร เชิงลึก เฉพาะสมาชิก

3.4 บริษัทสมาชิกสามารถรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม และคำแนะนำจากคณะกรรมการบริหารเป็นระยะ ๆ

3.5 ให้ความมั่นใจต่อสมาชิก ที่ให้สถาบันเป็นตัวแทน

3.6 สมาชิกสามารถทำธุรกิจและ เครือข่าย สำหรับรายการ AFFIEVENT ที่จะมาถึง

3.7 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และบริการความรู้ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม

4. ข้อมูลสมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม

(The VIETNAM Association of Seafood Exporters and Producers: VASEP)

4.1. ประวัติความเป็นมา

เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นโดยไม่แสวงหากำไร เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2541 โดยภาครัฐให้การสนับสนุน ด้านรายได้เพื่อช่วยเหลือสมาชิกในการส่งออกสินค้าอาหารทะเล สมาคมมีสมาชิกจำนวน 253 บริษัท ประกอบด้วย สมาชิกสามัญ 185 บริษัท และ สมาชิกประเภทสมาคม 68 สมาคมมีที่ตั้งสำนักงานอยู่ที่

71, D5 Str.,

25 Ward, Binh Thanh Dist.,

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 5126487 / 5126489

Fax: + 84 8 5126488

E-mail: vasep-org@hcm.vnn.vn; vasep@fpt.vn

Website www.vasep.com

ตราสมาคม

4.2. การดำเนินงานของสมาคม

1. ให้การสนับสนุนและปกป้องสินค้าเป้าหมายหลัก 5 รายการ เพื่อสร้างเป็นเครื่องหมายทางการค้าประจำชาติ และให้เป็นสินค้าที่ติดตลาดโลก สินค้าเป้าหมายหลักได้แก่

1.1 กุ้ง (Shrimp) : กุ้งกุลาดำ (black shrimp)

: กุ้งขาขาว (white-leg shrimp)

: กุ้งก้ามกราม (prawn)

1.2 ปลาตระกูลปลาดุก (tra and basa catfish)

1.3 ปลาทูน่า (Tuna)

1.4 ปลานิล (Tilapia)

1.5 สัตว์น้ำจำพวกหอย (Mollusc)

2. ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ รวมทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์น้ำในการพัฒนาการเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อปริมาณการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น

3. ให้การสนับสนุนการรักษามาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสุขอนามัยที่ดีของสัตว์น้ำจากเวียดนามในระดับสากล

4. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และ เป็นผู้รับจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

5. เพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหาร เช่น

5.1 การรวมตัวกันอย่างมีเอกภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

5.2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

5.3 การลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารทะเลที่สำคัญ ๆ

5.4 จัดทำวารสาร VIETFISH International เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว และแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารทะเลของเวียดนาม

5.5 ขยายกิจการโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ ที่มีกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้น ได้แก่

- บริษัท Minh Phu Seafood Import-Export
- บริษัท An Giang Frozen Aqua-Products Enterprise
- บริษัท Can Tho Agriculture and Animal Products Import-Export Company

6. การทำธุรกิจร่วมกัน(Joint Venture) กับประเทศอื่น ๆ เช่น รัสเซีย จีน ญี่ปุ่น

4.3 วัตถุประสงค์ของสมาคม

1. ช่วยเหลือสมาชิกด้านการพัฒนาการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพของธุรกิจ การจัดหาวัตถุดิบและการขยายตลาด สร้างจุดแข็งในการแข่งขันสินค้าที่ผลิตในเวียดนาม ส่งเสริมพัฒนากิจการอุตสาหกรรมอาหารของเวียดนาม

2.สร้างและดำรงรวมถึงการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์และการร่วมมือในหมู่สมาชิกบนพื้นฐานความสมัครใจ และผลประโยชน์ร่วมกัน โดยสมาคมจะเป็นผู้จัดการ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในการที่จะสร้างสัมพันธภาพที่ดีในหมู่สมาชิก

3. เป็นตัวแทนเพื่อปกป้องสิทธิของสมาคม และ หมู่สมาชิก และรับผิดชอบตามหน้าที่ต่อหน่วยงานของรัฐและองค์กรอื่น ๆ ในด้านของผู้ผลิตและส่งออกอาหารทะเล

4.ขยายสมาคมโดยการเพิ่มสมาชิก และพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและขอบข่ายกิจกรรมของสมาคมรวมถึงการสร้างและสนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศ

4.4 นโยบายของสมาคม

- นโยบายด้านสาธารณะ โดยมีมาตรการในการสนับสนุนสินค้าเป้าหมายของอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นเครื่องหมายการค้าประจำชาติและให้เป็นสินค้าที่ติดตลาดโลก โดยภาครัฐให้การสนับสนุนภาคเอกชน ทั้งเรื่อง เทคโนโลยีในการผลิต การหาแหล่งเงินทุน ให้การสนับสนุนตั้งแต่เกษตรกรผู้เลี้ยง จนกระทั่งโรงงานแปรรูป รวมทั้งสนับสนุนการรักษามาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสุขอนามัยที่ดีของสัตว์น้ำจากเวียดนามในระดับสากล

- นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีมาตรการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เวียดนามเป็นประเทศเดียวในทวีปเอเชียที่ทำข้อตกลงในระดับประเทศกับ Marine Stewardship Council (MSC) เมื่อเดือน มิถุนายน 2005 ในการส่งสินค้าประมงเข้าไปจำหน่ายในบริษัท Wal-Mart ซึ่งกำหนดว่าสินค้าที่จะวางจำหน่ายในร้านค้าของบริษัท จะต้องได้รับการรับรองจาก Marine Stewardship Council (MSC) เท่านั้น

- นโยบายการพัฒนาคุณภาพด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารด้วยการใช้กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ปรับปรุงคุณภาพ คุณลักษณะ และคุณประโยชน์ของสินค้าเพื่อยกระดับสินค้าของอุตสาหกรรมให้อยู่ในระดับสูง (Premium products) พร้อมกับพัฒนาและลงทุนในระบบการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัย โดยอาศัยการเมืองระหว่างประเทศ ในการขอรับความช่วยเหลือจากกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น สหภาพยุโรป และได้รับความช่วยเหลือหลายโครงการ ทั้งในรูปของความช่วยเหลือด้านการเงินและผู้เชี่ยวชาญ

5. อุตสาหกรรมอาหารประมงในประเทศไทย

สินค้าอาหารเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าส่งออกที่มีศักยภาพของประเทศไทย สามารถทำรายได้เข้าประเทศหลายหมื่นล้าน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม สามารถผลิตอาหารได้หลากหลายชนิด ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการผลิตอาหาร คือ "โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก" ดังนั้นภาครัฐจึงให้การสนับสนุน และการพัฒนาในทางอุตสาหกรรม ทุกห่วงโซ่การผลิต โดยประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหาร ปี 2550 คิดเป็น 2.4% ของมูลค่าส่งออกอาหารโลก (ข้อมูล: Global Trade Atlas) หนึ่งในจำนวนนั้นคือ การส่งออกอาหารประมง โดยเฉพาะสินค้ากุ้ง ไทยติดอันดับ 1 ของโลก มูลค่า 81,645.72 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งประมาณ 22.1% ในตลาดโลก และสินค้าประมงเป็นอันดับที่ 3 ของโลก มูลค่า 192,061.75 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งประมาณ 7.9 % ในตลาดโลก (ที่มา: กรมประมง) ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาขอเน้นเรื่องสินค้ากุ้งเป็นหลัก เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

สาเหตุสำคัญที่ทำให้สินค้ากุ้งเป็นสินค้าอันดับ 1 ของโลก และสามารถนำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากนั้น มีปัจจัยที่สำคัญคือ

1. เกษตรกรไทยเป็นผู้ประสบความสำเร็จสูงสุดในการเพาะเลี้ยง ทำให้มีผลผลิตสม่ำเสมอ
2. มีโรงงานที่ได้มาตรฐานผ่านระบบต่าง ๆ อันเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ เช่น HACCP GMP ISO 9000 Pre-certification ของประเทศญี่ปุ่น
3. มีแรงงานที่มีฝีมือ (Skill Labor) และมีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับพร้อมที่จะเรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
4. สินค้ามีคุณภาพและสามารถผลิตได้หลากหลาย
5. มีท่าเรือน้ำลึกที่สะดวก
6. เป็นผู้ขายที่รักษาสัญญา มีการส่งมอบที่แน่นอนและมีความอะลุ้มอล่วยต่อลูกค้า

ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นจุดแข็งที่ทำให้สินค้ากุ้งไทยสามารถครองตลาดโลกเป็นเวลานาน แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสินค้ากุ้ง ก็ยังคงประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ เช่น

1. ปัญหาการขาดแคลนพ่อแม่พันธ์

2. ปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อม

3. ปัญหาขาดระบบการจัดการและสุขอนามัยในแพกุ้ง ในการใช้น้ำแข็งที่ไม่ได้มาตรฐาน

4. ปัญหาโครงสร้างและระบบการจัดการของสถานแปรรูปสัตว์น้ำเบื้องต้น(Peeling Shed) (ล้ง) ที่ส่วนใหญ่โครงสร้างในการประกอบธุรกิจเป็นลักษณะอุตสาหกรรมในครอบครัว ไม่มีกฎหมายรองรับ

5. ปัญหาโรงงานที่ผลิตเพื่อส่งออกไม่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก

5.1 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมกุ้งไทย

ผลผลิตของกุ้งไทยส่วนใหญ่ ได้มาจากการเพาะเลี้ยง และ การจับแบบธรรมชาติ สินค้ากุ้งที่สำคัญคือ กุ้งขาวแวนนาไม และ กุ้งกุลาดำ ในการเพาะเลี้ยงกุ้งที่ผ่านมา กุ้งกุลาดำเป็นกุ้งทะเลเพียงชนิดเดียวที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้การเลี้ยงมีการพัฒนาอย่างแพร่หลาย เป็นผลให้ผลผลิตตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2534-2544 ประเทศไทยเป็นผู้นำในด้านการผลิตและการส่งออกจนสามารถครองอันดับหนึ่งในด้านการส่งออกติดต่อกันหลายปี

