



การศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย
A Study on Potential of Thailand's Canned Sweet Corn Export

โดย

นางสาวนภาพร

กตัญญู

นางสาวปัญจมา

หริตา

นางสาวเมธาวี

นันทะพานา

พ.ศ. 2550

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRI-BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

King Mongkut's Institute of Technology

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Ladkrabang

กรุงเทพฯ (10520)

Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย
A Study on Potential of Thailand's Canned Sweet Corn Export

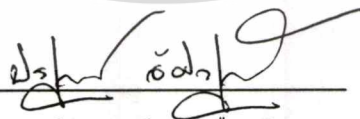
ของ

นางสาวนภาพร
นางสาวปัญจมา
นางสาวเมธาวี

กัตัญญู
หริตา
นันทะพานา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ มีนาคม พ.ศ. 2550

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ


(อาจารย์ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ)

...../...../50.....

กรรมการปัญหาพิเศษ


(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

...../...../50.....

หัวหน้าภาควิชาฯ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

...../...../50.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย
A Study on Potential of Thailand's Canned Sweet Corn Export



ภาคบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย

โดย : นางสาวนภาพร กตัญญู

นางสาวปัญจมา หริตา

นางสาวเมธาวี นันตะพานา

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :  ๙ / ๖๓ / ๕๐

(ปรเมศร์ อิศวเรืองทิภพ)

ข้าวโพดหวานเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญชนิดหนึ่งของไทยและเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเนื่องจากสามารถแปรรูปเป็นสินค้าส่งออกไปขายยังตลาดต่างประเทศได้ในรูปของข้าวโพดหวานกระป๋อง ทั้งนี้ประเทศไทยได้มีการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหราชอาณาจักร ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และอังกฤษ เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง วิเคราะห์อัตราการแข่งขันของการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2547

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยใช้แนวคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ผลการวิเคราะห์พบว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2540-2543 และปี พ.ศ. 2544-2547 ค่า RCA ของไทยและสหรัฐอเมริกามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตข้าวโพดหวานกระป๋อง และพบว่าไทยมีแนวโน้มของค่า RCA เพิ่มขึ้น หมายถึงประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้น ส่วนสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มของค่า RCA ลดลง หมายถึงประเทศสหรัฐอเมริกามีค่าความได้เปรียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชิงการแข่งขันทางการค้าลดลง ในการวิเคราะห์ผลของการส่งออกของไทยในสินค้าข้าวโพดหวาน ระวังโดยให้หลักของการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ พบว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2540-2543 และปี พ.ศ. 2544-2547 การขยายตัวของตลาดส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานระวังของไทยในตลาดโลกเป็นผลอย่างสำคัญมาจากการปรับการส่งออกถูกทางคือ มีการขยายการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัวและลดการส่งออกในตลาดที่มีการหดตัว นอกจากนี้เป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลก การมีขีดความสามารถในการแข่งขัน และจากการกระจายตลาด ตามลำดับ โดยที่ผลจากการปรับการส่งออกถูกทางและการขยายตัวของตลาดโลกจะเป็นปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่วนผลจากการแข่งขันและจากการกระจายตลาดจะเป็นปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออก พบว่ารายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานระวังของไทยไปสหราชอาณาจักรมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวโพดหวานระวังของสหรัฐอเมริกาไปสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรและราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวโพดหวานระวังของไทยไปสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานระวังของไทยไปสหราชอาณาจักรซึ่งมีค่าเท่ากับ 27.997 10.479 และ -1.441 ตามลำดับ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

จากผลการศึกษาข้างต้น ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะในการพัฒนาการส่งออก เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดและเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานระวังของไทย โดยควรมีการพัฒนาการตลาดและคุณภาพของสินค้าให้มีศักยภาพให้มากขึ้นอยู่เสมอ โดยการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงวิธีการบรรจุหีบห่อ และวิธีการจำหน่ายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งผู้เกี่ยวข้องทั้งในด้านการแปรรูปและผู้ผลิตวัตถุดิบ ตลอดจนองค์การของรัฐที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการพัฒนาวัตถุดิบ และขบวนการแปรรูปให้มีต้นทุนต่ำลง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดการค้าระหว่างประเทศต่อไป

คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับสำเร็จสมบูรณ์เรียบร้อยได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำตลอดจนการตรวจทานแก้ไขในข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจากอาจารย์ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ทางผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอขอบพระคุณอาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ ที่ได้ทำการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้อบรม ให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดจนระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือให้คำปรึกษา คำแนะนำดี ๆ อีกทั้งเป็นกำลังใจในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีบุคคลที่ลืมไม่ได้ คือ คุณพ่อ คุณแม่และสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่คอยให้กำลังใจ และมีส่วนช่วยสนับสนุนการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ ซึ่งทำให้การศึกษานี้สำเร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นภาพร กตัญญู
ปัญจมา หริตา
เมธาวี นันตะพานา

มีนาคม 2550

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญผนวก	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
นิยามศัพท์	7
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	8
การเก็บรวบรวมข้อมูล	8
การวิเคราะห์ข้อมูล	9
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	12
การตรวจเอกสาร	12
สมมติฐานของการศึกษา	15
แนวคิดทางทฤษฎี	15
ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	15
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	18
แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	19
ทฤษฎีอุปสงค์	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวาน	28
ลักษณะทั่วไปของข้าวโพดหวาน	28
พันธุ์ข้าวโพดหวาน	29
การปลูกข้าวโพดหวาน	30
ผลผลิตข้าวโพดหวาน	33
แหล่งผลิต	34
การปลูกข้าวโพดหวานเชิงการค้า	35
ลักษณะตลาดและคนกลางของตลาดสินค้าข้าวโพดหวาน	37
ตลาดข้าวโพดหวาน	37
คนกลางสำหรับการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวาน	44
การแปรรูปข้าวโพดหวาน	46
กรรมวิธีการผลิตข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	46
ชนิดของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูป	47
ปริมาณการผลิต	47
ต้นทุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน	51
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน	51
ตลาดส่งออก	53
บทที่ 4 ผลการศึกษา	56
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของข้าวโพดหวานกระป๋อง	56
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง	57
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง	
ของไทยไปยังสหราชอาณาจักร	61

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	65
สรุป	65
ข้อเสนอแนะ	67
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	67
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	68
เอกสารอ้างอิง	69
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก	73
ภาคผนวก ข	78
ภาคผนวก ค	84
ภาคผนวก ง	93

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2543-2548 (ล้านบาท)	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยปี พ.ศ. 2537-2548	4
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งของไทยปี พ.ศ. 2537-2548	5
4	ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านบาท) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง ของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2545-2548 จำแนกตามประเทศที่รับซื้อ	6
5	ประเภทของพันธุ์และพันธุ์ข้าวโพดหวานในตลาดปัจจุบัน	31
6	พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวานจำแนกเป็นรายปี พ.ศ. 2538/2539- พ.ศ. 2547/2548	34
7	พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานรายภาค ปี พ.ศ. 2547/2548	35
8	ต้นทุนและกำไรของการปลูกข้าวโพดหวานพันธุ์ต่าง ๆ (บาทต่อไร่)	36
9	ผลตอบแทนการปลูกข้าวโพดหวานเทียบกับพืชชนิดอื่น ๆ	36
10	ต้นทุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานกระป๋อง	51
11	ความต้องการวัตถุดิบข้าวโพดหวานของโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร ในประเทศไทย ปี 2543 แยกตามรายภาค	52
12	ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของข้าวโพดหวาน กระป๋องของประเทศไทย และสหรัฐอเมริกา ของ 2 ช่วงเวลาใน ตลาดโลก	56
13	อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออก รวมของโลกในข้าวโพดหวานกระป๋อง อัตราการขยายตัวการส่งออก ข้าวโพดหวานกระป๋องในตลาดสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2544-2547	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

- 14 การขยายการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูปของไทย
ในระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 กับช่วงปี พ.ศ. 2544-2547
(เหรียญสหรัฐฯ)

60



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การค้าระหว่างประเทศ	17
2	การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ	24
3	วิธีการตลาดข้าวโพดหวานในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540	38
4	การใช้ประโยชน์จากข้าวโพดหวาน ในขบวนการแปรรูปข้าวโพดหวาน กระป๋อง	48
5	ขบวนการผลิตข้าวโพดหวานเมล็ดบรรจุกระป๋อง	49
6	ขบวนการผลิตครีมข้าวโพดหวานเมล็ดบรรจุกระป๋อง	50



สารบัญผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของ ไทยและสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_{ijk})	73
2	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกในทุกสินค้าของไทย และสหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2543-2547 (X_i)	74
3	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลก ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_{ijk})	75
4	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกในทุกสินค้าของโลก ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_w)	76
5	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกรวมของสินค้าทุกชนิดใน ตลาดโลก ปี พ.ศ. 2540-2547 ($\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}$)	78
6	มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องทั้งหมดของ โลก ปี พ.ศ. 2540-2547 ($\sum_i \sum_j X_{ijk}$)	79
7	มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลกไป ยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2540-2547 ($\sum_i X_{ijk}$)	80
8	มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องทั้งหมด ของไทย ปี พ.ศ. 2543-2547 ($\sum X_{ijk}$)	81
9	มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไป ยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_{ijk})	82
10	ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านบาท) การส่งออกข้าวโพดหวาน กระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	84
11	ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพด หวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	85
12	ราคาข้าวโพดหวานกระป๋องส่งออก (F.O.B) ของไทยไปยัง สหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญผนวก (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
13	ราคาข้าวโพดหวานกระป๋องส่งออก (F.O.B) ของสหรัฐอเมริกาไปยัง สหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	87
14	รายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536- 2547	88
15	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นของ สหราชอาณาจักรในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	89
16	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเฉลี่ยรายปี ในช่วงปี พ.ศ. 2536- 2547	90
17	จำนวนประชากรของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547	91
18	ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536- 2547	92

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ภาคการเกษตรสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศไทยปีละหลายล้านบาท แต่ในปัจจุบันการพัฒนาภาคการเกษตรของไทย ก็ยังมีปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ผลผลิตทางการเกษตรไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบ และยังขาดการประสานเชื่อมโยงกันระหว่างภาคการเกษตรกับภาคอุตสาหกรรม จึงทำให้การผลิตวัตถุดิบสินค้าเกษตรเพื่อป้อนโรงงานแปรรูปมีปริมาณไม่เพียงพอ คุณภาพการผลิตไม่สม่ำเสมอ ราคาไม่แน่นอน แต่ก็ยังมีศักยภาพที่สามารถจะพัฒนาให้เจริญได้โดยกรรมวิธีการแปรสภาพผลผลิตการเกษตรให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นแกสินค้านั้นเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ เพิ่มการจ้างงาน ช่วยกระจายการผลิตจนถึงขั้นตอนการนำเข้าก่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร รวมทั้งเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมจะช่วยพัฒนาการเกษตรให้เป็นไปได้ด้วยดี ดังนั้น การจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปจึงได้รายได้มากกว่าการจำหน่ายสินค้าเกษตร ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมกับการเกษตรขึ้น กล่าวคือ ตลาดภายในประเทศจะขยายตัวออกไป การขยายตัวของตลาดดังกล่าวจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาการเกษตรทางหนึ่งช่วยเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร เพราะผลิตทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบจะมีเสถียรภาพมั่นคงขึ้น มีราคาดีขึ้น

ธุรกิจการแปรรูปข้าวโพดหวานเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำรายได้จากการส่งออกให้ประเทศไทยได้ดี เนื่องจากในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยสามารถแข่งขันได้ทั้งในด้านราคาและคุณภาพ โดยปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากเป็นอันดับ 3 ของโลก (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2548) และมีความสามารถในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องมากเป็นอันดับ 4 ของโลก ซึ่งคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฝรั่งเศส อิตาลี และสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 1) ทำให้การปลูกข้าวโพดหวานในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่มีการขยายการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ชนิดของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูปที่จำหน่ายในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ข้าวโพดหวานแช่แข็งและข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ซึ่งข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบ่งย่อยได้เป็น ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือ (whole kernel corn) ครีมข้าวโพดหวาน (cream style corn) และซूपข้าวโพด (corn cream soup)

หากพิจารณาถึงแนวโน้มทางด้านปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งและข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย พบว่าข้าวโพดหวานกระป๋องมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าข้าวโพดหวานแช่แข็ง ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานในรอบ 12 ปี ที่ผ่านมาคือ ในปี พ.ศ. 2537 มีปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง 4,249 ตัน คิดเป็นมูลค่า 85.5 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2548 มีปริมาณการส่งออก 95,806 ตัน เป็นมูลค่าถึง 3,031.9 ล้านบาท (ตารางที่ 2) ส่วนข้าวโพดหวานแช่แข็งในปี พ.ศ. 2537 มีปริมาณการส่งออก 1,297 ตัน คิดเป็นมูลค่า 50.6 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2548 มีปริมาณการส่งออก 5,789 ตัน คิดเป็นมูลค่า 168.5 ล้านบาท (ตารางที่ 3)

ข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ ประเทศสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ รัสเซีย เยอรมัน เกาหลี เป็นต้น โดยมีสัดส่วนการนำเข้า ร้อยละ 17.47 9.09 7.26 7.12 และ 6.18 ตามลำดับ แต่ตลาดหลักจะอยู่ที่สหราชอาณาจักร ซึ่งในปี พ.ศ. 2545 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปสหราชอาณาจักร 342.92 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.54 ของการส่งออกทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็น 529.58 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2548 และมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.47 (ตารางที่ 4) นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง คือ ประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการมีประเทศคู่แข่งชั้นที่มีจำนวนมากขึ้น ประเทศไทยจึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องให้ได้มาตรฐานของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นว่าข้าวโพดหวาน เป็นพืชที่มีศักยภาพสูงในด้านการส่งออกของประเทศ จึงส่งผลให้ธุรกิจการแปรรูปข้าวโพดหวานมีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษาสภาพการผลิต การตลาด และการส่งออก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ตลอดจนศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออก อันจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาและการปรับปรุงรักษาหรือพัฒนาขีดความสามารถโดยรวมของประเทศ เพื่อรักษาอัตราการขยายตัวด้านการส่งออกให้อยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง รวมทั้งยังสามารถขยายส่วนแบ่งในตลาดโลกให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2543-2548 (ล้านบาท)

ประเทศ	มูลค่า					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ฝรั่งเศส	4,479,864,046	5,938,451,709	5,485,830,829	6,371,404,041	6,397,589,287	6,320,638,827
อังกฤษ	2,783,754,331	3,204,895,675	4,364,144,918	4,923,337,262	4,815,689,807	4,951,268,520
สหรัฐอเมริกา	5,560,935,711	5,462,144,491	5,406,389,996	4,812,431,175	4,855,407,538	4,476,281,869
ไทย	626,869,000	979,461,000	1,581,822,000	2,078,459,151	2,709,790,550	3,031,890,186
แคนาดา	693,404,746	762,098,718	814,011,147	871,884,955	921,219,525	858,501,443
เยอรมัน	371,866,058	403,929,434	329,147,520	382,785,447	295,901,370	505,970,925
เบลเยียม	637,872,887	703,105,030	716,257,091	838,090,524	438,086,931	420,287,356
รัสเซีย	8,709,528	2,791,201	1,231,211	4,053,392	32,903,431	284,836,074
อิตาลี	367,174,848	479,530,978	334,900,892	232,464,434	171,289,405	264,188,206
เนเธอร์แลนด์	116,603,355	283,169,632	277,064,553	95,066,956	298,792,574	211,471,265
ประเทศอื่นๆ	720,762,458	949,076,327	810,270,323	917,855,400	1,165,906,717	1,254,410,649
โลก	16,367,816,968	19,168,654,195	20,121,070,480	21,527,832,737	22,102,577,135	22,579,745,320

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2006)

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยปี พ.ศ. 2537-2548

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ¹ (ตัน)	อัตราการขยายตัว ² (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก ¹ (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว ² (ร้อยละ)
2537	4,249	-	85.5	-
2538	10,410	145	229.2	168.07
2539	13,784	32.41	301	31.33
2540	18,116	31.43	455.2	51.26
2541	21,905	20.92	679.5	49.24
2542	26,255	19.86	666.6	-1.9
2543	25,868	-1.47	626.9	-5.96
2544	35,816	38.46	978.7	56.12
2545	57,433	60.36	1,581.20	61.56
2546	76,100	32.5	2,078.20	31.43
2547	103,975	36.63	2,709.80	30.39
2548	95,806	-7.86	3,031.90	11.89
อัตราการเพิ่ม ² (ร้อยละต่อปี)	-	37.11	1,118.70	43.95

ที่มา: (1 กรมศุลกากร, 2548)

(2 การคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งของไทยปี พ.ศ. 2537-2548

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ¹ (ตัน)	อัตราการขยายตัว ² (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก ¹ (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว ² (ร้อยละ)
2537	1,297	-	50.6	-
2538	998	-23.1	41.2	-18.6
2539	1,545	54.8	56.7	37.6
2540	985	-36.2	27.6	-51.3
2541	559	-43.2	24.3	-12
2542	1,416	153.3	62.9	158.8
2543	1,756	24	56.4	-10.3
2544	1,211	-31	48.3	-14.4
2545	1,180	-2.6	51.8	7.2
2546	1,313	11.3	44.3	-14.5
2547	5,113	289.4	114.2	157.7
2548	5,789	13.2	168.5	47.5
อัตราการเพิ่ม ² (ร้อยละต่อปี)	-	37.26	62.23	26.15

ที่มา: (1 กรมศุลกากร, 2548)

(2 การคำนวณ)

ตารางที่ 4 ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านบาท) การส่งออกข้าวโพดหวานกรมการป้องกันของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2545-2548 จำแนกตามประเทศที่รับซื้อ

ประเทศ	2545		2546		2547		2548					
	ปริมาณ ¹	มูลค่า ¹	ร้อยละ ²	ปริมาณ ¹	มูลค่า ¹	ร้อยละ ²	ปริมาณ ¹	มูลค่า ¹	ร้อยละ ²			
สหราชอาณาจักร	10,559.45	324.92	20.54	12,575.95	390.66	18.80	16,987.95	584.01	21.55	16,686.41	529.58	17.47
เนเธอร์แลนด์	1,359.90	29.82	1.88	3,610.42	99.64	4.79	7,362.35	231.52	8.54	8,110.03	275.60	9.09
รัสเซีย	4,428.74	132.01	8.35	3,012.68	82.87	3.99	4,555.14	128.07	4.73	7,341.76	220.13	7.26
เยอรมัน	4,256.73	114.81	7.26	7,439.14	189.71	9.13	9,255.61	230.92	8.52	8,664.11	215.79	7.12
เกาหลี	8,801.99	193.07	12.21	10,618.28	225.61	10.85	9,257.11	184.93	6.82	8,957.35	187.40	6.18
สเปน	2,997.92	98.29	6.21	5,198.46	190.52	9.17	4,241.43	173.97	6.42	3,797.86	170.35	5.62
ญี่ปุ่น	756.79	24.38	1.54	3,440.25	102.42	4.93	3,882.19	124.27	4.59	4,378.96	153.89	5.08
ไต้หวัน	3,854.83	116.84	7.39	4,740.69	141.05	6.79	5,313.10	146.40	5.40	4,717.07	134.96	4.45
เดนมาร์ก	1,793.01	56.70	3.58	1,985.63	58.38	2.81	2,439.09	71.90	2.65	2,984.78	89.27	2.94
ฟิลิปปินส์	1,534.37	35.00	2.21	1,786.52	38.63	1.86	2,612.80	57.03	2.10	3,236.11	73.16	2.41
อื่นๆ	17,098.95	455.98	28.83	21,710.36	558.96	26.89	29,899.72	776.78	28.67	35,101.00	981.76	32.38
รวม	57,442.67	1,581.82	100.00	76,118.37	2,078.46	100.00	95,806.50	2,709.79	100.00	103,975.44	3,031.89	100.00

ที่มา: (1) กรมศุลกากร, 2548)

(2) การคำนวณ)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง
3. เพื่อวิเคราะห์อัตราการขยายตัวของ การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share model: CMS)
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงสภาพการผลิต การตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ทราบถึงความได้เปรียบเสียเปรียบของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลก เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันอันจะส่งผลโดยตรงต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้ ทราบถึงลักษณะแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อหาแนวทางที่จะรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น รวมทั้งทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ อันจะส่งผลในการกำหนดกลยุทธ์ในการขยายตลาดส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

นิยามศัพท์

ราคาส่งออกเอฟโอบี (F.O.B) หมายถึง ราคาส่งออกซึ่งได้คำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายทุกอย่าง อาทิเช่น ราคาสินค้า ค่าความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ค่าตรวจสอบสินค้า ค่าขออนุญาตส่งออก ค่าขนส่ง ค่าพิธีการทางศุลกากร ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการส่งออกแล้วรวมถึงค่ายกตู้สินค้าขึ้นเรือ ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ เป็นต้น (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2548)

ดัชนีราคาผู้บริโภค หมายถึง ตัวเลขทางสถิติที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภคได้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการจำนวนหนึ่ง ณ เวลาหนึ่งเทียบกับปีฐาน (base year) (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2548)

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาข่าวโพตหวานกระป๋องนั้น จะใช้ข้อมูลที่มีเลขรหัสสินค้าตามระบบการแบ่งรหัสสินค้าแบบ harmonized commodity description and coding system: HS ซึ่งข่าวโพตหวานกระป๋องที่ใช้ในการศึกษามีรหัสสินค้า คือ H.S. 2005.800-005

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ทำการศึกษา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2547 และแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 และช่วงปี พ.ศ. 2544-2547

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของส่งออกของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ทำการศึกษา คือ ประเทศสหราชอาณาจักร โดยใช้ข้อมูลรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2547 และแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 และช่วงปี พ.ศ. 2544-2547

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข่าวโพตหวานกระป๋องของไทยไปประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา คือ ประเทศสหราชอาณาจักร โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ทำการศึกษา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลรายปีคือตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานการศึกษาและบทความต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่หน่วยงานราชการและเอกชนได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเจรจาการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กรมวิชาการเกษตร กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเศรษฐกิจพาณิชย์ รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพทั่วไปของการผลิต สภาพตลาดในประเทศ ตลาดส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย

2. ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (qualitative method) จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกของข้าวโพดหวานกระป๋องของโลกว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเท่าใด เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

2.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share model: CMS) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกของข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญว่าเกิดเนื่องจากผลกระทบด้านต่าง ๆ ด้านใดบ้าง

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปสหราชอาณาจักร จะใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression model) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least squares method: OLS) เพื่อสร้างสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร โดยคาดว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร ขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

แบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร

$$Q_d = f(\text{PFC}_t, \text{PFC}_u, \text{NI}, \text{N}, \text{EXC})$$

กำหนดให้

$$Q_d = \text{ปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร (ตัน)}$$

PFC_t	=	ราคาส่งออกเอฟโอบีข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร (บาทต่อกิโลกรัม)
PFC_u	=	ราคาส่งออกเอฟโอบีข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปสหราชอาณาจักร (ล้านเหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม)
NI	=	รายได้ประชาชาติของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค (ล้านปอนด์)
N	=	จำนวนประชากรของสหราชอาณาจักร (ล้านคน)
EXC	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินบาทไทยต่อเงินปอนด์สเตอร์ลิง

จากสมการ แสดงถึงปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร โดยกำหนดให้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ

จากแบบจำลองสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ซึ่งจำเป็นต้องใช้การประมาณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square) เพราะจะทำให้ไม่เกิดปัญหาอคติ (bias) และไม่เที่ยงตรง

รูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหราชอาณาจักรมี 4 รูปแบบ ดังนี้

1.) ฟังก์ชันอุปสงค์แบบเส้นตรง

$$Y_t = a + b_i X_{it} + U_t$$

2.) ฟังก์ชันอุปสงค์แบบกึ่งล็อก

$$Y_t = a + b_i \log X_{it} + b_i$$

3.) ฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่

$$\log Y_t = a + b_i \log X_{it} + U_t$$

4.) ฟังก์ชันอุปสงค์แบบอินเวอร์สล็อก

$$\log Y_t = a + b_i X_{it} + U_t$$

กำหนดให้

$$Y_t = \text{ตัวแปรผันตามปีที่ } t$$

$$X_{it} = \text{ตัวแปรอิสระชนิดที่ } i \text{ ปีที่ } t$$

$$a = \text{ค่าคงที่}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

b_i = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระชนิดที่ i

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อน

ในการพิจารณาเลือกสมการอุปสงค์เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูลที่นำมาใช้นั้น
พิจารณาได้จากค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

- 1.) พิจารณาจากเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ จะเลือกฟังก์ชัน ที่มีเครื่องหมายตรงกับสมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์
- 2.) พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เลือกฟังก์ชันที่มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจสูงที่สุด
- 3.) พิจารณาจากความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ของตัวแปรในแต่ละฟังก์ชันจะเลือกฟังก์ชันที่มีจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ที่มีนัยสำคัญมากที่สุด
- 4.) พิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ย (mean square error: MSE) ฟังก์ชันที่มีค่า MSE ต่ำจะเป็นฟังก์ชันที่เหมาะสมกับข้อมูล

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ การตรวจเอกสารรวมทั้งผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 คือ สมมติฐานในการศึกษา และส่วนที่ 3 เป็นแนวคิดทางทฤษฎีโดยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคในส่วนของอุปสงค์ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตรวจเอกสาร

นิสิต อีรสุขพิมล (2538) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของไทย โดยใช้ทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยแบ่งช่วงเวลากการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง พบว่าในปี พ.ศ. 2523-2527 ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มการส่งออกของไทยมากที่สุด ได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขันในขณะนั้นที่ผลจากส่วนประกอบของตลาดมีผลเพียงเล็กน้อย แต่ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และการเพิ่มการค้าของโลกมีค่าทำให้การส่งออกลดลงเนื่องมาจากช่วงเวลานี้เกิดภาวะเศรษฐกิจของโลกตกต่ำจากวิกฤติน้ำมันครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2522 ส่วนช่วงปี พ.ศ. 2527-2531 พบว่า ผลจากความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มการส่งออกของไทยอยู่แน่นอน แต่ในช่วงเวลานี้ปัจจัยทางการเพิ่มการค้าของโลกมีความสำคัญเป็นอันดับสอง เนื่องจากเป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจของโลกเริ่มฟื้นฟูและเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น ใน 2 ช่วงเวลาที่วิเคราะห์นี้จึงได้ผลกระทบรวมคล้าย ๆ กัน คือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด รองลงมา คือ การเพิ่มขึ้นของการค้าโลก ในขณะที่ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาดยังเป็นปัจจัยที่ประเทศไทยต้องปรับปรุง

เฉลิมฉัตร จันทรินทร์ (2541) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ระบบธุรกิจข้าวโพดหวานในประเทศไทย พบว่า ระบบย่อยปัจจัยการผลิต ปัจจัยเรื่องเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวาน มีความสำคัญต่อการขยายตัวของธุรกิจนี้เป็นอย่างมากนอกจากนี้สภาพแวดล้อมภายในของระบบธุรกิจข้าวโพดหวานในประเทศไทยพบว่า ประกอบด้วยปัจจัยด้านพันธุ์ข้าวโพดหวาน ปัจจัยตลาดบริโภคภายในประเทศ ปัจจัยโรงงานแปรรูป ปัจจัยเทคโนโลยีการผลิตของเกษตรกร ปัจจัยพืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดแทนและพืชแข่งขัน ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการพัฒนาและขยายตัวของระบบธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก

บรรพต ชมภูศรี (2542) ได้ศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจข้าวโพดหวานกระป๋องในประเทศไทย โดยใช้ SWOT เพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก โดยพบว่าสิ่งแวดล้อมภายในมีจุดแข็ง คือ การผลิตและการแปรรูปที่สามารถสนองตอบให้ลูกค้าตลอดทั้งปี จุดอ่อน คือ เทคโนโลยีการผลิตและแปรรูป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง สิ่งแวดล้อมภายนอกมีจุดแข็ง คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนจุดอ่อน คือ สิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ และได้ศึกษาถึงแนวโน้มการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศที่สำคัญต่าง ๆ โดยการใช้อนุกรมเวลา (time series model) พบว่าประเทศเกาหลีใต้และประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และเยอรมนี

ณัทร กสิบุตร (2544) ได้ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน รวมทั้งการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้ จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในประเทศไทยเป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้แนวคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และจากการวิเคราะห์ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน

ปริญญา เพชรศรีเปีย (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูปของประเทศไทย โดยใช้หลักของการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ในระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2530-2534 และปี พ.ศ. 2535-2539 การขยายตัวของตลาดสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูปส่งออกของไทยในตลาดโลกเป็นผลสำคัญมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง อีกทั้งยังเป็นผลจากปัจจัยที่เกี่ยวกับการขยายตัวของตลาดโลก การมีขีดความสามารถในการแข่งขันและจากการกระจายของตลาดตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยเกี่ยวกับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539 และปี พ.ศ. 2540-2542 แม้ว่าการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น

สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียจะเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ปัจจัยสำคัญที่กำหนดความต้องการนำเข้าเป็นผลเนื่องมาจากราคาส่งออกและรายได้ของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

สุงภกช จำจันทิก (2548) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ระบบธุรกิจเกษตรและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งไปยังออสเตรเลียและญี่ปุ่นและข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรและเกาหลีใต้ พบว่าตลาดข้าวโพดหวานแช่แข็งของไทยในออสเตรเลียและญี่ปุ่นและตลาดข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในสหราชอาณาจักรในช่วงปี พ.ศ.2538-2541 และปี พ.ศ. 2542-2546 มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการขยายตัวของ การส่งออกสินค้าและผลจากการแข่งขัน ในขณะที่การกระจายตลาดข้าวโพดหวานและการปรับทิศทาง การส่งออกของไทยจะเป็นปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง ส่วนตลาดข้าวโพดหวานของไทยในเกาหลีใต้มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เกิดจากการขยายตัวของ การส่งออกสินค้าผลจากการแข่งขันและจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทาง ในขณะที่ผลจากการกระจายตลาดจะเป็นปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงและผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกพบว่า ราคาส่งออกของไทยและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งของไทยไปยังออสเตรเลีย ส่วนปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งของไทยไปยังญี่ปุ่น คือ ราคาส่งออกของไทย ราคาส่งออกของสหรัฐอเมริกาและรายได้ประชาชาติต่อบุคคล ส่วนปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรและเกาหลีใต้ คือ ราคาส่งออกของไทย ราคาส่งออกของสหรัฐอเมริกา และรายได้ประชาชาติต่อบุคคล

จากการตรวจเอกสารข้างต้น วิธีการศึกษาและผลการศึกษสามารถประยุกต์นำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ได้เนื่องจากเป็นการศึกษาเกี่ยวกับระบบธุรกิจข้าวโพดหวานในประเทศไทย ศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้หลักของการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้แนวความคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ แต่มีความต่างกันตรงช่วงเวลาของการศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยเดิมนอกจากนี้ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในสมการที่ศึกษาก็มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานของการศึกษา

1. ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงถึงความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดสหราชอาณาจักร เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา
2. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราการขยายตัวของตลาดโลก, การกระจายตลาด, ความสามารถในการแข่งขันและการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง
3. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรไม่ขึ้นกับราคาส่งออกเอฟโอบีข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ราคาส่งออกเอฟโอบีข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกา และรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักร

แนวคิดทางทฤษฎี

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ (international trade) หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศของทุกประเทศจะต้องประกอบด้วยสินค้าออก (export) และสินค้าเข้า (import) (เกสร, 2528)

สิ่งที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าขึ้นคือความแตกต่างในผลิตภาพ (productivity) ต้นทุนการผลิต และพื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากร (factor endowment) เพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากรที่แตกต่างกัน ความเอื้ออำนวยของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ รวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ ๆ นำไปสู่การใช้สัดส่วนของทรัพยากรทุนที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากประเทศที่มีทรัพยากรที่แตกต่างกันจึงมีความแตกต่างกันอันเนื่องมาจากการผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบโดยเด็ดขาด หรือความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) กล่าวคือ ประเทศที่สามารถทำการผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าก็จะส่งออกในสินค้านิดนั้นและในขณะเดียวกันก็จะนำเข้าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศแล้วมีต้นทุนการผลิตสูง และเมื่อมีการส่งออกและนำเข้าสินค้าหลายชนิดมากขึ้น ก็ได้นำเอาหลักเกณฑ์เรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (comparative advantage) โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มองในแง่การผลิต ถ้าจะต้องผลิตสินค้าใดเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะต้องลดโอกาสที่จะผลิตสินค้าชนิดอื่นไปอย่างน้อยแค่ไหน หรือมองในด้านเสียโอกาส (opportunity cost) คือ ควรจะนำเข้าจากต่างประเทศถ้าสินค้านั้นมีราคาน้อยกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิตขึ้นเองภายในประเทศ ขณะเดียวกันประเทศที่นำเข้าก็สามารถผลิตสินค้าชนิดอื่นที่มีความได้เปรียบกว่าแล้วส่งออก ด้วยหลักเกณฑ์นี้จะทำให้แต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่าง (specialization)

โดยที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้นเป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี (free trade) แต่ในความเป็นจริงประเทศต่าง ๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออกโดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงของแต่ละประเทศตามแนวคิดทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศได้

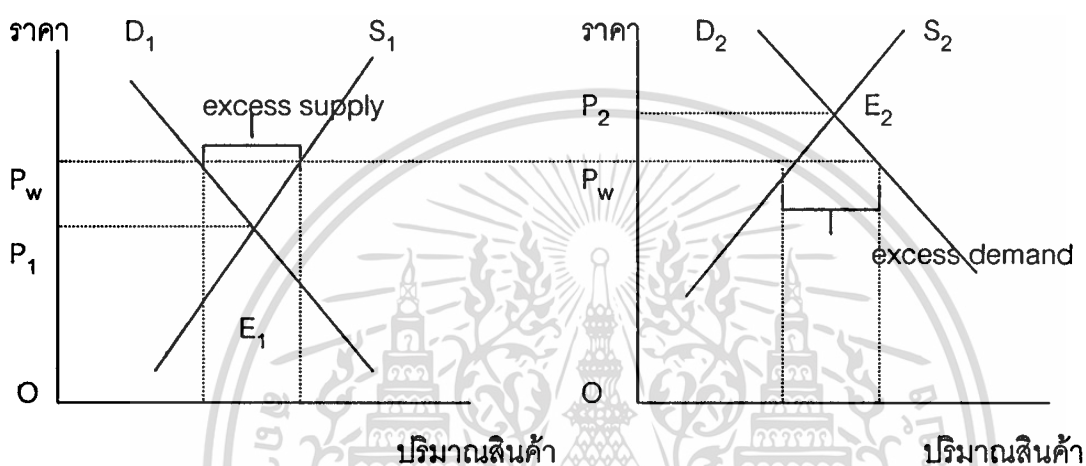
ทฤษฎีดุลยภาพราคาระหว่างประเทศ อยู่ภายใต้ข้อสมมติต่อไปนี้

1. สินค้าทั้งหมดต้องมีลักษณะเหมือนกัน
2. การผลิตและการบริโภคภายในประเทศหนึ่ง จะต้องเกิดขึ้นในพื้นที่เดียวกันและไม่มีค่าขนส่งสินค้าในประเทศเดียวกัน
3. สิ่งกีดขวางทางกายภาพหรือสถาบันจะไม่ใช่กีดขวางการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศที่ซื้อขายกัน

การค้าระหว่างประเทศที่เป็นผลมาจากความแตกต่างของฟังก์ชันอุปสงค์และอุปทานในกรณีที่สินค้าชนิดหนึ่งผลิตและบริโภคใน 2 ประเทศ แล้วไม่มีการค้าขายระหว่างกันก่อนที่จะมีการค้าระหว่างกันเกิดขึ้น เส้นอุปสงค์และอุปทานระหว่างประเทศจะกำหนดราคาสินค้าของแต่ละประเทศ โดยที่ เส้น D_1 และ S_1 คือ เส้นอุปสงค์และอุปทานของประเทศที่ 1 ส่วน D_2 และ S_2 คือ เส้นอุปสงค์และอุปทานของประเทศที่ 2 เมื่อเส้นอุปสงค์ D_1 ตัดกับเส้นอุปทาน S_1 จะทำให้ได้จุด E_1 ซึ่งคือจุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 1 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_1 และเกิดอุปทานส่วนเกิน (excess supply) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าเกินความต้องการ เมื่อเส้นอุปสงค์ D_2 ตัดกับเส้นอุปทาน S_2 จะทำให้ได้จุด E_2 ซึ่งคือจุด ดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 2 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_2 และเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าน้อยกว่าความต้องการ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ประเทศที่ 1 ซึ่งมีอุปทานส่วนเกิน (excess supply) ก็จะมีการส่งออกปริมาณสินค้าที่เกินความต้องการ

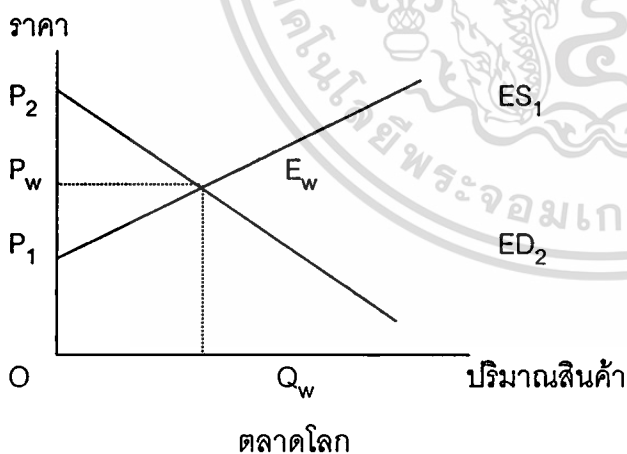
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และในประเทศที่ 2 ซึ่งมีอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) ก็จะทำการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่ 1 หลังจากทำการค้าขายระหว่าง 2 ประเทศแล้ว ราคาสินค้าในประเทศที่ 1 จะสูงขึ้นจาก P_1 เป็น P_w ในขณะที่เดียวกันราคาสินค้าในประเทศที่ 2 จะลดลงจาก P_2 เป็น P_w การไหลเวียนของสินค้าจากประเทศที่ 1 ไปยังประเทศที่ 2 จะต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะทำให้ราคาสินค้าในทั้ง 2 ประเทศเท่ากันพอดีและกลายเป็นตลาดเดียวกัน (ภาพที่ 1)



ประเทศที่ 1 มีสินค้าเกินความต้องการ

ประเทศที่ 2 มีสินค้าขาดแคลน



ภาพที่ 1 การค้าระหว่างประเทศ

ที่มา: (เกสร, 2528)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเกิดมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1815 นักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกพยายามอธิบายว่า ประเทศควรจะผลิตและค้าสินค้าอะไร โดยมีแนวคิดเดียวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) คือประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตสูงกว่าหรือมีความได้เปรียบมากกว่า และนำเข้าสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตต่ำกว่าของประเทศอื่น แนวความคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตชนิดเดียว คือ แรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและแรงงานแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น การอธิบายภายใต้แบบจำลองนี้มีข้อสมมติ คือ ความพอใจในการบริโภคแต่ละประเทศเหมือนกัน ต่อมามีการพัฒนาเป็นแนวคิดของเฮคเชอร์ โอลิน นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก ซึ่งอธิบายว่าความหายากง่ายหรือความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ จะเป็นปัจจัยพื้นฐานกำหนดโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรม ดังนั้นประเทศจะได้ประโยชน์จากการผลิต และทำการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยผลิตที่มีอยู่มากมายภายในประเทศ เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน จะมีสมมติฐานในการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยผลิตและผลผลิตแต่ละประเทศเหมือนกัน หรือปัจจัยผลิตสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศโดยไม่มีต้นทุนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลิตกับผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน แนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าทุน จะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมาก (ณัฏฐ, 2544)

เครื่องชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบทางการค้าระหว่างประเทศ สูตรที่ใช้คำนวณค่า RCA มีดังนี้

$$RCA_{ik} = (X_{ik} \div X_i) \div (X_{wk} \div X_w)$$

โดยกำหนดให้

- RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า k ของประเทศ i
- X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i
- X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i
- X_{wk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก
- X_w = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่ได้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้

ถ้าค่า $RCA > 1$ หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือกล่าวได้ว่าประเทศ i อยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้าค่า $RCA < 1$ หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือกล่าวได้ว่าประเทศ i อยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้าค่า $RCA = 1$ หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก

ดังนั้นสามารถใช้แนวคิดวิธีการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของประเทศไทยกับสินค้าส่งออกของประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะบ่งบอกถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในแต่ละสินค้าว่าเป็นอย่างไรในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา หากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าชนิดใดมีค่าสูงขึ้นไปลำดับย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยจะมีอนาคตที่ดีและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในอนาคต ในทางตรงกันข้ามหากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าใดมีค่าลดลงเป็นลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้านั้น ๆ ของประเทศไทยจะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