ปัจจุบันแนวโน้มสัดส่วนการเลี้ยงกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวแวนนาไมในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยปัจจัยที่สำคัญ คือเรื่องราคา เพราะเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งเป็นกลุ่มเดียวกันทั้งประเทศ เช่น ถ้าราคากุ้งขาวแวนนาไมต่ำกว่าราคากุ้งกุลาดำมาก จะทำให้เกษตรกรหันมาเลี้ยงกุ้งกุลาดำมากขึ้น แต่เมื่อใดที่ราคากุ้งขาวและกุ้งกุลาดำไม่แตกต่างกัน เกษตรกรจะหันมาเลี้ยงกุ้งขาวมากขึ้น เพราะการเลี้ยงง่ายอัตราการตายน้อยทำให้ได้ผลผลิตสูงกว่า และใช้เวลาสั้น เป็นผลให้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่ากุ้งกุลาดำมาก

อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้ง เฉพาะในส่วนของกุ้งกุลาดำที่ผ่านมา ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกระบวนการผลิตจนถึงขั้นสุดท้ายที่มีการส่งออกไปต่างประเทศ มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมากตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เรือประมงสำหรับการจับแม่กุ้ง โดยมากเป็นเรืออวนลากแบบอวนลากเดี่ยว ปัจจุบันในประเทศมีประมาณ 300-500 ลำและเรือสำหรับไปรับซื้อแม่กุ้งกลางทะเลเพื่อนำมาจำหน่ายแก่โรงเพาะฟัก

2. โรงเพาะฟัก แม่กุ้งทั้งหมดจะถูกนำเข้าไปยังโรงเพาะฟักเพื่อผลิตลูกกุ้ง จำนวนของโรงเพาะฟักจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสถานการณ์การเลี้ยงกุ้ง

3. ฟาร์มเลี้ยงกุ้ง ลูกกุ้งจากโรงเพาะฟักจะถูกนำไปเลี้ยงตามแหล่งเลี้ยงกุ้งที่กระจายอยู่ตามภาคกลาง ภาคตะวันออก และทางภาคใต้ของประเทศ

4. แพจับกุ้งและตลาดกลาง หลังจากเลี้ยงกุ้งจนได้ขนาดที่พร้อมจะจับขายได้แล้ว การซื้อขายกุ้งดังกล่าวมีหลายรูปแบบตั้งแต่เจ้าของฟาร์มกุ้งนำกุ้งไปขายประมูลกันเองที่ตลาดกลาง (ตลาดกลางมหาชัย จ.สมุทรสาคร ตลาดกลางปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช และ ตลาดกลางประมูลกุ้งภาคใต้ จ. สุราษฎร์ธานี) และ มีแพหรือห้องเย็นมาประมูลการจับกุ้งในฟาร์ม

5. ห้องเย็น ปัจจุบันห้องเย็นที่แปรรูปกุ้งเพื่อการส่งออกและเป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ประมาณ 130 โรง ผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกส่งออกมีทั้งกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปพร้อมบริโภค

นอกจากนี้มีธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องในอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ได้แก่

- บริษัทผู้ผลิตอาหาร อุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งของไทยเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้อาหารสำเร็จรูปเกือบทั้งหมด แทนการใช้อาหารสดหรืออาหารที่เกษตรกรผลิตใช้เอง

- ผู้ค้าปัจจัยการผลิต ได้แก่ บริษัทต่าง ๆที่ผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์และวัสดุต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตลูกกุ้ง จนถึงการเลี้ยงกุ้งขนาดใหญ่

- บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนามีการปล่อยลูกกุ้งอย่างหนาแน่นกว่าการเลี้ยงแบบกึ่งพัฒนา หรือ แบบดั้งเดิม จำเป็นต้องมีอุปกรณ์สำหรับให้อากาศที่มีประสิทธิภาพสูง ได้แก่ เครื่องตีน้ำแบบแขนยาว เครื่องสูบน้ำแบบต่าง ๆ

5.2 สถานการณ์กุ้งของประเทศไทย

การผลิตในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา ผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 13.71 % ต่อปี ปี 2550 คาดว่าจะมีผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงปริมาณ 530,000 ตัน เพิ่มขึ้นจาก 507,000 ตัน ในปี 2549 และประมาณการว่าตลอดทั้งปี 2551 จะมีผลผลิตทั้งสิ้นราว 500,000 ตัน โดยผลิตส่วนใหญ่เพื่อการส่งออก ที่เหลือจึงใช้บริโภคภายในประเทศ(ที่มา: ศูนย์ข้อมูล สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย)

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการผลิตกุ้ง

ประเทศคู่แข่งที่มีศักยภาพในการผลิตกุ้งส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชีย ได้แก่ จีน เวียดนาม อินเดีย และอินโดนีเซีย ส่วนประเทศที่มีผลผลิตกุ้งเป็นจำนวนมากในทวีปอเมริกาใต้ ได้แก่ เอกวาดอร์ และ บราซิล

1. ประเทศจีน เป็นประเทศผู้นำในการผลิตกุ้งทะเลตลอดมา มีการเลี้ยงกุ้งหลายชนิดแต่ที่ผลิตออกมาจำนวนมากคือกุ้งขาวแวนนาไมซึ่งผลิตได้มากกว่าครึ่งหนึ่งของผลผลิตทั้งหมด ที่เหลือเป็นกุ้งขาวจีนและกุ้งขาวชนิดอื่นๆ ปัจจุบันประเทศจีนสามารถผลิตกุ้งขาวแวนนาไมได้ใกล้เคียงกับทุกประเทศในทวีปอเมริกาใต้รวมกัน ข้อได้เปรียบของประเทศจีนคือ มีค่าแรงงานถูก และค่าลูกกุ้งมีราคาต่ำ อีกทั้งมีการพัฒนาสายพันธ์กุ้งตลอดเวลา ข้อด้อยของประเทศจีนคือ ในช่วงปลายปีตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์เป็นฤดูหนาวไม่สามารถเลี้ยงกุ้งได้ และความเห็นแก่ตัวของเกษตรกรซึ่งมีการใช้สารเมลามีนผสมในอาหารที่ใช้เลี้ยงกุ้ง ในหลายพื้นที่

เนื่องจากผลผลิตส่วนใหญ่ มีการบริโภคภายในประเทศเป็นจำนวนมาก ปริมาณการส่งออกจึงมีจำนวนน้อยกว่าประเทศไทย แต่ถือว่าเป็นคู่แข่งอันดับ 1 ของไทยในประเทศสหรัฐฯ และยังเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งตลาดประเทศญี่ปุ่นและตลาดประเทศในแถบสหภาพยุโรปด้วย ตลาดที่สำคัญของประเทศจีนคือ ประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาภายหลังการเปิดเสรีทางการค้าถือเป็นโอกาสทองของประเทศจีนในการขยายตลาดที่สำคัญ เพราะสามารถขยายตลาดกุ้งได้โดยไม่ยาก

2. ประเทศเวียดนาม เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการผลิตกุ้ง โดยเฉพาะกุ้งกุลาดำ เพราะมีพื้นที่ในการเลี้ยงมากกว่าประเทศไทยและมีผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี อุตสาหกรรมสัตว์น้ำแช่แข็งในเวียดนามค่อนข้างจะพัฒนาได้รวดเร็ว ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของประเทศเวียดนามเนื่องจากประเทศผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตให้ ข้อด้อยของประเทศเวียดนามคือ ในพื้นที่ภาคกลางถึงตอนเหนือของประเทศจะเลี้ยงกุ้งได้เพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น ตลาดส่งออกหลักคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป จีนและฮ่องกง

3. ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตกุ้งที่สำคัญเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากประเทศจีน ประเทศไทย และประเทศเวียดนามผลผลิตส่วนใหญ่เป็นกุ้งกุลาดำและส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันมีการทดลองเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมในบางส่วนของพื้นที่และมีแนวโน้มผลผลิตจะเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับประเทศไทย ถือเป็นคู่แข่งขันที่สำคัญของประเทศไทยอีกประเทศหนึ่ง ข้อด้อยของประเทศอินโดนีเซียคือพื้นที่การเลี้ยงกุ้งกระจายอยู่ตามเกาะต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกในหลายพื้นที่ไม่เพียงพอ การขนส่งกุ้งจากบ่อเลี้ยงของเกษตรกรรายย่อยสู่ห้องเย็นต้องใช้เวลานาน ทำให้คุณภาพกุ้งจากพื้นที่เหล่านี้ด้อยคุณภาพลง นอกจากนั้นยังมีปัญหาสังคมและการเมือง ทำให้การขยายตัวช้ากว่าประเทศอื่นๆ แต่จากการที่ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ผลิตกุ้งติดอันดับต้นๆของโลก

เพียงประเทศเดียวที่ไม่โดนข้อหาการทุ่มตลาดกุ้งในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ได้เปรียบประเทศอื่นๆที่โดนข้อหาการทุ่มตลาดซึ่งต้องโดนเก็บภาษีในอัตราต่างๆกันในการส่งกุ้งเข้าไปในตลาดสหรัฐอเมริกา

4. ประเทศอินเดีย พื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศเป็นการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ทำให้สามารถผลิตกุ้งได้ปริมาณจำนวนมากและมีต้นทุนต่ำกว่าประเทศไทย ตลาดส่งออกที่สำคัญคือประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นประเทศอินเดียยังมีการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่เพื่อการส่งออกอีกด้วย โดยภาพรวมแล้วประเทศอินเดียมีพื้นที่ในการเลี้ยงที่สามารถขยายตัวได้อีกมาก

5. ประเทศเอกวาดอร์ มีพื้นที่การเลี้ยงกุ้งมากผลผลิตทั้งหมดเป็นกุ้งขาว ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าประเทศไทย และมีข้อได้เปรียบในการส่งกุ้งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญ

6. ประเทศบราซิล เพิ่งเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้ง แต่มีศักยภาพสูงมากในด้านการเลี้ยงกุ้ง โดยเกษตรกรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ทำให้ผลผลิตจากประเทศบราซิลเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะนี้บราซิลผลิตกุ้งเป็นอันดับ 7 ของประเทศผู้นำในการผลิตกุ้งของโลก ในอนาคตบราซิลจะเป็นประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดจากทวีปอเมริกาใต้แทนที่ประเทศเอกวาดอร์ ตลาดส่งออกที่สำคัญคือสหภาพยุโรป