อย่างไรก็ตามในการนำค่า RCA มาใช้มีข้อจำกัด คือ เป็นดัชนีที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ แต่การคำนวณหาค่า RCA จะใช้ข้อมูลเฉพาะการส่งออกหรือนำเข้า จึงยังไม่ได้สามารถแสดงผลของมาตรการทางการค้า เช่น การกีดกันทางการค้า ภาวะทางภาษีศุลกากร หรือ ธรรมเนียมผู้บริโภคนของแต่ละประเทศ เป็นต้น

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share: CMS) เป็นการพิจารณาถึงผลการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาด (market share) ในตลาดโลกไว้เท่าเดิม ในกรณีส่วนแบ่งตลาดของประเทศในตลาดโลกกำหนดให้คงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากการกระจายตลาด โดยพิจารณาการขยายตัวในแต่ละสินค้าของประเทศในสองช่วงเวลาที่แตกต่างกัน แต่ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไป แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก 1) การขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกทั้งหมดของตลาดโลก และหรือ 2) เป็นผลของการกระจายตัวของตลาด และหรือ 3) เป็นผลเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกเอง และหรือ 4) เป็นผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (สุบงกช, 2548) ซึ่งแสดงได้ดังนี้

$$\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 = [G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0] + [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)]$$

(1)

(2)

$$+ [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0]$$

(3)

$$+ [(\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)) - (\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0)]$$

(4)

โดยกำหนดให้

X	คือ มูลค่าการส่งออก
i	คือ ประเทศส่งออก i (i คือ ประเทศไทย)
j	คือ ประเทศนำเข้า j (j คือ ตลาดประเทศคู่ค้า)
k	คือ ชนิดสินค้า
0	คือ ปีฐาน
1	คือ ปีที่กำลังพิจารณา

กำหนดให้

$$\begin{aligned} g &= G - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 \div \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลก} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_k &= G_k - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j X_{ijk}^1 \div \sum_i \sum_j X_{ijk}^0) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\
 &= (\sum_i X_{ijk}^1 \div \sum_i X_{ijk}^0) - 1 \\
 &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k ในตลาด j}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk}^* &= 1 - G_{jk}^* \\
 &= 1 - \frac{1}{(\sum_i X_{ijk}^1 \div \sum_i X_{ijk}^0)} \\
 &= 1 - \frac{\sum_i X_{ijk}^0}{(\sum_i X_{ijk}^1)} \\
 &= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้า k ในตลาด j}
 \end{aligned}$$

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share: CMS) ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ จะประกอบไปด้วยผล 4 ด้าน คือ

1. ผลจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก (world growth effect) แสดงถึงแนวโน้มการค้าของโลก ซึ่งวัดโดยการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกสำหรับสินค้าแต่ละชนิด ถ้าการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดดังกล่าวของประเทศไทยขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกจะคงที่

2. ผลจากการกระจายตลาด (market distribution or directional effect) ประกอบไปด้วยผล 2 ด้าน คือ

- 2.1 การส่งออกสินค้าที่ถูกทิศทางในตลาดต่าง ๆ ซึ่งสมมติให้มีอัตราการขยายตัว
- 2.2 การขยายตัวส่วนแบ่งตลาดของโลกทั้งหมด (ประเทศนำเข้ารวมทุกประเทศ)

การขยายตัวของการส่งออกจะได้รับอิทธิพลจากผลทั้ง 2 ด้าน โดยสมมติให้มีอัตราการขยายตัวซึ่งจะนำมาใช้ในการวัดผลนี้ การคำนวณการขยายตัวจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อสมมติที่ว่า สำหรับสินค้าชนิดที่มีการส่งออกโดยตรงไปประเทศที่กำหนดให้เพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกันกับการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าชนิดดังกล่าวของประเทศที่กำหนดให้ภายใต้อัตราที่คาดไว้ (projected rate) ส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าแต่ละชนิดในตลาดที่กำหนดให้จะเท่าเดิม ในขณะเดียวกัน ภายใต้อัตราการขยายตัวส่วนแบ่งตลาดของโลกทั้งหมด (ประเทศนำเข้ารวมทุกประเทศ) สำหรับสินค้าแต่ละชนิดจะคงที่ ดังนั้น ความแตกต่างระหว่างผลทั้ง 2 ด้าน จะแสดงถึงการขยายตัวของการส่งออกที่อธิบายโดยความแตกต่างของทิศทางหรือการกระจายตลาด โดยชี้ให้เห็นว่าประเทศ i ส่งสินค้า แต่ละชนิดส่วนใหญ่ไปยังประเทศที่มีการขยายตัวสูงหรือต่ำ ซึ่งผลจะมีต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปลี่ยนแปลงการส่งออกทั้งหมดของประเทศ เช่น ถ้าส่งสินค้าออกเป็นสัดส่วนมากไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ก็จะมีผลให้อัตราการขยายตัวการส่งออกของประเทศสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเช่นกัน

3. ผลจากการแข่งขัน (pure share of competitive effect) ผลต่างระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกจริงกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอ เพื่อให้ประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกไว้เท่าเดิมในแต่ละสินค้าและแต่ละภาค ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งตลาดโลกของประเทศที่กล่าวถึงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นในโลก

4. ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (interaction effect) สะท้อนให้เห็นว่าประเทศผู้ส่งออกอาจใช้ความพยายามขยายการส่งออกในตลาดที่หดตัว หรือลดการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว ซึ่งถ้าเป็นกรณีทั้งสองนี้ ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางจะเป็นลบในทางตรงกันข้ามค่าของผลนี้จะเป็นบวก ถ้าประเทศผู้ส่งออกขยายการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว และลดการส่งออกในตลาดที่หดตัว

แบบจำลอง CMS ที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ จะมีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศผู้ส่งออก

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดใดตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ ตรวจจับที่ประเทศส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ คู่แข่งอื่น ๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับปรุงตัวด้านอุปทานภายในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว

3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (infinite) นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกจะสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ

4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ผู้บริโภค

5. ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ และมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้านั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในตลาดสินค้าแห่งหนึ่ง (นราทิพย์, 2544) จากความหมายข้างต้นสามารถพิจารณาแต่ละประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

1. ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ คำว่า ปริมาณ แสดงว่าอุปสงค์สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยได้ เป็นหน่วยของปริมาณสินค้าและบริการชนิดนั้น ๆ และเป็นปริมาณที่เกิดจากความต้องการของผู้ที่มีต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเท่านั้น

2. ความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ (ability to pay) หมายถึง อุปสงค์จะเกิดขึ้นได้ผู้ซื้อจะต้องมีอำนาจซื้อ (purchasing power) หรือมีรายได้เพียงพอที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ตามความต้องการ

3. ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้านั้น หมายถึง อุปสงค์จะแสดงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาหลาย ๆ ระดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณความต้องการซื้อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย.

4. ระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่ง หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการนั้น จะต้องระบุเวลาและสถานที่ที่แน่นอน ทั้งนี้เพราะอุปสงค์อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ถ้าเวลาและสถานที่เปลี่ยนแปลงไป

กฎของอุปสงค์

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อสินค้าและบริการกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นจะเป็นอย่างไร เป็นไปตามกฎอุปสงค์ กล่าวไว้ดังนี้

“ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อจะแปรผกผันกับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น” (นราทิพย์, 2544)

โดยสามารถอธิบายเหตุผลได้ 2 ประการดังนี้

1. ผลทางรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป รายได้ที่แท้จริง (real income) ซึ่งหมายถึงอำนาจซื้อของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย กล่าวคือเมื่อราคาสินค้าลดลง แม้ผู้บริโภคจะมีรายได้เป็นตัวเงินเท่าเดิมแต่เขาสามารถซื้อสินค้าได้ในจำนวนมากขึ้น หรือมีอำนาจซื้อมากขึ้น

2. ผลทางทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาสินค้าชนิดใดลดลง ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าคุณค่าชนิดนั้นมีราคาถูกลงเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่น ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อสินค้าชนิดนั้นมากขึ้นเพื่อใช้ทดแทนสินค้าอื่นที่มีราคาแพงขึ้น

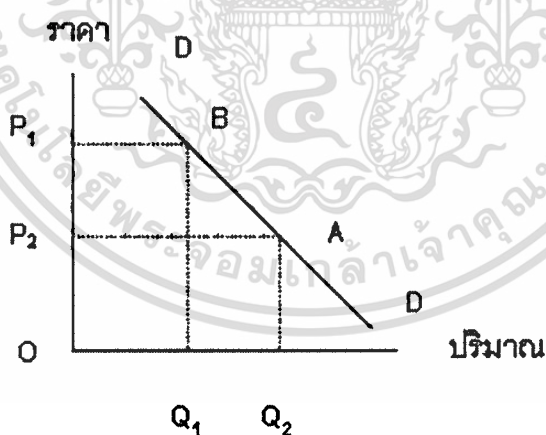
ฟังก์ชันอุปสงค์และเส้นอุปสงค์

ฟังก์ชันอุปสงค์ (demand function) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับตัวแปรทุกตัวที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อชิ้นนั้น

เส้นอุปสงค์ (demand curve) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับราคาสินค้านั้น ๆ คงที่ เส้นอุปสงค์จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของฟังก์ชันอุปสงค์ โดยกำหนดให้ตัวแปรทุกตัวกำหนดปริมาณเสนอซื้อคงที่ให้เปลี่ยนแปลงได้เฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ มีผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ เปลี่ยนแปลงไปโดยที่ปัจจัยอื่น ๆ ยังคงที่



ภาพที่ 2 การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ
ที่มา: (นราทิพย์, 2544)

กำหนดให้อุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งแสดงด้วยเส้น DD ถ้าราคาสินค้าเท่ากับ OP_1 ปริมาณความต้องการซื้อเท่ากับ OQ_1 หน่วยหรือที่จุด A ถ้าราคาสูงขึ้นเป็น OP_2 ปริมาณความต้องการซื้อจะลดลงเป็น OQ_2 หน่วยหรือที่จุด B ดังนั้นจะเกิดการเคลื่อนย้ายจากจุด A ไปยังจุด B บนเส้นอุปสงค์เดิม (ภาพที่ 2)

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (quantity demand) เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้นแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้

1. ราคาของสินค้าหรือบริการที่ต้องการซื้อ ตามปกติถ้าสินค้าและบริการชนิดนั้นราคาเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2. รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมสามารถซื้อสินค้าได้ในจำนวนที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ เพราะอำนาจในการซื้อสูงกว่า

3. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่น โดยทั่วไปผู้บริโภคต้องการสินค้าหลายชนิด เมื่อราคาสินค้าชนิดอื่นเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าชนิดอื่น ๆ ด้วย

4. สินค้าชนิดนั้นจะเป็นสินค้าทดแทนหรือสินค้าใช้ประกอบกัน ในกรณีเป็นสินค้าทดแทน เช่น การที่ราคาเนื้อหมูสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะหันไปบริโภคเนื้อไก่ที่มีราคาต่ำกว่าได้ ส่วนกรณีสินค้าใช้ประกอบกัน เช่น ถ้าราคากาแฟสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อลดลง ทำให้ความต้องการซื้อครีมเทียมลดลงด้วย

5. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมและความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแต่ละชนิดจะมากขึ้นแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับแบบสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่านิยมที่มีต่อสินค้าตามยุคตามสมัยหรือที่เรียกว่า แฟชั่น สิ่งที่กำหนดรสนิยม ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ปัจจุบันผู้ผลิตได้พยายามปรับปรุงสินค้าของตน เพื่อให้ผู้บริโภคคงความนิยมและใช้การโฆษณาต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย หรือกระตุ้นให้เกิดความนิยมในตัวสินค้ามากขึ้น

6. จำนวนผู้บริโภค ถ้าจำนวนของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการในตลาดจะสูงขึ้น แต่ถ้าจำนวนของผู้บริโภคลดลง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการในตลาดจะลดลงด้วย

7. ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องในการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อ เช่น ฤดูกาล การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต เป็นต้น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand)

ค่าความยืดหยุ่นเป็นค่าที่ใช้วัดอัตราของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามต่ออัตราของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนำ ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (elasticity of price demand or price elasticity) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_p = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า}}$$

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (elasticity of income demand or income elasticity) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภคโดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_i = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภค}}$$

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น (elasticity of cross demand or cross elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น หรือความยืดหยุ่นไขว้จึงหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_c = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y}}$$

ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่าง ๆ กัน และแต่ละค่าจะแสดงให้เห็นทราบว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใดมีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ที่มีค่าสูงกว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งเราสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า ปริมาณอุปสงค์จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับ 0

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการอุปสงค์น้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนด อุปสงค์กล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) ซึ่งค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 1 หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ดังนั้น ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่าค่าอนันต์ (infinity)

5. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากที่สุดหรือมีค่าความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) ในที่นี้ค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับค่าอนันต์

บทที่ 3

สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวาน

ลักษณะทั่วไปของข้าวโพดหวาน

ข้าวโพดหวานมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Zea mays* L. var *rugosa* หรือ *Zea mays* var. *saccharata* Bailey เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว จัดอยู่ในวงศ์ Gramineae (Huelsen, 1954) มีถิ่นกำเนิดอยู่ในอเมริกาเหนือ และเชื่อกันว่ากลายพันธุ์จากข้าวโพดไร่ การที่จะปลูกข้าวโพดหวานให้ได้ผลผลิตสูงและคุณภาพดีนั้น จะต้องมียุปัจจัยต่าง ๆ มาประกอบกัน เช่น พันธุ์ ปริมาณน้ำที่ให้แก่ต้นข้าวโพด ความอุดมสมบูรณ์ของดิน จำนวนต้นต่อไร่ที่เหมาะสม เป็นต้น