5.3 สถานการณ์การส่งออกและนำเข้ากุ้งของไทย

<u>สถานการณ์การส่งออก</u>

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าเฉลี่ย 13.01 % และ 5.51 % ต่อปี การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งปี 2550 มีปริมาณ 360,000 ตัน มูลค่า 82,800 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2549 จำนวน 3.98% แต่มูลค่าลดลง 4.31 การส่งออกกุ้งของประเทศไทย แม้ว่าจะประสบปัญหาต่าง ๆ จากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ราคาค่าน้ำมันมีการปรับตัวทำให้อัตราค่าระวางเรือเพิ่มขึ้น การต้องวางหลักทรัพย์ค้ำประกันการนำเข้าสินค้า (Continuous Bond) ของประเทศสหรัฐ และการกำหนดมาตรฐานให้สินค้ากุ้งนำเข้าต้องได้รับการรับรองจาก ACC ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองมาตรฐานภาคเอกชนของประเทศสหรัฐ ทำให้ต้นทุนในการส่งออกของประเทศไทย ไปประเทศสหรัฐฯ สูงขึ้น และจากการที่สหภาพยุโรปมีการปรับลดภาษีและผลกระทบเชิงบวกจากการที่กุ้งประเทศจีนและประเทศเวียดนาม ตรวจพบสารต้องห้ามตกค้าง ทำให้ผู้นำเข้าหันมาซื้อกุ้งจากประเทศไทยมากขึ้น การส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยส่วน

ใหญ่อยู่ในรูปกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง โดยคิดเป็น 50-60 % ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ กุ้งปรุงแต่ง และ กุ้งต้ม ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศในสหภาพยุโรป และ ประเทศแคนาดา

ปี 2551 การส่งออกของกุ้งและผลิตภัณฑ์ ยังไม่คล่องตัวมากนัก เนื่องจากประเทศสหรัฐฯ ที่เป็นตลาดที่สำคัญของประเทศ ประสบปัญหา Subprime ทำให้เศรษฐกิจของประเทศสหรัฐฯ หดตัว และประเทศไทยยังคงมีปัญหาในเรื่อง Antidumping และ C-bond ประกอบกับในช่วงเดือนเมษายน 2551 อุตสาหกรรมประมงของประเทศไทยถูกกล่าวหาจากหน่วยงานภาคเอกชนของประเทศสหรัฐว่ามีการใช้แรงงานเด็ก มีการกดขี่แรงงานต่างด้าว และการค้ามนุษย์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์กุ้งมีราคาต่ำลง อย่างไรก็ตามประเทศสหรัฐ ด้วยความร่วมมือของกรมประมงและสมาคมฯ ได้เข้าตรวจสอบโรงงานและสถานแปรรูปสัตว์น้ำเบื้องต้น (ล้ง)จำนวน 30 โรง ในจังหวัดต่าง ๆ ระหว่างวันที่ 2-13 มิ.ย.51ผลการตรวจปรากฏว่าไม่พบปัญหาการใช้แรงงานเด็กและการกดขี่แรงงานทั้งในโรงงานและล้งตามที่กล่าวหา ส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเริ่มคล่องตัวขึ้นจากเดิม

การส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยตั้งแต่เดือน มกราคม – กันยายน 2551 มีปริมาณใกล้เคียงกับปี 2550 คือ 259,000 ตันโดยประมาณ แต่มูลค่าลดลงประมาณ 300 ล้านบาท แสดงว่าราคาที่ส่งออกลดราคาลง ถึงแม้การส่งออกไปยังประเทศสหรัฐจะมีปริมาณลดลง 4.54% และมีมูลค่าลดลง 3.49 % ก็ตามแต่ก็ยังถือว่าเป็นตลาดหลักของประเทศไทยเพราะมีการส่งออกไปมากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น (ตามตารางที่ 3.3)

การส่งออกกุ้งของประเทศไทย

เดือน มกราคม-เดือนกันยายน2551

หน่วย:ปริมาณ-ตัน,มูลค่า-ล้านบาท

ประเทศ/กลุ่มประเทศ	ม.ค.- ก.ย.50		ม.ค.- ก.ย.51		% แตกต่าง	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เอเชีย	66,524	15,354	72,813	15,912	9.45	3.63
1. จีน	2,126	439	3,943	507	85.47	15.49
2. ญี่ปุ่น	43,949	10,684	46,935	11,589	6.79	8.47
3. อื่น ๆ	20,449	4,231	21,935	3,816	7.27	(9.81)

สหรัฐอเมริกา	136,959	31,335	130,705	30,242	(4.54)	(3.49)
อียู	23,264	5,764	28,645	6,937	23.13	20.35
ออสเตรเลีย	6,531	1,478	4,392	1,049	(32.75)	(29.03)
อื่น ๆ	25,761	5,458	22,540	4,858	(12.50)	(10.99)
รวม	**259,039**	**59,389**	**259,095**	**58,998**	**0.02**	**(0.66)**

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3.3 การส่งออกกุ้งของประเทศไทย

การส่งออกสินค้าประมง ของประเทศเวียดนาม พ.ศ. 2548

FISHERY EXPORT FROM JANUARY TO DECEMBER 2005 (By Products)		
Items	**Volume (tonne)**	**Value (USD)**
Frozen shrimp/prawn	155858.2	1359146658
Frozen finfish	216640.6	555034152
Others	124400.6	393308544
Frozen Squids/Cuttlefish	29517.7	109027166
Tuna	30207.8	82242507
Dried squid	12521.1	80528129
Frozen octopus	33158.9	75515684
Dried fish	22987.4	70879440
Dried krill	8024.4	5113081
Dried shrimp	944.4	3608062
Lobster	123.4	1961776
Lived/Fresh fish	115	500106
Total	**634499.5**	**2736865305**

ตารางที่ 3.4 การส่งออกกุ้งของประเทศเวียดนาม พ.ศ. 2548

การส่งออกสินค้าประมง ของประเทศเวียดนาม พ.ศ. 2549

FISHERY EXPORT FROM JANUARY TO DECEMBER 2006 (By Product)		
Items	**Volume (tonne)**	**Value (USD)**
Shrimp	143614.8	1335777305
Tra, Basa fish	286600	736872503
Fish	82832.5	223622823
Cephalopod	69763.1	222189688
Others	53673.4	191469035
Processed shrimp	14818.2	124388756
Tuna	44822.2	117132996
Other crustacean	15149.2	106545584
Dried fish	28220	89402643
Dried squid	12063.1	79595373
Processed fish	46159.9	68306789
Bivalve	18754.3	55315952
Dried shrimp	4603.2	5881154
Other mollusc	593	1046207
Slipper lobster	13	412769
Total	**821679.9**	**3357959577**

ตารางที่ 3.5 การส่งออกกุ้งของประเทศเวียดนาม พ.ศ. 2549

การส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของประเทศเวียดนามตั้งแต่เดือน มกราคม – ธันวาคม 2548 และ 2549 มีปริมาณใกล้เคียงกัน คือ 143,000 ตัน และ 155,000 ตัน มูลค่า 133.5 ล้านเหรียญสหรัฐ และ 135.9 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ แสดงว่าการส่งออกมีมากขึ้นทั้งด้านปริมาณและราคา (ตามตารางที่ 3.4 และ3.5)

<u>สถานการณ์การนำเข้า</u>

ตลาดนำเข้ากุ้งที่สำคัญของประเทศไทย ในช่วง ปี พ.ศ. 2545 -2549 การนำเข้ามีแนวโน้มลดลงทั้งปริมาณและมูลค่าเฉลี่ย 14.42 และ 26.63 ต่อปี ตามลำดับ การนำเข้าปี 2550 มีปริมาณ 16,256 ตัน มูลค่า 1,511 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 0.21 และ 0.49 ตามลำดับ (ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร) ซึ่งคาดว่าในปี 2551 ทั้งปริมาณและมูลค่าไม่ต่างจากปี 2550 การนำเข้ากุ้งของประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในรูปกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง คิดเป็น 45 %ของมูลค่าการนำเข้า รองลงมาเป็นกุ้งปรุงแต่งและกุ้งอื่น ๆ ตามลำดับ

5.4 อนาคตอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศไทย

อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศไทย ทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาทถึงหนึ่งแสนล้านบาท มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก

ตั้งแต่เริ่มต้น(ต้นน้ำ)จนกระทั่งถึงผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจะส่งออก(ปลายน้ำ)เพราะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทุกขั้นตอนประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ ผลิตได้ภายในประเทศ ที่ผ่านมาประเทศไทยเป็นผู้นำในด้านการผลิตและการส่งออกติดต่อกันเป็นเวลานานถ้าดูเฉพาะปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดอาจจะคิดว่าอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในช่วงเวลาที่ผ่านมา แต่ในความเป็นจริงปัญหาในการผลิตและการส่งออกมีมาโดยตลอด โดยเฉพาะในด้านการผลิตเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำได้รับความเสียหายอย่างหนักจากโรคไวรัสหัวเหลือง และโรคไวรัสดวงขาวซึ่งยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญ ในด้านการส่งออกมีปัญหายาคลอแรมเฟนิคอลและยาในกลุ่มไนโตรฟูแรมส์ตกค้างมาหลายครั้ง ทำให้การส่งออกกุ้งไปยังสหภาพยุโรปได้รับผลกระทบอย่างหนัก ส่วนตลาดที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยคือสหรัฐอเมริกา เนื่องจากการที่ประเทศไทยและอีก 5 ประเทศที่ส่งกุ้งเข้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดนข้อกล่าวหาเรื่อง การทุ่มตลาดกุ้ง ทำให้การส่งกุ้งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับผลกระทบ ภาครัฐและภาคเอกชนต้องช่วยกันแก้ปัญหามาโดยตลอด ไม่เพียงแต่ด้านการผลิตและด้านการส่งออก การเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล อุตสาหกรรมยังโดนข้อกล่าวหาในเรื่องของการทำลายป่าชายเลน จากองค์กรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ ซึ่งทางสมาคมฯ และชมรมต่างๆกำลังช่วยกันทำความเข้าใจและปรับปรุงพัฒนาวิธีการเลี้ยงให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ในขณะที่การแข่งขันจากประเทศคู่แข่งทั้งในทวีปเอเชียและอเมริกาใต้จะทวีความรุนแรงมากขึ้น คือ กุ้งกุลาดำจะมีประเทศคู่แข่งคือ อินเดีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ส่วนกุ้งขาวประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ จีน บราซิล เอกวาดอร์ และประเทศในทวีปอเมริกาใต้ทั้งหมด ทุกประเทศที่เลี้ยงกุ้งทะเล ไม่ว่าจะเป็นกุ้งกุลาดำหรือกุ้งขาวฯซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าประเทศไทย แต่จุดเด่นของประเทศไทยคือสินค้าแปรรูปต่างๆมีมูลค่าสูง ในขณะที่กุ้งสดแช่แข็งถูกประเทศคู่แข่งที่ต้นทุนต่ำกว่าแย่งตลาดไปได้พอสมควร แนวโน้มหลายประเทศที่มีศักยภาพสูงกำลังพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ตามแนวทางของประเทศไทย เช่น เวียดนาม อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในอนาคตไม่เพียงเฉพาะการแก้ปัญหาในด้านการผลิตที่กำลังมีปัญหาอยู่ในขณะนี้ แผนการตลาดและเงื่อนไขในด้านการเจรจาข้อตกลงต่างๆที่จะเกิดขึ้นกับประเทศต่างๆทางการค้าจะมีผลต่ออุตสาหกรรมนี้ทั้งสิ้น เช่น การเจรจาเขตการค้าเสรี (Free Trade Area, FTA) กับประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนด้วยการลดภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างกัน เป็นต้น เพื่อให้อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งของประเทศไทยยังคงครองความเป็นผู้นำในตลาดโลก ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องมีการแก้ปัญหาด้านต่างๆ ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวเพื่อให้อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศยังคงครองอันดับในการเป็นผู้นำในการส่งออกตลอดไป

6.นโยบายของสมาคมในปัจจุบันที่ดำเนินการอยู่

เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ สมาคมฯซึ่งเป็นศูนย์กลางระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ได้มีการปรับโครงสร้างองค์กร พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 จัดทำยุทธศาสตร์หลักเพื่อนำเสนอต่อภาครัฐ และร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย และกฎระเบียบ ซึ่งแนวทางในการดำเนินการคือ การจัดทำยุทธศาสตร์หลักพร้อมเสนอรัฐบาล การผลักดันการเจรจาความร่วมมือระดับ G to G จัดทำโครงการตรวจสอบ เสนอการแก้ไขและปรับปรุงกฎระเบียบ และจัดทำ International Partnership Program

สมาคมฯ สามารถดำเนินการได้บางแนวทางเช่น

1.จัดทำยุทธศาสตร์ของกลุ่มสินค้ากุ้ง ซึ่งได้จัดทำไว้ก่อนหน้านี้คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมกุ้งไทยให้ยั่งยืน ของสมาคมที่ร่วมจัดทำกับกรมประมง มาปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและนำเสนอกรมประมงให้เป็นเจ้าภาพในการจัดทำยุทธศาสตร์กุ้งต่อไป

2. จัดทำยุทธศาสตร์สินค้าแปรรูปโดยจ้างสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญในการร่างยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการส่งออก

3. จัดทำโครงการ "กลุ่มสมาชิกโรงงานสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งที่ใช้ล้งในเขตพื้นที่สมุทรสาครและสมุทรสงคราม" โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัย แรงงาน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการกำกับดูแลล้งที่มีการซื้อขายกับบริษัทสมาชิก

4. จัดตั้งที่ทำการสำนักงานสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์ ในการที่สมาคมจะเป็นตัวกลางระหว่างบริษัทสมาชิก กับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ในพื้นที่ เพื่อดำเนินกิจกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งการจับและการเพาะเลี้ยง รวมทั้งประสานงาน แก้ไขปัญหาอุตสาหกรรม หารือและแลกเปลี่ยนสถานการณ์อุตสาหกรรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้นำเข้าในด้านมาตรฐานสุขอนามัย และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับเกษตรกรในพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 2 จัดตั้งคณะทำงานร่วมกับภาครัฐเพื่อสร้างระบบติดตามความเคลื่อนไหวและส่งสัญญาณให้อุตสาหกรรม แนวทางที่ได้ตั้งไว้คือ การจัดเครือข่ายทูตพาณิชย์ และ จัดทำระบบสัญญาณเตือนภัยแก่สมาชิก

ปัจจุบันสมาคมได้ดำเนินการโดย

จักตั้งคณะอนุกรรมการกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมและประสานงานปัญหาส่งออก มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข้อมูลและสถานการณ์กุ้งในอุตสาหกรรมร่วมกับภาครัฐ พร้อมทั้งประชุมกับสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหาและหาแนวทางแก้ไข เช่น การประชุมปัญหาเรื่อง Antidumping ส่วนการจัดตั้งเครือข่ายทูตพาณิชย์ ยังอยู่ในระหว่างการดำเนินการอยู่

กลยุทธ์ที่ 4 ผลักดันภาครัฐในการผ่อนปรน นโยบายจัดหาแรงงานให้เพียงพอและถูกต้องตามกฎหมาย ตามแนวทาง คือ ประสานสมาชิกเพื่อทราบความต้องการและปัญหาของแรงงาน ร่วมมือกับกระทรวงแรงงานกำหนดระเบียบและวิธีการ พร้อมจัดทำโครงการพัฒนาฝีมือแรงงานร่วมกับกับพัฒนาสังคมและสวัสดิการ

สมาคมได้ดำเนินการโดย

ติดตามนโยบายของภาครัฐในการกำหนดรายะเอียด หลักเกณฑ์ และ เงื่อนไข รวมทั้งวิธีการในการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว พร้อมทั้งจัดเจ้าหน้าที่เข้าไปสำรวจการใช้แรงงานจากสถานแปรรูปเบื้องต้น (ล้ง*) ร่วมกับโครงการยกระดับมาตรฐานล้งของกรมประมง

***หมายเหตุ** ล้งเป็นคำเฉพาะที่ใช้ในการดำเนินกิจการประมงของไทย ซึ่งหมายความว่าเป็นสถานที่รับซื้อสินค้าจากเรือประมงและทำการคัดเกรดสินค้า และทำความสะอาด รวมไปถึงการตัดหัว และ การแกะเปลือกกุ้ง ตามคำสั่งของโรงงานแปรรูป ที่จะเข้ามาซื้อสินค้าที่ต้องการจากล้งอีกทีหนึ่ง

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนา Cluster จากต้นน้ำทั้งวิธีการเพาะเลี้ยงและการประมง โดยการร่วมกับภาครัฐนำและสื่อความรู้ความเข้าใจร่วมกัน

สมาคมได้ดำเนินการโดย

จัดทำโครงการการจัดหาวัตถุดิบทดแทน(ปลานิล) สำหรับการส่งออก โดยการจัดประชุมร่วมกันระหว่างผู้ผลิตเกษตรกร และ โรงงานที่รับซื้อ โดยความร่วมมือกับกรมประมง ในการจัดสัมมนาร่วมกัน 3 ฝ่ายในการประมงแต่ละพื้นที่

บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์นโยบาย กรณีศึกษาสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ผู้ศึกษาได้เปรียบเทียบการดำเนินงานสมาคมการค้าในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 4 ตัวอย่าง ซึ่งได้แก่

- สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
- สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป
- สถาบันแช่แข็งของอเมริกา
- สมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม

ในนโยบายการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ผลข้อมูลโดยการเปรียบเทียบการบริหารงานได้ดังนี้

ตารางเปรียบเทียบการบริหารงานของสมาคมในประเทศไทยและต่างประเทศ

สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย	**สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป**	**สถาบันแช่แข็งของอเมริกา**	**สมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม**
<u>รายละเอียดองค์กร</u> - เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร -จำนวนสมาชิก 224 ราย - วัตถุประสงค์หลัก 1. ส่งเสริม การประกอบกิจการค้าสัตว์น้ำและสินค้าการเกษตรทุกชนิดที่เกี่ยวกับการทำเป็นอาหารแช่เยือกแข็ง 2. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไข	- เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร - จำนวนสมาชิก 198 ราย - วัตถุประสงค์หลัก 1. ส่งเสริม และสนับสนุนการประกอบวิสาหกิจเกี่ยวกับการผลิตอาหารและอาหารสำเร็จรูป 2. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไขอุปสรรคทางด้าน	- เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร - จำนวนสมาชิก 500 ราย - วัตถุประสงค์หลัก 1. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในอุตสาหกรรม 2. ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกเพื่อความเติบโตของอุตสาหกรรม	- เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร - จำนวนสาชิก 253 ราย - วัตถุประสงค์หลัก ช่วยเหลือสมาชิกในการพัฒนาการผลิต คุณภาพของวัตถุดิบเพื่อสร้างจุดแข็งของสินค้าในการแข่งขัน

อุปสรรคต่าง ๆที่เกี่ยวกับการค้า	การค้า		
<u>นโยบายด้านสาธารณะ</u> 1. เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของสมาชิก 2. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดทำยุทธศาสตร์หลักของอุตสาหกรรม	1. ร่วมมือกับภาครัฐ ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม	1. สนับสนุน ส่งเสริม ป้องกันการทำลายอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง 2. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าแช่แข็ง	1. สนับสนุนสินค้าของอุตสาหกรรมให้เป็นเครื่องหมายการค้าประจำชาติ 2. ให้ความสนับสนุนด้านเงินทุนแก่เกษตรกร 3. สนับสนุนการรักษามาตรฐานความปลอดภัยและพัฒนาคุณภาพสินค้าประมง
<u>นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม</u> 1.สนับสนุนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ร่วมมือกับสมาชิกในการการปลูกป่าชายเลน , การปล่อยลูกกุ้ง/ลูกปลา ร่วมกับชาวประมงพื้นบ้าน 2.ร่วมผลักดันให้บริษัทสมาชิกได้รับ ISO 1400 เรื่องการรักษาสภาพแวดล้อม		1. สนับสนุน และร่วมออกกฎระเบียบของอาหาร 2. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น สภาอุตสาหกรรมอาหารทางสิ่งแวดล้อม	มีมาตรการการทำประมงที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
<u>นโยบายด้านการบริการสมาชิก</u> 1. ให้บริการ สถิติ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการค้า 2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของสมาชิก 3. จัดทำวารสาร ที่ให้ข้อมูล	1. ให้บริการ สถิติ ข้อมูลนำเข้า และส่งออก ที่เกี่ยวกับการผลิตอาหารสำเร็จรูป 6 อุตสาหกรรม	1. ให้บริการสถิติ ข้อมูลเชิงลึก 2. จัดการส่งเสริมการขาย 3. ให้บริการความรู้ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม 4. การจัด AFFIEVENT 5. การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ Web site	1. ให้บริการ สถิติ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการค้า 2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของสมาชิก พร้อมทั้งรับจัดงานแสดงสินค้า