เมล็ดข้าวโพดหวานโดยสภาพทั่วไปจะมีความงอก (germination) และความแข็งแรงของเมล็ดพันธุ์ (seed vigor) ต่ำกว่าเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดไร่และข้าวโพดชนิดอื่น ๆ มาก เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานมีการนำเข้ามาในประเทศไทยเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2491 โดยคุณหลวงสุวรรณวาจกกสิกิจ นำพันธุ์ Golden bantam เข้ามา (ราเชนทร์, 2539) ส่วนประวัติการพัฒนาพันธุ์ข้าวโพดหวานในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2510 โดย ดร.เจมส์ แอล บรูเบเกอร์ (Jame L. Brewbaker) ได้นำพันธุ์ข้าวโพดหวานจำนวน 300 สายพันธุ์ จากมหาวิทยาลัยฮาวาย เพื่อนำมาปลูกทดสอบสายพันธุ์ที่ศูนย์วิจัยข้าวฟ่างแห่งชาติ (ราเชนทร์, 2539) ในปัจจุบันได้มีวิธีการแปรรูปข้าวโพดหวานในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การแปรรูปข้าวโพดหวานในรูปแบบครีม (cream style corn) แบบเมล็ด (whole kernel corn) และการส่งออกในรูปแบบการแช่แข็ง ได้แก่ แบบแช่แข็งทั้งฝัก (frozen corn on cob) แบบตัดเมล็ดแช่แข็ง (frozen kernel corn)

ข้าวโพดหวานที่นิยมปลูกกันในระยะแรก ๆ ของประเทศไทยเป็นข้าวโพดหวานปกติ (normal sweet corn) ที่มีเยื่อหุ้มเมล็ด ลักษณะเมล็ดนั้นจะเหี่ยวเล็กน้อย สีเหลืองค่อนข้างใส และแสงผ่านได้พอสมควร เมื่อปลูกและได้เวลาเก็บเกี่ยวจะต้องรีบนำฝักสดมาแช่แข็งหรือประกอบอาหารให้เร็วที่สุด มิฉะนั้นความหวานจะลดลง เพราะน้ำตาลในเมล็ดเปลี่ยนเป็นแป้งได้รวดเร็ว เนื่องจากว่าคุณภาพของข้าวโพดหวานเปลี่ยนเร็วมาก ในปัจจุบันจึงไม่ค่อยนิยมข้าวโพดหวานชนิดนี้ แต่ก็มีข้อดีอยู่บ้างคือ ปลูกง่าย ความงอกดี และเมื่อรับประทานแล้วจะมีรสหวานเล็กน้อย แต่จะรู้สึกนุ่ม และเนื้อข้าวโพดจะเป็นครีมมากกว่า ถ้าผู้ปลูกจงใจที่จะปลูกข้าวโพดหวานชนิดนี้ ควรเลือกเมล็ดข้าวโพดหวานที่เหี่ยวเล็กน้อย และเลือกพันธุ์ที่เมล็ดใส ๆ ก็จะได้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานที่ดีพอสมควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้าวโพดหวานชนิดหวานพิเศษ (super sweet corn) ข้าวโพดหวานชนิดนี้ค่อนข้างใหม่ คือมีผู้นำเข้ามาเผยแพร่ในเมืองไทยประมาณ 15 ปีที่ผ่านมา แต่ข้าวโพดหวานชนิดนี้ก็ได้รับความนิยมมาก ซึ่งที่มีขายอยู่ในท้องตลาดขณะนี้ประมาณร้อยละ 90 เป็นข้าวโพดหวานพิเศษ การที่ข้าวโพดหวานพิเศษได้รับความนิยมมากก็เพราะว่าข้าวโพดหวานชนิดนี้หวานกว่าข้าวโพดหวานธรรมดา และสามารถเก็บความหวานได้นานกว่าโดยไม่ต้องเก็บในตู้เย็น นอกจากนี้ข้าวโพดหวานพิเศษยังมีความกรอบมากกว่าอีกด้วย

พันธุ์ข้าวโพดหวาน

ประเภทของพันธุ์ข้าวโพดหวาน แบ่งตามวิธีการผสมเกสร ออกเป็น 2 วิธี คือ

1. พันธุ์ผสมเปิด

ข้าวโพดหวานพันธุ์ผสมเปิดนี้เป็นข้าวโพดที่ชาวไร่ทั่ว ๆ ไปรู้จักกันดี เพราะเป็นข้าวโพดหวานที่ปลูกกันมานาน โดยที่ชาวไร่เหล่านั้นอาจจะหาซื้อเมล็ดมา หรืออาจจะเก็บเมล็ดไว้เองก็ได้ พันธุ์ข้าวโพดหวานนี้ราคาถูกมาก อาจจะแค่ 13-20 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งใช้ปลูกได้เกือบไร่ แต่พันธุ์นี้มีข้อเสียหลายอย่าง เช่น ไม่สม่ำเสมอ คุณภาพไม่ดี ผลผลิตต่ำ ระบบรากไม่ดี ในประเทศที่มีการเกษตรเจริญแล้ว ชาวไร่จะไม่ปลูกข้าวโพดหวานประเภทพันธุ์ผสมเปิด เพราะมีปัญหาดังที่กล่าวมาแล้ว สำหรับในแง่ของผู้บริโภคแล้วคุณภาพก็เป็นปัญหามาก เพราะรสชาติของข้าวโพดหวานแต่ละฝักไม่สม่ำเสมอ ตัวอย่างข้าวโพดหวานพันธุ์ผสมเปิด เช่น พันธุ์ซูเปอร์สวีทดีเอ็มอาร์ ฮาวายเอียนซูการ์ ซูเปอร์อาร์โก เป็นต้น

2. พันธุ์ลูกผสม

ข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมเป็นสิ่งที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่ในสหรัฐอเมริกาปลูกข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมมานานกว่า 80 ปี และเรียกได้ว่าปัจจุบันนี้ ข้าวโพดหวานที่ปลูกในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น เป็นข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมร้อยละ 99 ของข้าวโพดหวานที่ปลูกทั้งหมด ข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมนี้มีหลายสิบพันธุ์ด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปลูกสามารถเลือกได้ โดยเลือกให้เหมาะสมกับสภาพของการเพาะปลูก สาเหตุที่ข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมได้รับความนิยมมากทั้ง ๆ ที่ชาวไร่ต้องซื้อเมล็ดในราคาแพง และต้องซื้อทุกครั้งก็เพราะข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมมีข้อดีหลายประการ เช่น ผลผลิตสูงกว่า คุณภาพดีและสม่ำเสมอ สามารถกำหนดวันเก็บเกี่ยวได้เกี่ยวได้แน่นอน และนอกจากนั้นข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมยังมีลักษณะเด่นอีกหลายประการ เช่น ความงอกดี ลำต้นแข็งแรง ต้านทานโรคได้ดี เป็นต้น ตัวอย่างข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมได้แก่

พันธุ์ลูกผสม 27127, หวาน 11, สวีท 50, สวีท 45, ยันนียีน, เอ ที เอส 1 และเอ ที เอส 2 เป็นต้น ประเภทของพันธุ์และพันธุ์ข้าวโพดหวานในตลาดปัจจุบัน สรุปได้ดัง ตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประเภทของพันธุ์และพันธุ์ข้าวโพดหวานในตลาดปัจจุบัน

แหล่งผลิตพันธุ์	พันธุ์ผสมเปิด	พันธุ์ลูกผสม
ภาครัฐบาล		
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ซูเปอร์สวีท DRM # 1	อินทรี-1
กรมวิชาการเกษตร	ซูเปอร์สวีท DRM # 1	
กรมส่งเสริมการเกษตร	ซูเปอร์สวีท DRM # 1	
ภาคเอกชน		ซูการ์-73
ซีบา-โกโก้		Hibrix-5
แปซิฟิกเมล็ดพันธุ์		หวาน-16
ไฟโอเนียร์		ATS-1, ATS-2
ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน		สวีท-50, สวีท-51
สวีทซีดส์		หวานสลัปส์ ¹ -48
		หวานสลัปส์ ¹ -50
		ฯลฯ
อื่น ๆ	ซูเปอร์อาร์โก (มีหลายตรา)	มีหลายบริษัทนำเข้า

หมายเหตุ ¹ หวานสลัปส์ คือ ข้าวโพด bi-color มีเมล็ดสีเหลือง ร้อยละ 75 และสีขาว ร้อยละ 25 อยู่ในฝักเดียวกัน

ที่มา: (ทวีศักดิ์, 2540)

การปลูกข้าวโพดหวาน

1. การคัดเลือกพื้นที่เพาะปลูก การคัดเลือกพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวานเพื่อส่งโรงงานอุตสาหกรรมนั้นควรเป็นพื้นที่ที่สามารถให้น้ำแก่แปลงปลูกได้และดินมีการระบายน้ำได้ดี มีความลาดชันเล็กน้อยเพื่อป้องกันปัญหาน้ำแช่ขัง ซึ่งจะมีผลกระทบต่อการงอกและผลผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ปลูกไม่ควรอยู่ไกลจากโรงงานมากกว่า 150 กิโลเมตร เพราะการขนส่งจะเสียเวลามาก และเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง รวมทั้งจะทำให้มีปัญหาต่อคุณภาพของข้าวโพดหวานเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูร้อน

2. การเตรียมแปลงปลูก แปลงปลูกข้าวโพดหวานจะต้องมีการเตรียมแปลงอย่างประณีต สภาพพื้นที่ที่เป็นท้องนาต้องถูกไถพรวนและย่อยดิน โดยเฉพาะพื้นที่ปลูกเป็นดินเหนียว ต้องใช้ปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยคอก ปรับปรุงสภาพดินสูงถึง 7 ต้นต่อไร่ สำหรับปีที่เริ่มปลูก สำหรับแปลงปลูกที่เป็นดินร่วนหรือดินปนทรายใช้ปุ๋ยคอกเพียง 1-2 ต้นต่อไร่ ใช้ไถซักร่องหรือแถวปลูกมีระยะห่างระหว่างแถว 75 เซนติเมตร ระยะระหว่างหลุม 50 เซนติเมตร

ลักษณะผังของการจัดระยะปลูกข้าวโพดหวานในแปลงบรื่องปลูก แบ่งเป็น 2 แถวคู่ แต่ละแถวห่างกัน 75 เซนติเมตร ระยะระหว่างหลุมปลูกห่าง 50 เซนติเมตร ถ้าใช้จอบตีหลุมปลูก ความลึกของหลุม 1 หน้าจอบ หรือประมาณ 18-20 เซนติเมตร ในหลุมปลูกแต่ละหลุมรองกันหลุมด้วยปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 หลุมละ 2 ฝ้าน้ำอัดลม (น้ำหนัก 6 กรัม) เมื่อดำเนินพื้นที่ปลูกต่อ 1 ไร่ ต้องใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 จำนวน 50 กิโลกรัม สำหรับรองกันหลุม

3. อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ 1-1.5 กิโลกรัมต่อไร่

4. การเลือกเมล็ดพันธุ์ที่นำมาปลูก จะต้องมีการคัดเลือกความงอกดี โดยเฉพาะพระราชบัญญัติพันธุ์พืชปี 2535 กำหนดความงอกเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ดังนั้นเมื่อซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานก่อนปลูกควรแบ่งมาทดสอบความงอกก่อนนำมาปลูกในแปลง เพื่อป้องกันการปลูกซ่อมในภายหลัง เพราะจะทำให้ข้าวโพดหวานเจริญเติบโตและแก่ไม่พร้อมกัน

5. เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวาน โดยปกติสามารถมีอายุอยู่ได้ประมาณ 1 ปี และเมื่อนำไปปลูกในสภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิสูงไม่เกิน 39 องศาเซลเซียส หรือไม่ต่ำกว่า 15.5 องศาเซลเซียส จะสามารถงอกได้ดี

ราเซนทร์ ภิรพร (2539) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของข้าวโพดหวานพันธุ์ดีสำหรับการผลิตเป็นเมล็ด (grain) ควรมีลักษณะที่ติดดังต่อไปนี้

5.1 ให้ผลผลิตสูง อาจจำเพาะสภาพพื้นที่ปลูก (local specific) หรืออาจจะมีเสถียรภาพสำหรับทุกพื้นที่ปลูก (stabilized location)

5.2 มีลักษณะทางสัณฐาน (morphology) ดี เช่น ลักษณะทรงต้นเตี้ยตำแหน่งฝักต่ำ หักล้มน้อย ใบตั้งรับแสง ระบบรากแข็งแรง ขนาดช่อดอกตัวผู้เล็ก เป็นต้น

5.3 มีลักษณะทางการเกษตรดี ได้แก่ ฝักใหญ่ ชั่งเล็ก น้ำหนักเมล็ดมาก กาบหุ้มปลาย ฝักมิดและคงความสด (stay green) ของลำต้นในระยะแก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 ทนทานต่อสภาพแห้งแล้ง มีความคล่องจอง (synchronization) ของการออกดอกตัวผู้และการออกไหม และมีการฟื้นตัว (recover) ได้เร็วเมื่อได้รับน้ำเพิ่มขึ้นหลังจากสภาพแห้งแล้ง

5.5 ทนต่อการใช้อัตราปลูกสูง ตอบสนองต่อการใช้ปุ๋ย และทนทานต่อสภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดินต่ำ

5.6 ต้านทานต่อ biotic stress ต่าง ๆ ได้แก่ โรค และแมลงศัตรู

5.7 มีอายุการเก็บเกี่ยวพอเหมาะแก่กับระบบการปลูกพืช

6. การหยอดเมล็ดพันธุ์ หยอดเมล็ดพันธุ์หลุมละ 1-2 เมล็ด ให้ใช้ดินกลบหนาไม่เกิน 2 เซนติเมตร ในเขตรายปีที่ใช้เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด ควรหยอดเมล็ดระยะห่างระหว่างหลุมเท่ากับ 50 เซนติเมตร และเขี่ยดินด้านข้างแถวกลบทับทุกเมล็ด

7. การรดน้ำ เมื่อปลูกข้าวโพดหวานเสร็จแล้วรีบรดน้ำให้ชุ่ม โดยปล่อยให้ น้ำไหลอาบไปตามร่องน้ำ (แบบ flooding) หรือใช้สายยางฉีดพ่นน้ำให้ชื้นทั่วทั้งแปลง หลังจากนั้นควรให้น้ำทุก ๆ 3-4 วันต่อครั้ง จนกว่าจะเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จสิ้น ข้าวโพดหวานจะมีเมล็ดเต่ง สมบูรณ์และมีคุณภาพที่ดี ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญประการหนึ่งก็คือความสม่ำเสมอในการให้น้ำกับข้าวโพดหวานตั้งแต่มีการเจริญเติบโตจกระทั่งเมล็ดติดฝัก

8. การใส่ปุ๋ยเร่งการเจริญเติบโต ให้ใส่ปุ๋ยแอมโมเนีย (สูตร 21-0-0) หรือปุ๋ยยูเรีย (สูตร 46-0-0) ในหลุมปลูกบริเวณใกล้โคนต้น โดยโรยบนผิวดินในอัตราหลุมละ 6 กรัม (2 ฝาน้ำอัดลม) หรือคิดต่อไร่ ให้ปุ๋ยในอัตรา 50 กิโลกรัม เมื่อข้าวโพดอายุ 20-25 วัน และเป็นการใส่ปุ๋ยครั้งสุดท้าย

9. การป้องกันโรคแมลงและศัตรูข้าวโพดหวาน ในการผลิตข้าวโพดเป็นแปลงใหญ่ จะพบว่าข้าวโพดมีศัตรูจำพวกโรคแมลง และสัตว์บางชนิดที่ระบาดทำลายข้าวโพดหวาน จนมีผลกระทบต่อ การเจริญเติบโต และการให้ผลผลิตมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความรุนแรงของการระบาด และพันธุกรรมของข้าวโพดหวานที่จะต้านทานหรืออ่อนแอต่อศัตรู รวมทั้งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ในช่วงของการเจริญเติบโตของข้าวโพด โรคที่สำคัญของข้าวโพดในประเทศไทย คือ โรคราน้ำค้าง (downy mildew) หรือโรคใบลาย โรคนี้สามารถป้องกันและกำจัดได้โดยการ ใช้สารเคมีคลุกเมล็ด และที่ดีที่สุดคือการสร้างพันธุ์ให้ต้านทาน โดยให้ข้าวโพดหวานมีพันธุกรรมที่ต้านทานต่อโรคหรือเรียกว่า downy mildew resistance: DMR การระบาดของแมลงศัตรูข้าวโพด ส่วนใหญ่เกิดจากแมลงพวกปากดูดและปากกัด ส่วนสัตว์ศัตรูที่สำคัญได้แก่ หนอนและนก เป็นต้น (ราเชนทร์, 2539)

10. การเก็บเกี่ยวข้าวโพดหวาน ช่วงจังหวะเวลาการเก็บเกี่ยวข้าวโพดหวานนั้นสำคัญมากเพราะถ้าเก็บเกี่ยวเร็วไปข้าวโพดหวานก็จะไม่หวาน และถ้าเก็บเกี่ยวช้าไปข้าวโพดหวานก็จะแก่เกินไป ซึ่งความหวานก็จะลดน้อยลง และนอกจากนั้นข้าวโพดหวานยังเหนียวและแข็งอีกด้วย

ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวข้าวโพดหวานที่เหมาะสมนั้น โดยปกติจะเก็บเกี่ยวหลังจากที่ไหมออกมาแล้ว 18-21 วัน ดังนั้น ผู้ปลูกจึงต้องสังเกตดูว่าข้าวโพดที่ปลูกนั้นออกไหมวันใด ถ้าเป็นข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมก็จะดูง่าย เพราะพันธุ์ชนิดนี้จะออกดอกใกล้เคียงกัน คือจะออกพริบเต็มไปหมด ซึ่งสามารถนับวันเก็บได้เลย เช่น ออกไหมวันที่ 1 มกราคม ก็สามารถเก็บเกี่ยวได้ในระหว่างวันที่ 19-22 มกราคม

ในกรณีที่ปลูกข้าวโพดหวานพันธุ์ผสมเปิดก็จะมีปัญหาในตอนเก็บเกี่ยว เพราะข้าวโพดหวานพันธุ์ผสมเปิดจะออกดอกไม่พร้อมกัน อาจจะมีช่วงออกดอกถึง 1 อาทิตย์ การเก็บเกี่ยวจึงต้องดูแต่ละต้นไป โดยที่ดูว่าไหมดำเข้มหรือยัง และถ้าจะให้แน่ใจก็ต้องปอกเปลือกดูว่าเมล็ดตอนปลายฝักมีสีเหลืองหรือยัง ถ้าเมล็ดมีสีเหลืองก็เก็บได้ ถ้าสียังขาวอยู่ก็แสดงว่าอ่อนเกินไป และถ้ามีสีเหลืองเข้มก็แสดงว่าแก่จัดไป เมื่อเก็บข้าวโพดหวานแล้วควรนำมาบริโภคทันที หรือควรเตรียมบริโภคในวันนั้น แต่ถ้าข้าวโพดหวานชนิดพิเศษแล้วอาจเก็บไว้ในสภาพธรรมดาได้ 1-2 วัน โดยที่ไม่เสียรสชาติเท่าใดนัก

ผลผลิตข้าวโพดหวาน

วัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานก็คือ ข้าวโพดหวานฝักสดในประเทศไทยมีการเพาะปลูกข้าวโพดหวานเกือบทุกจังหวัด โดยมีพื้นที่เพาะปลูกและแหล่งผลิตดังนี้

ในปีการเพาะปลูก 2538 มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 172,526 ไร่ ผลผลิต 362,342 ตัน เทียบกับปีในการเพาะปลูก 2547 ซึ่งมีพื้นที่เก็บเกี่ยว 155,733 ไร่ ผลผลิต 256,754 ตัน พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตที่ลดลงซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการผลิต (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวานจำแนกเป็นรายปี พ.ศ. 2538-พ.ศ. 2547

ปี พ.ศ.	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก.ต่อไร่)
2538	172,526	362,342	2,100
2539	257,737	327,672	1,273
2540	183,033	329,520	1,800
2541	145,232	276,570	1,904
2542	153,688	302,292	1,967
2543	136,333	249,404	1,829
2544	190,099	346,349	1,821
2545	199,348	352,602	1,768
2546	165,089	285,956	1,710
2547	155,733	256,754	1,648

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

แหล่งผลิต

แหล่งเพาะปลูกข้าวโพดหวานที่สำคัญในปีการเพาะปลูก 2547 คือ ภาคตะวันตกซึ่งสามารถผลิตข้าวโพดหวานคิดเป็นจำนวน 110,042 ตัน ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคเหนือสามารถผลิตข้าวโพดหวานคิดเป็นจำนวน 50,195 ตัน ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถผลิตข้าวโพดหวานคิดเป็นจำนวน 42,002 ตัน ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ จังหวัดที่มีการเพาะปลูกมาก ได้แก่ กาญจนบุรี เพชรบุรี ราชบุรี นครราชสีมาหนองคาย ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น สระแก้ว นครสวรรค์ สุโขทัยและพิษณุโลก (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานรายภาค ปี พ.ศ. 2547

ระดับข้อมูล (ภาค)	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัมต่อไร่)
ภาคเหนือ	35,362	28,185	50,195	1,780
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	25,835	21,703	42,002	1,935
ภาคกลาง	18,719	18,660	21,127	1,132
ภาคตะวันออก	5,517	4,024	7,761	1,928
ภาคตะวันตก	73,127	68,861	110,042	1,598
ภาคใต้	15,528	14,300	25,625	1,791
รวมทั้งสิ้น	174,088	155,733	256,625	1,648

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

การปลูกข้าวโพดหวานเชิงการค้า

การปลูกข้าวโพดหวานเชิงการค้าสามารถมุ่งไปที่ตลาด 2 ประเภทด้วยกัน คือ ตลาด ผักสดและตลาดอุตสาหกรรม ซึ่งแตกต่างกันอยู่เล็กน้อยคือการปลูกข้าวโพดหวานเป็นการค้าจำเป็นต้องมุ่งคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (ทวีศักดิ์, 2540)

1. แหล่งรับซื้อ
2. รายได้เมื่อเทียบกับพืชอื่น ๆ
3. ต้นทุนและกำไรของการปลูกข้าวโพดหวาน

ในการปลูกข้าวโพดหวานเป็นการค้า จำเป็นต้องศึกษาผลกำไรของการประกอบการจากการสัมภาษณ์ชาวไร่ผู้ร่วมโครงการปลูกข้าวโพดหวานหลายสิบรายในจังหวัดกาญจนบุรี เห็นได้ว่าผลกำไรตอบแทนจากการปลูกข้าวโพดหวานนั้นถ้าเลือกใช้พันธุ์ถูกต้องแล้วจะสูงพอสมควร ได้ให้ข้อมูลรายละเอียดไว้ในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ต้นทุนและกำไรของการปลูกข้าวโพดหวานพันธุ์ต่าง ๆ (บาทต่อไร่)

รายการต้นทุน	เอทีเอส-1	สวีท-50	ซูเปอร์อาร์โก้
เงินสด	1,814	1,522	1,535
ไม่เป็นตัวเงิน	1,963	1,101	1,155
รวมต้นทุน	3,777	2,623	2,690
ผลผลิต (กก.ต่อไร่)	1,485	1,300	906
ราคาขาย (บาทต่อกก.)	2.50	2.50	2.50
รายได้	3,712.50	3,250	2,265
กำไร (ขาดทุน)	(64.50)	627	(425)

ที่มา: (ทวีศักดิ์, 2540)

และในกรณีที่ผู้ปลูกเพื่อขายฝักข้าวโพดหวานเข้าโรงงานก็จะได้รับผลกำไรที่เพิ่มขึ้นแต่การปลูกเพื่อการขายฝักสดก็มีปัญหาตรงที่ว่าตลาดและราคาไม่แน่นอน (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ผลตอบแทนการปลูกข้าวโพดหวานเทียบกับพืชชนิดอื่น ๆ

พืช	ผลผลิตที่ดีที่สุด (กิโลกรัมต่อไร่)	ราคา (บาท)	รายได้ (บาทต่อไร่)
นาข้าว	1,000	3.00	3,000
ข้าวโพดไร่	1,500	2.50	3,750
ข้าวโพดฝักอ่อน	1,500	2.50	3,750
ข้าวโพดหวาน			
- ฝักสด พันธุ์ซูเปอร์	5,000	0.80-1.20	4,000-6,000
- โรงงาน พันธุ์เอทีเอส	2,700	2.50	6,750

ที่มา: (ทวีศักดิ์, 2540)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะตลาดและคนกลางของตลาดสินค้าข้าวโพดหวาน

ตลาดข้าวโพดหวาน

เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวานจะขายผลผลิตข้าวโพดหวานไปยังตลาดสำคัญ 2 แห่ง คือ

1. ตลาดบริโภค ในตลาดบริโภคนี้เกษตรกรจะปลูกเพื่อขายเองในท้องถิ่นหรือขายให้กับพ่อค้าคนกลางนำไปขายในตลาดอื่น ๆ อีกต่อหนึ่ง ซึ่งในตลาดบริโภคนี้เกษตรกรมีความเสี่ยงกับการขึ้นลงของราคามาก เนื่องจากราคาข้าวโพดหวานจะขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตเข้าสู่ตลาด

2. ตลาดโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป เกษตรกรจำเป็นต้องรู้ว่าปลูกข้าวโพดหวานพันธุ์อะไร โรงงานจึงจะรับซื้อ และก่อนที่เกษตรกรจะตัดสินใจปลูกข้าวโพดหวานก็ต้องติดต่อโรงงานเรื่องการรับซื้อล่วงหน้าด้วย วิธีการตลาดข้าวโพดหวานในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 แสดงได้ในภาพที่ 4

วิธีการตลาดข้าวโพดหวานในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2540 ข้าวโพดหวานจากเกษตรกรที่ผลิตได้กว่าจะถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศที่อยู่ในรูปของข้าวโพดหวานสดและข้าวโพดหวานแปรรูปจะต้องผ่านผู้ค้าหลายประเภทดังนี้ (เฉลิมฉัตร, 2541)

1. เกษตรกรขายผลผลิตข้าวโพดหวานให้กับตัวแทน จากนั้นตัวแทนจะขายผลผลิตต่อไปให้กับโรงงานหรือผู้ค้าปลีก และผู้ค้าปลีกจะขายสินค้าต่อไปให้กับผู้บริโภค

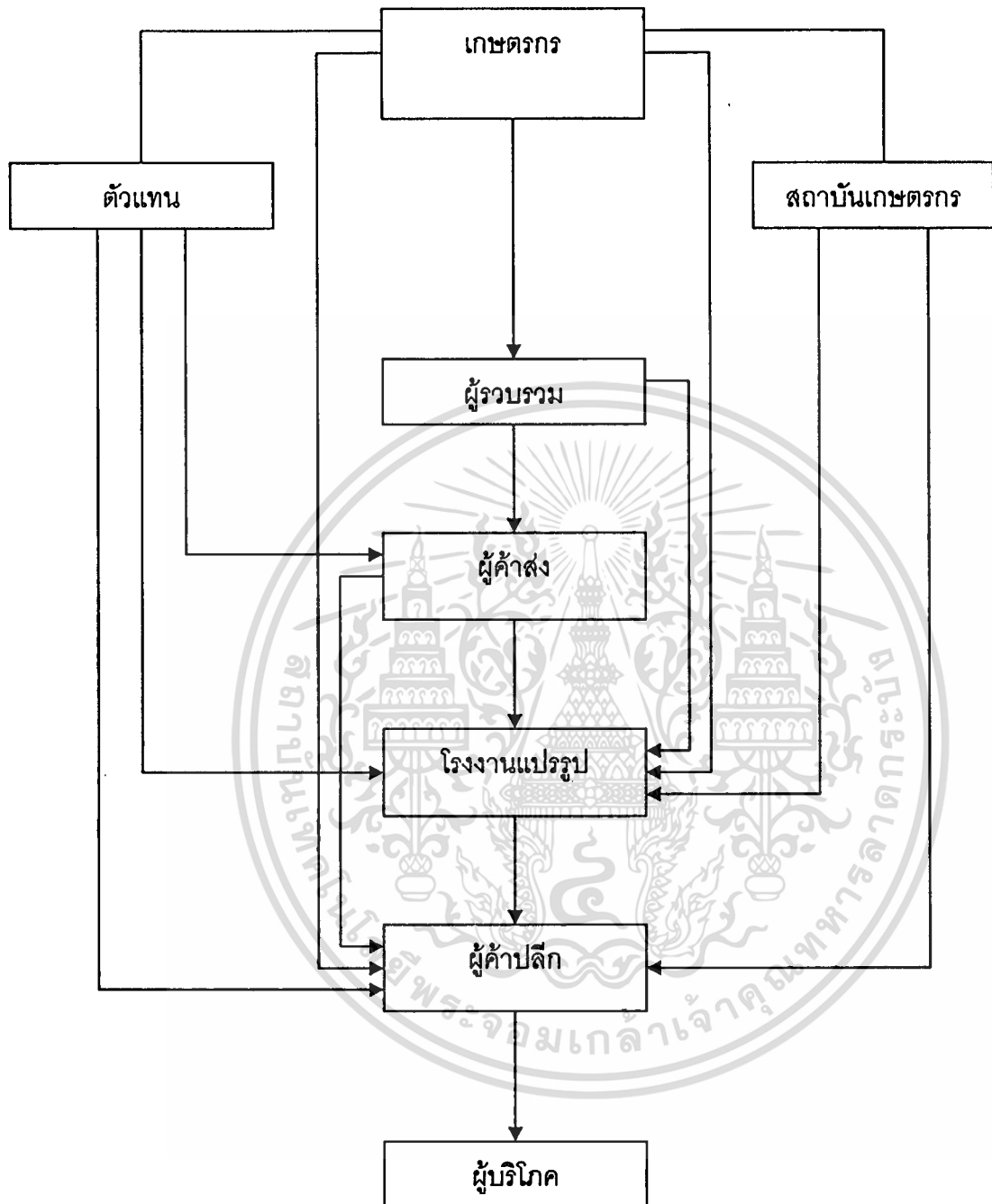
2. เกษตรกรขายผลผลิตข้าวโพดหวานให้ผู้ค้าปลีก แล้วผู้ค้าปลีกขายสินค้าต่อไปให้กับผู้บริโภค

3. เกษตรกรขายผลผลิตข้าวโพดหวานให้กับตัวแทน จากนั้นตัวแทนจะขายผลผลิตต่อไปให้กับผู้ค้าส่ง และผู้ค้าส่งจะขายสินค้าให้กับโรงงานแปรรูปหรือผู้ค้าปลีก จากนั้นผู้ค้าปลีกขายสินค้าต่อไปให้ผู้บริโภค

4. เกษตรกรขายผลผลิตข้าวโพดหวานให้กับโรงงานแปรรูปโดยตรง

4.1 เกษตรกรจะมีการเจรจาตกลงกับโรงงานแปรรูปกันในแบบข้อตกลงล่วงหน้า (contract farming)

5. เกษตรกรขายผลผลิตข้าวโพดหวานให้กับสถาบันเกษตรกร จากนั้นสถาบันเกษตรกรจะขายผลผลิตต่อไปให้กับโรงงานแปรรูปหรือผู้ค้าปลีก



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดข้าวโพดหวานในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540

ที่มา: (เฉลิมฉัตร, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดท้องถิ่นที่ท้องถิ่นข้าวโพดหวาน (local assembly sweet corn markets)

ตลาดท้องถิ่นที่ท้องถิ่นข้าวโพดหวาน เป็นตลาดที่อยู่ใกล้กับเกษตรกรมากที่สุด เกษตรกรสามารถขายข้าวโพดโดยตรงให้กับพ่อค้าประเภทต่าง ๆ ได้ ซึ่งก็จะมีทั้งการซื้อขายเงินสดและให้สินเชื่อล่วงหน้าแล้วชำระคืนในรูปแบบผลผลิต พ่อค้าหรือคนกลางเหล่านี้มักจะอาศัยอยู่ในตำบลหรือหมู่บ้านละแวกเดียวกัน ซึ่งคนกลางจะทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านปัจจัยการผลิตและเงินแก่เกษตรกรด้วย คนกลางในตลาดท้องถิ่นสามารถแยกได้ดังต่อไปนี้

1. พ่อค้ารวบรวมข้าวโพดหวานในท้องถิ่น (local assembly sweet corn merchants) ได้แก่ พ่อค้าที่ซื้อข้าวโพดหวานโดยตรงเพื่อนำไปส่งตลาดในระดับต่อไป ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้จะดำเนินการในบริเวณท้องถิ่นตน ซึ่งมีความคุ้นเคยและใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวานอยู่แล้ว พ่อค้าเหล่านี้นอกจากรับซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานถึงไร่เกษตรกรแล้วยังเป็นผู้ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรในการปลูกข้าวโพดหวานด้วย สินเชื่อที่จ่ายให้ก็มีทั้งเงินสดและปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย สารเคมี เป็นต้น

2. นายหน้าหรือตัวแทน (commission agents) คือ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของพ่อค้าคนกลางในตลาดกลางท้องถิ่นหรือตัวแทนของพ่อค้าคนกลางในตลาดปลายทางหรือโรงงานแปรรูปในการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานจากเกษตรกรรายย่อยในตลาดท้องถิ่น นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการควบคุมการจ่ายและการรับชำระเงินกู้และสินเชื่อจากเกษตรกรด้วย ซึ่งตัวแทนพวกนี้มักจะเป็นคนในท้องถิ่นที่มีอาชีพเป็นเกษตรกรด้วย ตัวแทนเหล่านี้จะทำการจัดหาเกษตรกรเพื่อดำเนินการผลิตข้าวโพดหวานตามคำสั่งของพ่อค้าคนกลางหรือโรงงานแปรรูปที่มอบหมายให้เป็นตัวแทนในราคาที่กำหนด โดยตัวแทนมักจะได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงินต่อน้ำหนัก เช่น โรงงานแปรรูปซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานทั้งฝักในราคาหน้าโรงงานจากนายหน้าหรือตัวแทน กิโลกรัมละ 3 บาท เกษตรกรจะได้รับเงินค่าผลผลิต กิโลกรัมละ 2.50 บาท ในขณะที่ตัวแทนจะมีรายได้ กิโลกรัมละ 50 สตางค์ โดยแบ่งเป็นค่าขนส่งประมาณ 30 สตางค์ และค่าจัดการ 20 สตางค์

3. พ่อค้าเร่หรือพ่อค้าจร (hawker merchants) คือ พ่อค้าที่ทำการรับซื้อหรือแลกเปลี่ยนสินค้าตามตลาดท้องถิ่นเป็นครั้งคราว โดยไม่มีภูมิฐานะหรือที่ตั้งทำการค้าที่แน่นอน พ่อค้าพวกนี้จะมีรถยนต์เป็นอุปกรณ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยการขับรถตระเวนไปตามแหล่งผลิตของสินค้าเกษตร และอาจจะซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานอย่างเดียวจากเกษตรกรหรือซื้อผลผลิตหลาย ๆ

ชนิดรวมมาในรถคันเดียว เช่น ในรถคันเดียวกันอาจจะมีทั้งข้าวโพดหวาน มะเขือ แตงกวา หรือผักชนิดอื่น ๆ รวมกันเพื่อนำไปขายส่งหรือขายปลีกในตลาดระดับต่อไป

4. สถาบันเกษตรกร (farmer institution) คือ องค์กรหรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้นโดยการรวมตัวของกลุ่มเกษตรกร เพื่อการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานจากสมาชิกในกลุ่ม เช่น กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวานอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการผลิตข้าวโพดหวานเพื่อส่งขายให้กับบริษัท นิธิเวนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีจุดมุ่งหมายในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อเพิ่มอำนาจผูกมัดในการรับซื้อผลผลิตและเพื่อตัดตอนของพ่อค้าคนกลางออกไป

5. โรงงานแปรรูปข้าวโพดหวานในท้องถิ่น (local sweet corn procession) หมายถึง โรงงานแปรรูปข้าวโพดหวานที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งแต่ละโรงงานจะมีวิธีการและขั้นตอนในการส่งเสริมการปลูกและรับซื้อผลผลิตด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

5.1 โรงงานแปรรูปส่งเสริมตรงสู่เกษตรกร (direct extension) วิธีนี้ทางโรงงานหรือบริษัทจะมีพนักงานส่งเสริมซึ่งทำหน้าที่ในการจัดหาเกษตรกรเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรรายนั้นปลูกข้าวโพดหวาน โดยจะมีการจ่ายปัจจัยการผลิตให้กับเกษตรกรก่อนในรูปของเมล็ดพันธุ์ และจะหักเงินค่าเมล็ดพันธุ์นี้ก่อนการชำระเงินค่าผลผลิตแก่เกษตรกร

5.2 โรงงานแปรรูปรับซื้อผลผลิตจากตัวแทนหรือนายหน้า (commission agents) วิธีนี้โรงงานหรือบริษัทจะมีกลุ่มตัวแทนที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าวโพดหวาน โดยทางโรงงานจะมีการตกลงล่วงหน้าก่อนปลูกกับตัวแทนในการกำหนดส่วนแบ่งในการผลิต (quota) และเมื่อปลูกแล้วทางตัวแทนก็จะเป็นผู้แจ้งจำนวนพื้นที่ปลูกและวันที่ปลูกให้กับโรงงาน โดยทางโรงงานจะคำนวณวันเก็บเกี่ยวและปริมาณผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อเตรียมแผนการผลิตของโรงงานต่อไป

5.3 โรงงานแปรรูปรับซื้อผลผลิตจากสถาบันเกษตรกร (farmer institution) วิธีนี้จะมีทั้งกลุ่มเกษตรกรที่จัดตั้งขึ้นก่อนและหลังการผลิตข้าวโพดหวาน เช่น กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวานอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งหลังการปลูกข้าวโพดหวาน ส่วนสหกรณ์หมู่บ้านครูจอมบึง จังหวัดราชบุรี เป็นกลุ่มที่มีมาก่อนและสนใจจึงทำการปลูกข้าวโพดหวานในภายหลัง แต่ละกลุ่มจะมีตัวแทนของกลุ่มเป็นผู้ประสานงานกับโรงงานในการวางแผนการผลิตและการประสานงานในกิจกรรมต่าง ๆ

ตลาดกลางท้องถิ่นข้าวโพดหวาน (central assembly sweet corn markets)

ตลาดกลางท้องถิ่นข้าวโพดหวานนี้ จะอยู่ห่างไกลจากเกษตรกรออกไป จำนวนผลผลิตข้าวโพดหวานที่รวบรวมเข้าสู่ตลาดมีปริมาณมากขึ้นและเริ่มมีการเพิ่มมูลค่าของสินค้าข้าวโพดหวานมากขึ้น เช่น การจัดชั้นคุณภาพของข้าวโพดหวานเป็นขนาดเบอร์ 1 ซึ่งจะมีจำนวน 2-3 ฟักต่อกิโลกรัม ตลาดกลางท้องถิ่นนี้แตกต่างจากตลาดท้องถิ่นที่เห็นได้ชัด คือ ปริมาณและชนิดของข้าวโพดหวานที่ทำการซื้อขายมีมากกว่า พร้อมทั้งพ่อค้าก็มีหลักแหล่งที่แน่นอนและสะดวกในการติดต่อ เช่น ตลาดไอบีเยน จังหวัดนครปฐม ตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นต้น ซึ่งคนกลางในตลาดกลางท้องถิ่นจะทำหน้าที่ทางการตลาดมากขึ้น กล่าวคือ จะเริ่มมีการจัดชั้นคุณภาพและทำการกระจายสินค้าข้าวโพดหวานสู่มือผู้บริโภคโดยผ่านตลาดขายปลีกต่อไป ซึ่งคนกลางในตลาดกลางท้องถิ่นสามารถแยกประเภทได้ดังต่อไปนี้

1. พ่อค้าขายส่งข้าวโพดหวานในตลาดกลางท้องถิ่น หรือพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวโพดหวานเพื่อส่งตลาดปลายทาง พ่อค้ากลุ่มนี้จะรับซื้อผลผลิตข้าวโพดหวานจากพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ ตัวแทน เกษตรกรรายใหญ่ พ่อค้าจร เป็นต้น พ่อค้าเหล่านี้บางรายจะมีสถานที่รับซื้อผลผลิตแน่นอน มีความชำนาญเกี่ยวกับการค้าขายข้าวโพดหวานดีและจะมีการแข่งขันกันในการซื้อขายมากขึ้น เช่น แผงข้าวโพดหวานตลาดไอบีเยน จังหวัดนครปฐม แผงข้าวโพดหวานตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี ตลาดข้าวโพดหวาน จังหวัดอ่างทอง เป็นต้น

2. พ่อค้าโรงงานแปรรูปข้าวโพดหวาน คือ กลุ่มนักธุรกิจหรือพ่อค้าที่ดำเนินกิจการในการแปรรูปข้าวโพดหวาน โดยมีโรงงานตั้งอยู่ในตลาดกลางท้องถิ่น โรงงานแปรรูปข้าวโพดหวานเหล่านี้จะมีวิธีการและขั้นตอนเช่นเดียวกับโรงงานแปรรูปข้าวโพดหวานในท้องถิ่น