เกี่ยวกับอุตสาหกรรม และ จัดทำ Web site			3. จัดทำวารสารรายเดือน ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม และ จัดทำ Web site

จากการศึกษาตารางเปรียบเทียบ นโยบายสมาคมการค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่ามีความคล้ายคลึงกัน ดังนี้

● รูปแบบขององค์กร สมาคมการค้าทุกสมาคมในอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (Nonprofit)

● วัตถุประสงค์หลัก คือ สมาคมการค้าทั้งในและต่างประเทศ ดำเนินการในการส่งเสริม สนับสนุน และช่วยเหลือสมาชิก ในด้านต่าง ๆ

● นโยบายด้านสาธารณะ

สมาคมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อประโยชน์ของสมาชิกให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ส่วนสมาคมในประเทศทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมและการจัดทำยุทธศาสตร์นำเสนอภาครัฐเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

●นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

สมาคมในต่างประเทศ มีนโยบายในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทนในอุตสาหกรรม การจับสัตว์น้ำทะเลในน่านน้ำธรรมชาติ ส่วนสมาคมในประเทศไทยให้การสนับสนุนชาวประมงพื้นบ้านในการปลูกป่าชายเลน

มีความแตกต่าง ดังนี้

● ด้านรายได้

สมาคมการค้าในประเทศ รายได้มาจากค่าธรรมเนียมรายปีของสมาชิก ค่าบริการในการส่งออกสินค้า รายได้อื่น ๆ โดยไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้การสนับสนุนและพัฒนาสินค้าของอุตสาหกรรมเป็นไปได้ไม่เต็มที่ ส่วนสมาคมในต่างประเทศ ได้รับเงินช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้สมาคมมีศักยภาพสามารถให้ความช่วยเหลือสมาชิก ในการวิจัย พัฒนา และป้องกันอุตสาหกรรม

● ด้านการให้บริการกับสมาชิก

สมาคมในต่างประเทศ ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม โดยการจัดหาเงินทุนในการดำเนินงาน ให้กับเกษตรกร การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นปัจจุบัน ส่วนสมาคมในประเทศ การจัดหาเงินทุนเกษตรกรต้องช่วยเหลือตัวเอง เพราะสมาคมไม่มีอำนาจในการต่อรองกับสถาบันการเงินได้ ในด้านข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากสมาคมต้องใช้ข้อมูลดิบจากกรมศุลกากร และกรมประมง ซึ่งข้อมูลที่ได้รับค่อนข้างช้าทำให้ข้อมูลบางส่วนไม่เป็นปัจจุบัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสมาคม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายงานงบการเงินของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,083,942.67	5,376,425.88	12,077,454.96	45,920,873.72	57,931,521.99
ลูกหนี้การค้า	1,922,765.25	11,488,026.55	8,982,784.60	16,320,671.75	8,637,272.12
สินค้าคงเหลือ	410,456.20	291,900.40	477,872.57	250,815.40	279,561.72
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	280,023.04	2,268,394.03	5,151,855.49	9,971,687.74	8,015,459.02
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,697,187.16	19,424,746.86	26,689,967.62	72,464,048.61	74,863,814.85
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	28,270,330.29	56,347,357.82	54,600,404.04	52,490,821.71	78,993,842.74
รวมสินทรัพย์	**32,967,517.45**	**75,772,104.68**	**81,290,371.66**	**124,954,870.32**	**153,857,657.59**
หนี้สิน	2,740,783.60	36,825,831.73	8,426,451.52	3,380,527.89	34,718,575.19
เงินกองทุนในการดำเนินงาน	30,226,733.85	38,946,272.95	72,863,920.14	121,574,341.43	119,139,082.40
รวมหนี้สินและเงินกองทุน	**32,967,517.45**	**75,772,104.68**	**81,290,371.66**	**124,954,869.32**	**153,857,657.59**
รายรับ	17,771,095.93	28,063,185.15	63,352,428.27	53,703,319.40	39,057,261.27
ค่าใช้จ่าย	19,798,878.67	19,222,566.77	19,919,821.37	23,305,411.74	30,463,170.75
ภาษีเงินได้	377,570.79	496,175.16	1,123,640.01	645,164.63	644,468.20
รายรับมากกว่ารายจ่าย	**(2,405,353.53)**	**8,344,443.22**	**42,308,966.89**	**29,752,743.03**	**7,949,622.32**

ตารางที่4.2 รายงานงบการเงินของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	2545	2546	2547	2548	2549
1. สภาพคล่องทางการเงิน	1.71	0.53	3.17	21.44	2.16
2. ความสามารถในการจัดการหนี้สิน	9.07%	94.56%	11.56%	2.78%	29.14%
3. ประสิทธิภาพของพนักงาน	987,281.33	1,559,065.84	3,519,379.35	2,983,517.74	2,169,847.85

ตารางที่4.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

1. สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย มีสภาพคล่องทางการเงิน มีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นสูง อยู่ในเกณฑ์ดี และปกติ คือมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน โดยในปี 2545 มีอัตราส่วน 1.71ในปี 2546 มีสภาพคล่องทางการเงินลดลงเนื่องจาก สมาคมฯมีการซื้อเครื่องตรวจหาสารไนโตรฟูรานส์ ให้แก่กรมประมง เพื่อให้บริการการตรวจหาสารต้องห้ามแก่สมาชิกของสมาคมฯ เพื่อประโยชน์ในการส่งสินค้าออกได้เร็วขึ้น จำนวน 2 เครื่อง ในราคา 32,000,000 บาท ในปี 2547 อัตราส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 3.17 ในปี 2548 อัตราส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 21.44 เนื่องจากมีการเก็บเงินเข้ากองทุนช่วยเหลือและสนับสนุนสมาชิก จากบริษัทสมาชิกที่ส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งไปประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อไว้ใช้จ่ายในการช่วยเหลือสมาชิกเรื่อง Antidumping โดยจัดเก็บจากสมาชิกที่ส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งไปประเทศสหรัฐอเมริกาในอัตรา 13 สตางค์ ต่อกิโลกรัม ในปี 2549 อัตราส่วนลดลงเหลือ 2.16 จากการที่สมาคมให้การช่วยเหลือบริษัทสมาชิกจำนวน 8 บริษัทที่มีปัญหาในเรื่อง Antidumping รวมจำนวนเงินค่าใช้จ่ายที่สมาคมฯได้ช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไขปัญหาการส่งออกตั้งแต่ปี 2545-2450 เป็นเงินทั้งสิ้น 78 ล้านบาท ปี 2552 เงินกองทุนฯ นี้จะมีการเก็บเงินจากบริษัทสมาชิกที่ส่งออกสินค้าทุกชนิดไปต่างประเทศทุกประเทศในอัตรา สินค้ากุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้ง จัดเก็บ 10 สตางค์ ต่อกิโลกรัม สินค้าปลาและผลิตภัณฑ์ปลาในอัตรา 3สตางค์ ต่อกิโลกรัม สินค้านอกเหนืออื่น ๆ ในอัตรา 5 สตางค์ ต่อกิโลกรัม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินสำรองสำหรับช่วยแก้ไขปัญหาการส่งออกที่อาจจะเกิดขึ้นกับสินค้าอื่น ๆในอนาคต

2. สมาคมฯ มีความสามารถในการจัดการหนี้สิน ในปี 2545 ถึง 2549 คือ 9.07 % 94.56 % 11.56 % 2.78 % 29.17% ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์แล้วพบว่า ภาระหนี้สินถูกคุ้มครองด้วยสินทรัพย์ที่มีคุณภาพดี และส่วนของเงินกองทุน จึงทำให้แน่ใจว่าภาระหนี้สินของสมาคมฯ ยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก และอยู่ในเกณฑ์ที่ปลอดภัยสำหรับเจ้าหนี้

3. ผลจากการวิเคราะห์ เจ้าหน้าที่ของสมาคมฯ จัดว่ามีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเปรียบเทียบรายรับ กับ จำนวนเจ้าหน้าที่จำนวน 18 คน ในปี 2545 ถึง 2549 คือ 987,281.33 บาท 1,559,065.84 บาท 3,519,379.35 บาท 2,983,517.74 บาท และ 2,169,847.85 บาท ตามลำดับ โดยในปี 2547 มียอดสูงมากเหตุเพราะเป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยส่งออกได้มากที่สุดจนเป็นผู้นำอันดับ 1 ในการส่งออก รวมทั้งยังไม่มีปัญหาเรื่องค่าเงินบาท เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มาตรการภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด แรงงาน และค่าน้ำมันแพงมาเป็นปัจจัยลบ

จากการเปรียบเทียบการดำเนินงานสมาคมการค้าในประเทศกับสมาคมการค้าในต่างประเทศ พร้อมทั้งวิเคราะห์ฐานะการเงินของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

<u>จุดแข็ง</u>

<u>ด้านการบริหารงาน</u> สมาคมฯได้รับรางวัลสมาคมการค้าดีเด่นด้านการบริหารจัดการประจำปี 2548 จากกระทรวงพาณิชย์ จากจำนวนสมาคมการค้าที่จดทะเบียนทั้งประเทศประมาณ 400 สมาคมฯ (ที่มา:กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) สมาคมฯมีผู้บริหารงานระดับสูงของหน่วยงานคือผู้อำนวยการเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ในการทำงานในสมาคมฯมาอย่างยาวนาน มีความรอบรู้ในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการติดต่อกับส่วนราชการและเอกชน และโดยพื้นฐานสมาคมฯเองมีวัฒนธรรมขององค์กรที่เข้มแข็ง มีการแบ่งงานกำหนดหน้าที่ในการทำงานที่ชัดเจน มีกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เข้มงวดในการรับสมาชิก ซึ่งบริษัทที่จะเป็นสมาชิกของสมาคมฯ ต้องได้รับมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) เป็นพื้นฐาน

<u>ภาพลักษณ์ของสมาคม</u> สมาคมฯได้รับการยอมรับจากหน่วยราชการในการดำเนินงานของอุตสาหกรรม เมื่อภาครัฐต้องการวางนโยบาย หรือ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม จะมีการประชุม ปรึกษา หารือกับสมาคมฯ ก่อนเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำนโยบาย หรือ ยุทธศาสตร์ต่อไป เจ้าหน้าที่ของสมาคมฯมีความมั่นคงในการทำงาน เนื่องจากมีกฎหมายรองรับ มีการวางกรอบนโยบายในการทำงานที่เด่นชัด และคณะกรรมการบริหารให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของสมาคมฯ โดยยึดผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก

<u>จุดด้อย</u>

<u>ด้านบุคลากร</u> โดยศักยภาพของตัวเจ้าหน้าที่เอง ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมมานาน มีความรอบรู้และเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้เจ้าหน้าที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง เป็นผลให้เกิดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานระหว่างฝ่าย ทำให้ขาดTeam Work ในการปฏิบัติงาน และไม่เป็นไปใน

แนวทางเดียวกัน และการปฏิบัติงานแบบเดิม ๆ มานานของบางฝ่ายทำให้เจ้าหน้าที่ขาดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

ด้านวิจัยและพัฒนา สมาคมไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย ทำให้ขาดความต่อเนื่องสำหรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสมาชิก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกของอุตสาหกรรม

โอกาส

ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีการลงนามร่วมมือกับ AFTA,ASEAN+3 ,Bimstec, เปรู ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ และจากการทำ JTEPA ทำให้สินค้าประมงบางชนิดทำให้อัตราภาษีลดลง มีการร่วมมือกับผู้ประกอบการนอกประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ในการประกอบธุรกิจ ทำให้โอกาสในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับสินค้าอุตสาหกรรมต่อไปได้อีก

ด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ของประเทศคู่ค้า ได้รับการพิจารณาแก้ไข ทำให้สินค้าจากประเทศไทยมีโอกาสมากขึ้น เช่น มาตรการGSP

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประเทศไทยได้ลงนามร่วมกับประเทศอินโดนีเซีย ในการทำประมงร่วมกัน มีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศแถบมหาสมุทรแปซิฟิค ซึ่งมีวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก และประเทศคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนาม ประสบปัญหาภัยจากธรรมชาติ

ด้านลูกค้า ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพวัตถุดิบ และการผลิตซึ่งลูกค้าสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอนของวัตถุดิบ

อุปสรรค

ด้านเศรษฐกิจ รายได้หลักของอุตสาหกรรมมาจากการส่งออก ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ทำให้มีปัญหาในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าอยู่ในภาวะถดถอย ทำให้อุตสาหกรรมต้องหาตลาดใหม่ ๆ ทดแทนตลาดเก่า และอุตสาหกรรมเสียเปรียบในแง่การรุกรานของทุนนิยม

ด้านการเมือง เสถียรภาพการเมืองไม่นิ่ง เปลี่ยนรัฐบาลบ่อย ทำให้ขาดความต่อเนื่องในนโยบาย ความซ้ำซ้อนและล่าช้า ของกฎระเบียบปฏิบัติของภาครัฐ ทำให้อุตสาหกรรมสูญเสียโอกาสในการแข่งขัน การทำงานของภาครัฐ ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมีหลายหน่วยงาน หลายกระทรวงและแนวทางการปฏิบัติงานไม่ประสานกัน ต่างฝ่ายต่างปฏิบัติ

<u>ด้านทรัพยากรธรรมชาติ</u> ประเทศไทยขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต และวัตถุดิบที่ผลิตได้คุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้ต้องไปหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติในต่างประเทศ ต้องประสบกับมาตรการการป้องกันแหล่งทรัพยากรธรรมชาติในประเทศนั้น ๆ

<u>ด้านลูกค้า</u> อุตสาหกรรมเสียเปรียบในอำนาจต่อรอง

<u>ด้านอุตสาหกรรม</u> อุตสาหกรรมขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและฝีมือ มีการเปิดตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศทางตะวันออก เช่น จีน เวียดนาม อินเดีย ที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานถูกกว่า

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสมาคม พบว่าศักยภาพของสมาคมฯ อยู่ในตำแหน่งมีจุดแข็งและมีโอกาส ในกรณีนี้สมาคมฯ ควรใช้กลยุทธ์การขยายตัว โดยใช้ความสามารถที่มีอยู่บริหารองค์กรให้เป็นองค์กรที่พร้อมด้านความรู้ของอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งได้ โดยสมาคมฯจะต้องนำจุดแข็งที่สมาคมฯมีมาสร้างความได้เปรียบจากโอกาสและพยายามแก้ไขจุดอ่อนให้กลายเป็นจุดแข็ง ดังนี้

- สมาคมฯ มีเจ้าหน้าที่ในระดับปฏิบัติการที่มีศักยภาพ มีองค์ความรู้ มีทักษะ มีความชำนาญ เนื่องจากเจ้าหน้าที่แต่ละคนทำงานในสมาคมฯ มานานดังนั้นสมาคมฯต้องมีการปรับระบบการทำงาน ให้มีความยืดหยุ่น มีการแชร์ความรู้ และทำงานเชิงรุก สร้างวัฒนธรรมขององค์กรใหม่ เพื่อให้การทำงานทั้งระบบเป็น Team Work

- สนับสนุนเงินทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหารประมงและเกี่ยวเนื่อง ให้แก่สถาบันการศึกษา หรือ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสมาชิกของสมาคม

- การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และ การส่งเสริมพัฒนาเจ้าหน้าที่ จะทำให้เจ้าหน้าที่สามารถติดตาม วิเคราะห์สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และเป็นประโยชน์ต่อสมาชิก

- สมาคมฯ มีอุปสรรค เพราะในปัจจุบันวัฏจักรของอุตสาหกรรมอาหารประเภทประมงอยู่ในช่วงอิ่มตัว เพราะมีสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เข้ามาในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น ประเทศสหรัฐ อยู่ในภาวะถดถอย ทำให้รายได้ของสมาคมฯ ลดลง ดังนั้นสมาคมฯ ควรหารายได้เสริมจากส่วนอื่นมาเพิ่ม เช่น การจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมแช่เยือกแข็ง หรือการจัดตั้งบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการตรวจหาสารต้องห้ามกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกต่างประเทศ

- สนับสนุนและส่งเสริม เพื่อช่วยพัฒนา คลัสเตอร์ ทั้งระบบ ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลของไทยมีความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาค้นคว้าอิสระ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง การวิเคราะห์ นโยบาย กรณีสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยนี้ ผู้ศึกษา สามารถสรุปเป็นประเด็นในด้านต่าง ๆดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบ และ นโยบายการดำเนินงานของสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทอาหารประมง อาหารแช่แข็ง จำนวน 4 สมาคม แบ่งเป็นสมาคมการค้าในประเทศ และสมาคมการค้าต่างประเทศ อย่างละ 2 สมาคม ได้แก่

- สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
- สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป
- สถาบันแช่แข็งของอเมริกา
- สมาคมผู้ส่งออกและผู้แปรรูปสินค้าอาหารทะเลของเวียดนาม

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย พร้อมทั้งหาข้อแก้ไขเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์

1.2 วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาโดยการค้นคว้า และ รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากงานเอกสาร งานเขียน รายงานการศึกษา การค้นคว้าทางวิชาการ หนังสือคู่มือทางวิชาการ สารสนเทศ และ บทความจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ในระยะเวลา ตั้งแต่ พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2551 แล้วจึงนำมาศึกษาเปรียบเทียบ โดยใช้เฉพาะข้อมูลของสมาคมการค้าทั้งในและต่างประเทศ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย พร้อมทั้งศึกษาทิศทางของอุตสาหกรรมประมงในประเทศ โดยเน้น สินค้ากุ้งเป็นหลัก

1.3 ผลการศึกษา

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระ สามารถนำมาสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. โครงสร้างองค์กร จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่าสมาคมการค้าในประเทศและต่างประเทศมีโครงสร้างองค์กรเหมือนกัน เป็นการบริหารงานในแนวดิ่ง คือมีคณะกรรมการ

บริหาร ที่ได้รับการคัดเลือกจากสมาชิกทั้งหมด อยู่ในตำแหน่งคราวละ 2-3 ปี ยกเว้นสถาบันแช่แข็งของอเมริกา ที่ผู้บริหารทุกชุด จะต้องมีประธานบริหารคนเดิมร่วมอยู่ในกรรมการบริหารชุดใหม่เสมอ เพื่อให้การดำเนินนโยบายมีความต่อเนื่อง และพบว่าสมาคมการค้าเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง มีวัตถุประสงค์หลักในการให้การสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือสมาชิกในอุตสาหกรรม

2. การได้รับงบสนับสนุนจากภาครัฐ จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่าสมาคมการค้าในต่างประเทศได้รับการสนับสนุนทั้งเงินทุน และนโยบายในการดำเนินงานจากภาครัฐ ดังนั้นการดำเนินงานต่าง ๆ ย่อมได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ทำให้อุตสาหกรรมมีความเติบโตอย่างยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ เช่น ประเทศเวียดนามมีการส่งเสริมและช่วยเหลือเกษตรกรในการจัดหาเงินทุนในการดำเนินงาน สถาบันแช่แข็งของอเมริกา สภาคองเกรสออกกฎหมายสนับสนุนที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ส่วนสมาคมในประเทศนโยบายของภาครัฐบางประการมักจะเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมครบวงจร

3. การปฏิบัติตามนโยบาย สมาคมการค้าในต่างประเทศ มีนโยบายที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน มีการให้ความรู้ ความเข้าใจต่อเกษตรกรในการเพาะเลี้ยง ซึ่งเกษตรส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการปฏิบัติตามนโยบาย แต่สมาคมในประเทศ ที่มีนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และการประมงที่เป็นธรรมชาติ แต่ไม่ได้มุ่งเน้นสร้างให้เกษตรกรใส่ใจในการรักษาสภาพแวดล้อม เพราะอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศ ทำลายสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ภาครัฐ โดยความร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม พยายามให้ความรู้กับเกษตรกรในเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากเกษตรกรน้อยมาก

2. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การใช้นโยบายของสมาคมเกิดประสิทธิภาพ และ ประสิทธิผลสูงสุด ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารองค์กรสมาคมที่สนใจจะนำข้อมูลไปใช้ตลอดจนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1. การจัดหาเงินทุนในการดำเนินงานสำหรับเกษตรกร ตามกลยุทธ์ที่ 1 เรื่องการจัดทำยุทธศาสตร์หลักเพื่อนำเสนอต่อภาครัฐและเข้าร่วมกำหนดทิศทาง นโยบาย และ กฎระเบียบ ตามแนวทางในการดำเนินงาน สมาคมฯ ไม่ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ ผู้ศึกษาขอเสนอข้อแนะนำดังนี้

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมาเกษตรกรรายย่อยและขนาดกลางเป็นจำนวนมากประสบปัญหาด้านการเงิน คือขาดทุนจากการเลี้ยง ไม่ประสบความสำเร็จ บางส่วนได้ทยอยเลิกกิจการไปแต่มีอีก

เป็นจำนวนมากมีความประสงค์ที่จะเลี้ยงกุ้งต่อไป เพราะต้องการยึดเป็นอาชีพถาวร แต่เอเยนต์และร้านค้าต่างๆ ในแต่ละพื้นที่ซึ่งประสบปัญหาการขาดทุน เพราะเกษตรกรผู้เป็นลูกค้าไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถจ่ายเงินคืนได้ ดังนั้นการปล่อยเครดิตสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในปีนี้(พ.ศ. 2551)จึงลดลงมาก ถ้าเหตุการณ์เช่นนี้ดำเนินต่อไป เกษตรกรรายย่อยซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของภาคการผลิตจะต้องทยอยหายไปเรื่อยๆ และจะมีปัญหาต่อธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่อย่างรุนแรง ภาครัฐควรจะต้องหาทางช่วยเหลือด้านการเงินโดยด่วน อาจจะช่วยเหลือในรูปแบบผ่านทางเอเยนต์หรือร้านค้าต่างๆ ในลักษณะเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำหรือในรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ เพื่อให้ธุรกิจในท้องถิ่นที่เลี้ยงกุ้งสามารถดำเนินงานต่อไปได้

2.พัฒนา Cluster จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งวิธีการเพาะเลี้ยงและการประมง ตามกลยุทธ์ที่ 5 ที่สมาคมฯมีแนวทางในการดำเนินงาน คือ ร่วมมือกับภาครัฐนำ และ สื่อความรู้ความเข้าใจร่วมกันกับเกษตรกร ผู้ศึกษาขอแนะนำดังนี้คือ

การเตรียมความพร้อมสำหรับความต้องการของตลาดโลก โดยฝ่ายผลิตและฝ่ายขาย ต้องมีความร่วมมือกัน ซึ่งปัญหาสืบเนื่องมาจากมาตรการการทุ่มตลาดกุ้ง ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลทำให้การส่งออกกุ้งของไทยในตลาดประเทศสหรัฐลดลง แม้ว่าในการตัดสินขั้นสุดท้ายประเทศไทยอาจจะเสียภาษีต่ำกว่าประเทศอื่นๆก็ตาม แต่เป็นผลให้แผนการตลาดและการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ต้องมีการเปลี่ยนแปลงโดยการหาตลาดอื่นมาทดแทนคือตลาดสหภาพยุโรป รัสเซีย ออสเตรเลีย อาฟริกา และญี่ปุ่น โดยเฉพาะสหภาพยุโรปเป็นตลาดที่ใหญ่มาก มีประเทศในกลุ่มสมาชิกเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ ดังนั้นการผลิตจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งในเรื่องขนาดของกุ้งและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การวางแผนการผลิตและการตลาดในอนาคต สมาคมฯ ควรร่วมมือกับ สมาคมกุ้งไทย หรือบริษัทผู้ประกอบการส่งออกจะต้องให้ข้อมูลร่วมกับฝ่ายผลิตคือเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ถึงแนวทางการผลิตทั้งกุ้งกุลาดำ กุ้งขาวฯ และกุ้งก้ามกราม เพื่อให้การผลิตและการตลาดสอดคล้องกัน เนื่องจากที่ผ่านมาเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งจะมีการวางแผนล่วงหน้าว่าจะผลิตกุ้งขนาดเท่าใด เพื่อหวังว่าจะได้ผลตอบแทนสูงสุดเท่านั้น แต่ถ้ามีการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออกอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องจะทำให้ผลผลิตได้ตามความต้องการของตลาดจริงๆ ซึ่งแต่ละตลาดที่สำคัญมีมาตรการและกฎเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไป ฝ่ายการตลาดหรือทางฝ่ายบริษัทห้องเย็นจะต้องอธิบายให้ฝ่ายผลิตทราบถึงเงื่อนไขในการผลิต เพื่อให้สอดคล้องและไม่มีปัญหาในการส่งออก ซึ่งแต่ละประเทศที่นำเข้าสินค้ามีการกำหนดมาตรฐานสุขอนามัยและวิธีการตรวจสอบแตกต่างกัน ประเทศผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องสร้างแบบมาตรฐานและวิธีการตรวจสอบเพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของประเทศผู้นำเข้าแต่ละประเทศ

นอกจากนั้นเมื่อแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกหรือ WTO และมีการเจรจาการค้าเสรีจะไม่สามารถใช้มาตรการด้านภาษีมาเป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าได้อีกต่อไป ทำให้ประเทศผู้นำเข้ามีการตั้งมาตรฐานสินค้าสูงเกินกว่ามาตรฐานสากล ซึ่งประกาศใช้ภายใต้มาตรฐาน CODEX โดยหันมาใช้มาตรการในรูปแบบที่ไม่ใช่ภาษี (Non Tariff Barriers) มากขึ้นเพื่อเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกของประเทศคู่ค้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม มาตรการการอนุรักษ์ธรรมชาติ มาตรการการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) รวมทั้งมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดมาเป็นข้อกีดกัน ดังนั้นประเทศไทยต้องมีความพร้อมในการรับมือต่อมาตรการต่างๆ โดยเฉพาะจากประเทศคู่ค้าหลักดังต่อไปนี้

ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา มีการออกกฎระเบียบบังคับให้ผู้ขายต้องติดฉลากสินค้าอาหารทะเลสดและแช่แข็ง เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้า โดยระบุถึงที่มา เช่น จากแหล่งน้ำตามธรรมชาติหรือจากการเพาะเลี้ยง พร้อมกับการบังคับให้มีการจดทะเบียนสถานประกอบการด้านอาหารที่จะส่งไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกากับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของประเทศสหรัฐอเมริกา (USFDA) ยกเว้นฟาร์ม ภัตตาคาร หรือร้านค้าปลีก รวมทั้งสถานประกอบการดังกล่าวจะต้องผ่านการตรวจสอบและควบคุมอย่างระมัดระวังในกระบวนการผลิต ณ จุดวิกฤต (Hazard Analysis Critical Control Point; HACCP)

ตลาดประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกของไทยใหญ่อันดับสองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เข้มงวดเรื่องการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอาหาร โดยสินค้าที่นำเข้าต้องปฏิบัติตามกฎหมาย Food sanitation law ผู้นำเข้ากุ้งจะต้องนำสินค้าไปตรวจสอบที่ Quarantine station และต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ที่รับรองจากหน่วยงานไทยที่ผ่านความเห็นชอบจากรัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อรับรองว่าเป็นไปตามข้อกำหนด กฎเกณฑ์หรือเงื่อนไข โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคสัตว์ และเพิ่มความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ตลาดประเทศแถบสหภาพยุโรป เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดแต่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดสหภาพยุโรปน้อยมาก สหภาพยุโรปจะนำระเบียบว่าด้วยการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ผู้ส่งออกจะต้องสามารถตรวจสอบและติดตามความเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ได้ เริ่มตั้งแต่อาหารสัตว์ กระบวนการเพาะเลี้ยง การแปรรูป การจำหน่าย การขนส่ง และการค้าปลีก จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งการกำหนด Traceability นั้นจะส่งผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องบันทึกข้อมูลตลอดห่วงโซ่

การผลิต มาตรการนี้จะส่งผลกระทบอย่างมาก ถ้าผู้ส่งออกไม่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับมาตรการดังกล่าว อนึ่งสินค้าประมงที่จะส่งไปจำหน่ายยังตลาดสหภาพยุโรปต้องมีใบรับรองสุขอนามัยที่ออกโดยกรมประมงและโรงงานส่งออก ต้องมีการนำระบบ HACCP มาใช้กับสินค้า โดยสหภาพยุโรปจะมีการเข้ามาสุ่มตรวจบ้างเป็นบางครั้ง นอกจากนั้นยังเพิ่มความเข้มงวดของวิธีการตรวจสอบยาปฏิชีวนะตกค้าง หรือ การนำมาตรการเข้มงวดในเรื่องของหลักการสอบทวนมาใช้ในกรณีที่สินค้าเกิดปัญหา

ตลาดประเทศอินเดีย เป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เพราะมีศักยภาพมาก เป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวดีในปีต่อไป แต่ผู้ประกอบการต้องศึกษาผู้บริโภค ที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านฐานะ เชื้อชาติ ชนชั้น และรสนิยม แต่อย่างไรก็ตามประเทศอินเดียยังคงมีภาษีนำเข้าสูง ทำให้ต้นทุนสินค้าของไทยมีต้นทุนสูงไปด้วย ผู้ประกอบการส่งออกควรศึกษาการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) เพื่อลดอุปสรรคในการส่งออกสินค้า

3.การทำการประมงที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากกลยุทธ์ ที่ 9 คือการยกระดับศักยภาพและนวัตกรรมของบริษัทสมาชิกด้วยคุณภาพขององค์ความรู้และงานวิจัย