3. สถาบันเกษตรกรและองค์กรของรัฐบาล หมายถึง สถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรซึ่งจะมีทั้งสถาบันเกษตรกรหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรร่วมมือกับบริษัท นิธิเวนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าของธนาคารฯ โดยลูกค้าเหล่านั้นจะต้องสมัครเข้าเป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรและการตลาดเพื่อลูกค้า ธกส. ในจังหวัดนั้น ๆ ซึ่งธนาคารฯ จะให้เงินกู้แก่เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดหวาน รายละ 60,000 บาท โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และไม่ต้องค้ำประกันกลุ่ม เสียดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 9 ต่อปี ผลผลิตข้าวโพดหวานที่ได้ บริษัท นิธิเวนเจอร์ฯ รับซื้อทั้งหมด

4. ตัวแทนในตลาดกลางท้องถิ่น เป็นบุคคลหรือพ่อค้าที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการรับซื้อข้าวโพดหวานในตลาดกลางท้องถิ่นให้แก่พ่อค้าในตลาดกลางปลายทาง โดยจะได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงินต่อปริมาณผลผลิตที่ได้ ตัวแทนเหล่านี้เกิดขึ้นเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่สะดวกในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การติดต่อโดยตรงระหว่างพ่อค้าในตลาดกลางปลายทางกับพ่อค้าในตลาดกลางท้องถิ่น แต่พบว่า ปัจจุบันตัวแทนเหล่านี้จะมีจำนวนลดลงเนื่องจากการติดต่อสื่อสารและการคมนาคมสะดวกกว่าเดิม

ตลาดกลางปลายทางข้าวโพดหวานหรือตลาดกลางขายส่งข้าวโพดหวาน (terminal markets of center wholesale sweet corn market)

ตลาดระดับนี้จะเป็นจุดหรือระดับสุดท้ายในการรวบรวมข้าวโพดหวาน ลักษณะของตลาดกลางปลายทางจะตั้งอยู่ ณ จุดที่มีความสะดวกทั้งในด้านการคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร เช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดมหานคร เป็นต้น โดยตลาดในระดับนี้จะมีกลไกต่าง ๆ ที่ซับซ้อนมากที่สุดเมื่อเทียบกับตลาดในระดับอื่น ๆ การกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับความต้องการซื้อ (demand) และปริมาณข้าวโพดหวานที่มีส่งเข้ามาขาย (supply) เป็นสำคัญ โดยจะมีคนกลางในตลาดนี้ที่สำคัญ ได้แก่

1. พ่อค้าขายส่งข้าวโพดหวานในตลาดกลางปลายทาง เป็นพ่อค้าที่ซื้อข้าวโพดหวานจากพ่อค้าในตลาดท้องถิ่นและตลาดกลางท้องถิ่น หรือพ่อค้าในตลาดกลางปลายทางโดยตรงหรือผ่านตัวแทน แล้วอาจจะมีการคัดขนาด จัดคุณภาพ และบรรจุพลาสติก เพื่อเตรียมการจัดจำหน่ายต่อไป เช่น แผงข้าวโพดหวานในตลาดมหานคร แผงข้าวโพดหวานในตลาดไท แผงข้าวโพดหวานในตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น

2. พ่อค้านายหน้าหรือตัวแทนในตลาดกลางปลายทางข้าวโพดหวาน เป็นพ่อค้าหรือบุคคลที่ทำหน้าที่ในการติดต่อซื้อขายระหว่างพ่อค้าในตลาดกลางปลายทาง หรือระหว่างพ่อค้าตลาดกลางปลายทางกับพ่อค้าในตลาดกลางท้องถิ่นและพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น โดยจะได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงินต่อปริมาณสินค้าข้าวโพดหวานที่ได้ เช่น นายหน้าหรือผู้เดินตลาดพ่อค้าหอยหรือร้านหอย จะดำเนินการติดต่อระหว่างตลาดระดับต่าง ๆ แทนพ่อค้าขายส่งได้เป็นอย่างดีจนบางรายสามารถดำเนินธุรกิจเป็นพ่อค้าขายส่งไปเลยก็ได้

3. พ่อค้าเก็งกำไรในตลาดกลางปลายทางข้าวโพดหวาน เป็นพ่อค้าหรือบุคคลที่ทำการซื้อขายโดยหวังกำไรจากกรขึ้นลงของราคาข้าวโพดหวานในตลาด เช่น เมื่อมีพ่อค้าขายเร็วหรือพ่อค้าจร (hawker merchants) ขนผลผลิตข้าวโพดหวานเข้าสู่ตลาดพ่อค้าเก็งกำไรก็จะตรวจสอบดูลักษณะของผลผลิตและรับซื้อไว้ในราคาที่เห็นว่าเมื่อนำไปขายต่อจะได้กำไร

ตลาดขายปลีกข้าวโพดหวาน (retail sweet corn markets)

ตลาดขายปลีกข้าวโพดหวาน เป็นตลาดที่มีการขายข้าวโพดหวานสู่มือผู้บริโภค หรือเป็นตลาดที่ใกล้กับผู้บริโภคมากที่สุด โดยตลาดขายปลีกจะอยู่ในตลาดระดับต่าง ๆ และมีคนกลางที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ผู้ค้าข้าวโพดหวานหาบเร่ หมายถึง ผู้ค้าข้าวโพดหวานที่รับซื้อข้าวโพดหวานจากพ่อค้าในตลาดระดับต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายในชุมชนหรือหาบเร่ขายตามท้องถนน ส่วนใหญ่จะเป็นข้าวโพดต้มหรือข้าวโพดปิ้ง

2. ผู้ค้าข้าวโพดหวานตามตลาดสด หมายถึง พ่อค้าที่ขายข้าวโพดหวานประจำอยู่ในตลาดต่าง ๆ โดยรับซื้อข้าวโพดหวานจากพ่อค้าขายส่งในตลาดระดับต่าง ๆ

3. ซูเปอร์มาร์เก็ต คือ ร้านค้าหรือตลาดที่มีการจัดสรรสินค้าแบบทันสมัย สะอาด และสะดวกสบายในการซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่จะอยู่ในย่านชุมชนหรือใกล้ศูนย์การค้าต่าง ๆ โดยมักพบว่าข้าวโพดหวานสดจะถูกบรรจุโพง วางขายอย่างแพร่หลายตามซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการขายโดยเพิ่มการมูลค่าและการแปรรูปข้าวโพดหวานมากขึ้น เช่น การเปิดชุมชนผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของ เทสโก้ โดยบริษัทนิธิเวเนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีผลิตภัณฑ์ของข้าวโพดหวานแปรรูปเป็นอาหาร ดังนี้ ข้าวโพดหวานผัดเนย ข้าวโพดหวานอบเนย ข้าวโพดหวานทอดเทสโก้ และข้าวโพดหวานเทสโก้คลุกมะพร้าว

ลักษณะของบริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานของประเทศไทย

1. บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย (trading firm)

บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นลักษณะธุรกิจส่งออกที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อจากต่างประเทศและผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งไม่มีโอกาสมาพบปะกัน บริษัทประเภทนี้จึงมีลักษณะพิเศษ คือ มีการให้บริการทั้งสองฝ่ายและรับผลประโยชน์ในรูปของค่านายหน้า (brokerage) หรือคอมมิสชั่น (commission) โดยบริษัทประเภทนี้ไม่มีโรงงานของตัวเอง

2. บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกตั้งสำนักงานซื้อสินค้าเอง (buying)

บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกตั้งสำนักงานซื้อสินค้าเอง (buying)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นลักษณะธุรกิจส่งออกที่แคบเข้ามาโดยที่มีบริษัทต่างประเทศในฐานะผู้ซื้อเข้ามาตั้งสำนักงานซื้อสินค้าเอง หรืออาจแต่งตั้งบริษัทในประเทศไทยเพื่อทำหน้าที่ซื้อและจัดหาสินค้าแทนตน ลักษณะของการทำงานจะคล้ายคลึงกับบริษัทประเภทบริษัทส่งออกติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่ายมาก เพียงแต่จำกัดการซื้อสินค้าอยู่เฉพาะประเภทที่ถูกกำหนดมาโดยสำนักงานใหญ่ต่างประเทศเท่านั้น บริษัทประเภทนี้ไม่มีโรงงานเป็นของตนเอง

3. บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกที่มีโรงงานเป็นของตนเอง (manufacturing exporter)

บริษัทส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานประเภทบริษัทส่งออกที่มีโรงงานเป็นของตนเอง เป็นบริษัทที่มีโรงงานของตนเองและทำการส่งออกสินค้าของตนเองด้วย อย่างไรก็ตามก็มีหลายโรงงานที่จะมอบหมายภาระการจัดตลาดต่างประเทศให้กับบริษัทประเภทบริษัทส่งออกติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่ายไปด้วย เนื่องจากความที่มีโรงงานเป็นของตนเอง บริษัทประเภทนี้จึงมีความยืดหยุ่นได้สูงกว่าในด้านการทำงาน การตีราคา การรับหรือไม่รับคำสั่งซื้อ เป็นต้น อย่างไรก็ตามโรงงานเหล่านี้มักจะเป็นลักษณะรับจ้างผลิต หรือผลิตตามคำสั่งและความต้องการของสำนักงานต่างประเทศ จะมีอยู่ส่วนน้อยเท่านั้นที่ผลิตสินค้าภายใต้แบบคุณภาพและเครื่องหมายการค้าของตนเองเพื่อการส่งออก

คนกลางสำหรับการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวาน

1. คนกลางในประเทศที่ทำหน้าที่ส่งออกสินค้า

1.1 พ่อค้าส่งออกสินค้าข้าวโพดหวาน (export merchant) จะเป็นผู้รับซื้อสินค้าข้าวโพดหวานจากบริษัทผู้ผลิต โดยจะใช้เงินทุนของตนเองและเพื่อส่งไปขายให้กับลูกค้าในต่างประเทศ พ่อค้าส่งออกมีอิสระขายสินค้าข้าวโพดหวานที่ซื้อมาให้กับลูกค้าในการตั้งราคาและเงื่อนไขในการขาย รวมทั้งพิจารณาให้เครดิตแก่ลูกค้า ตลอดจนการทำการส่งเสริมการขายสินค้าของตน โดยได้รับกำไรจากการดำเนินการเป็นการตอบแทน และในบางโอกาสจะมีส่วนช่วยเหลือบริษัทผู้ผลิตในด้านการเงินและการผลิตต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศ

1.2 ตัวแทน (agents) ประกอบด้วย

1.2.1 บริษัทรับจัดการเกี่ยวกับการส่งออก (export management company หรือ EMC) ทำหน้าที่เสมือนเป็นแผนกส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าข้าวโพดหวาน โดยบริษัทผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องจัดตั้งฝ่ายหรือแผนกส่งออกของตนเอง แต่จะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มอบหมายให้บริษัทดังกล่าวรับผิดชอบหน้าที่หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแทนทั้งหมดโดยจะกระทำในนามของบริษัทผู้ผลิต แต่บริษัทผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดนโยบายราคาสินค้าที่จะขายเงื่อนไขในการขาย นโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย งบประมาณและอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำตามข้อเสนอแนะของบริษัทบริหารจัดการการส่งออกดังกล่าว โดยบริษัทบริหารจัดการการส่งออกจะได้รับค่าคอมมิสชันเป็นการตอบแทน

1.2.2 ตัวแทนส่งออก (export agent) คือหน่วยธุรกิจหรือบุคคลที่รับหน้าที่ในการขายสินค้าข้าวโพดหวานของบริษัทผู้ผลิตให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ โดยมักเดินทางไปตลาดต่างประเทศเพื่อติดต่อขายสินค้าให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าข้าวโพดหวาน โดยได้รับค่าคอมมิสชันเป็นการตอบแทน โดยตัวแทนมิได้เป็นเจ้าของสินค้าที่ขายแต่อย่างไรและไม่มีสินค้าไว้ในครอบครองเลย

1.2.3 นายหน้าส่งออก (export broker) เป็นผู้ทำหน้าที่จัดการให้ผู้ผลิตสินค้าข้าวโพดหวาน ซึ่งเป็นผู้ขายในประเทศได้พบกับลูกค้าหรือผู้ซื้อจากต่างประเทศ เพื่อเจรจาตกลงซื้อขายสินค้าข้าวโพดหวาน โดยได้รับค่านายหน้า (brokerage) เป็นการตอบแทน

1.2.4 ตัวแทนจัดซื้อสินค้าให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ จะทำหน้าที่ติดต่อซื้อสินค้าข้าวโพดหวานให้กับผู้ซื้อที่อยู่ในต่างประเทศ โดยจะมีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศผู้ผลิตหรือผู้ส่งออก

2. คนกลางที่อยู่ในประเทศลูกค้าหรือประเทศผู้นำเข้าสินค้า

2.1 พ่อค้านำเข้า (import merchant) จะเป็นผู้รับซื้อสินค้าข้าวโพดหวานจากบริษัทผู้ผลิต โดยใช้เงินทุนของตนเองและนำเข้าสินค้าไปขายให้กับลูกค้าในประเทศของตน พ่อค้านำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานกลุ่มนี้จะมีอิสระในการขายสินค้าที่ตนซื้อมาให้กับลูกค้าในประเทศทั้งในด้านการตั้งราคาและเงื่อนไขในการขาย การให้เครดิตแก่ลูกค้า ตลอดจนการทำการส่งเสริมการขายสินค้าของตน โดยได้รับกำไรจากการดำเนินการเป็นการตอบแทน

2.2 ตัวแทน (agents) ประกอบด้วย

2.2.1 ตัวแทนนำเข้า (import agent) ทำหน้าที่ในลักษณะเดียวกับตัวแทนส่งออก (export agent) และได้รับค่าตอบแทนเป็นคอมมิสชันเช่นเดียวกัน ต่างกันที่ตัวแทนนำเข้าจะมีที่อยู่หรือสำนักงานในประเทศผู้ซื้อสินค้าข้าวโพดหวาน

2.2.2 ตัวแทนจำหน่าย (distributor) คือ หน่วยธุรกิจซึ่งซื้อสินค้าข้าวโพดหวานจากผู้ผลิตสินค้าข้