ในความเห็นของผู้ศึกษาควรเริ่มต้นที่เกษตรกรก่อนเป็นอันดับแรก โดยการพัฒนาระบบการเลี้ยงเพื่อลดต้นทุนในการผลิตและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืนและรักษาส่วนแบ่งของตลาด จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการเลี้ยง และกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ต้นทุนในการผลิตต่ำลง และวิธีการผลิตส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อป้องกันเป็นข้ออ้างในการกีดกันทางการค้าจากประเทศที่รับซื้อกุ้งและผลิตภัณฑ์ และลดปัญหาที่เกิดจากการขัดแย้งกับอาชีพเกษตรกรรมอื่นๆ เช่น ชาวนา สมาคมฯต้องให้การสนับสนุนกับสภาวิจัยแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการเลี้ยงที่เหมาะสม และเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ถ้ากระบวนการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศและมีกิจกรรมที่เป็นการเสริมสร้างหรืออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่าชายเลน เพื่อให้บุคคลภายนอกเข้าใจถึงความสำคัญของการเลี้ยงกุ้งที่ต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยได้รับความร่วมมือจากชมรมและสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งส่งเสริมการวิจัยสินค้าอาหารแปรรูป ซึ่งถ้าประเทศไทยยังขาดการวิจัยด้านโภชนาการนี้ ในอนาคตประเทศไทยอาจถูกคู่แข่งขันอย่างประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซียแซงหน้า เพราะปัจจุบันทั้งสองประเทศนี้ให้ความสำคัญ

อย่างมากกับการวิจัยสินค้าอาหารประมง ครอบคลุมตั้งแต่สายพันธ์ การเพาะปลูก การแปรรูป จนถึงปริมาณสารอาหารหรือคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ประโยชน์ของงานวิจัยจะสร้างจุดแข็งให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ให้มีความโดดเด่นกว่าสินค้าชนิดเดียวกันในท้องตลาดและสร้างความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

4.ภาครัฐควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในอุตสาหกรรมกุ้งที่ชัดเจน ซึ่งไม่ได้มีอยู่ในกลยุทธ์ของสมาคมฯ แต่เป็นอุปสรรคของสมาคมฯโดยที่ผ่านมาเมื่อมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นที่เป็นปัญหาในอุตสาหกรรม เช่น การเพาะเลี้ยง โรคระบาด สิ่งแวดล้อม ปัญหาการส่งออก ราคาตกต่ำ ยาตกค้างในกุ้ง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กว่าที่ทางหน่วยงานภาครัฐจะเข้ามาชี้แจงหรือแก้ไขปัญหามักใช้เวลานานและล่าช้าในมุมมองของเกษตรกรและภาคเอกชน เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลไม่เพียงแต่อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ดูแลอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย ในอุตสาหกรรมนี้ด้านการเพาะเลี้ยงกรมประมงกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีหน้าที่ดูแลควบคุม ส่วนทางด้านการส่งออกขึ้นอยู่กับกระทรวงพาณิชย์ สำหรับปัญหายาตกค้างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้ดูแล กฎเกณฑ์และระเบียบต่างๆ จากทางภาครัฐ บ่อยครั้งไม่สอดคล้องกับปัญหาที่ควรจะได้รับการแก้ไข เพราะภาครัฐไม่มีการปรึกษาหารือ ร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิต และผู้ส่งออกโดยตรง กฎระเบียบที่ทางภาครัฐกำหนดไว้ก็เพื่ออำนวยความสะดวกหรือเพื่อให้อุตสาหกรรมนี้มีการพัฒนาที่ดีขึ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นความตั้งใจที่ดีของภาครัฐแต่เกษตรกร และผู้ประกอบการส่งออกอาจจะไม่สามารถปฏิบัติตามได้ และอาจจะทำให้เกิดความยุ่งยากในหลายๆ ด้าน

ในความเห็นของผู้ศึกษาถ้ามีองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบอุตสาหกรรมกุ้งทั้งระบบโดยเป็นผู้ประสานงานโดยตรง ทั้งเกษตรกรและผู้ประกอบการส่งออก โดยหน่วยงานดังกล่าวนี้ควรประกอบด้วยตัวแทนจากทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมด้วย เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาต่างๆ น่าจะดีขึ้นและเหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนี้คือ ต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้

5. สร้างสัตว์เศรษฐกิจใหม่ของไทย

เพื่อสนองความต้องการของตลาด เช่น ปูม้า ปลานิล ปลาเผาะ(สวายโมง) แทนที่สินค้ากุ้งที่มีคู่แข่งขันมาก ทำให้ราคาสินค้าต่ำลง โดยกรมประมงควรมีนโยบายในการวิจัยและพัฒนาสายพันธ์ให้นิ่ง ให้การสนับสนุนและส่งเสริมพร้อมทั้งจัดทำคู่มือในการเพาะเลี้ยงแก่เกษตรกร

6. เพิ่มนโยบายในการสนับสนุนสมาชิก

- ให้สมาชิกปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ การปรุงแต่งกุ้งสดเป็นสินค้ากึ่งสำเร็จรูป เช่น กุ้งชุบขนมปังป่น ติ่มซำ ซูชิ ปอเปี๊ยะกุ้ง เป็นต้น ซึ่งผู้ส่งออกไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับตลาดกุ้งแปรรูป

- .เร่งส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งชีวภาพ เนื่องจากในปัจจุบันตลาดผู้นำเข้ากุ้งหันมาเข้มงวดในเรื่องการตรวจสอบสารเคมีตกค้างในผลิตภัณฑ์กุ้งมากขึ้น ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุดของผู้เลี้ยงกุ้งเพื่อให้ตลาดยอมรับในผลิตภัณฑ์ โดยไม่ต้องเผชิญกับปัญหาในด้านสุขอนามัยที่ประเทศผู้นำเข้านำมาอ้างเพื่อปกป้องผู้บริโภคในประเทศคือ การปรับรูปแบบการเลี้ยงลดการใช้ยาและสารเคมีลงและหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติทดแทน ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในด้านยาและสารเคมีลงเกือบหนึ่งเท่าตัว กล่าวคือการเลี้ยงกุ้งในรูปแบบเดิมนั้นสัดส่วนค่าอาหารกุ้งและเคมีภัณฑ์นั้นใกล้เคียงกัน แต่ในการเลี้ยงกุ้งชีวภาพนั้นต้นทุนหลักจะเป็นค่าอาหาร รองลงมาเป็นค่าเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน และเคมีภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย

- สร้างความหลากหลายให้กับผลผลิตกุ้ง ปัจจุบันการเพาะเลี้ยงของไทยส่วนใหญ่เป็นกุ้งกุลาดำ ดังนั้นเมื่อมีปัญหากับกุ้งกุลาดำก็ส่งผลกระทบต่อธุรกิจกุ้งทั้งประเทศ ทางแก้ปัญหาคือเพิ่มความหลากหลายของพันธุ์กุ้งในการเพาะเลี้ยง ซึ่งกุ้งที่กำลังได้รับความนิยม คือ กุ้งขาว ดังนั้นในอนาคตการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งจะเป็นส่วนผสมระหว่างกุ้งกุลาดำและกุ้งขาว และในอนาคตมีความเป็นไปได้ว่ากุ้งขาวจะมาแทนที่กุ้งกุลาดำ เนื่องจากเมื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กุ้งแล้วจะไม่มีความแตกต่างกัน การเลี้ยงกุ้งขาวนอกจากจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้นำเข้าแล้ว การเลี้ยงกุ้งขาวนั้นมีความเสี่ยงต่ำกว่า เนื่องจากระยะเวลาในการเลี้ยงน้อยกว่า และเลี้ยงง่ายกว่าด้วย

- ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์กุ้งในประเทศ ปัจจุบันสัดส่วนกุ้งที่ส่งออกนั้นสูงถึงร้อยละ 70-80 ของปริมาณการผลิตกุ้งทั้งหมด โดยมีการบริโภคในประเทศเพียงร้อยละ 20-30 เท่านั้น ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาในตลาดส่งออกทำให้ธุรกิจกุ้งได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก การขยายตลาดในประเทศมากขึ้นจะเป็นการช่วยลดผลกระทบได้อย่างมาก ซึ่งในช่วงที่ราคากุ้งตกต่ำนั้นรัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันนำกุ้งออกมาจำหน่าย โดยเป็นการจำหน่ายกุ้งโดยตรงจากเกษตรกรถึงมือผู้บริโภค มาตรการเหล่านี้มีส่วนส่งเสริมให้คนไทยบริโภคกุ้งมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

วารสารกรมประมง

วารสารสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2551

วารสารสำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

วารสารสถาบันอาหาร

วารสารข่าวเพื่อสื่อมวลชน กลุ่มสารนิเทศ และ งานร้อยเรียน กระทรวงสาธารณสุข

ไชยยศ ไชยมั่นคง และ ดร.มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง, กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก : บริษัท ซี.วาย.ซิซเทิม พริ้นติ้ง จำกัด, 2550

ดรวิต ตัณฑ์ศุภสิริและณัฐา สินตระการผล, ผ่า DNA องค์กร. กรุงเทพ : บริษัท เอ็กซเปอร์เน็ท จำกัด, 2549

ประมวลสาระชุดวิชาการจัดองค์การและทรัพยากรมนุษย์ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ,นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2548

Asia Pacific Food Industry Thailand September – October 2006 หน้า 24-26

www.affi.com

www.doae.go.th

www.freehost 19.websamba.com/sobbanju/orbortor/plans3.htm

www.manager.th.com

www.m-ed.net/doc01/policy001doc

www.2.ops2.moc.go.th/export/country_export_rank/report.asp

www.prasatturakit.com

www.siambusiness.com

www.tba.or.th

www.infi.or.th

www.thailandindustry.com

www.thaieurope.net

www.thansettakit.com

www.thannews.th.com

www.tradestrategies.org.com

www.tistr-foodprocess.net/other_frozen.htm

www.tistr-foodprocess.net/download/food_Export/Food_Export_to_EU.htm

www.tnsc.com

www.vasep.com.vn

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางปุณยนุช สุดเจริญ
วัน เดือน ปี เกิด	15 พฤษภาคม 2505
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2546
สถานที่ทำงาน	สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
	92/6 อาคารสาธรธานี 2 ถ.สาทรเหนือ
	เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายบริหาร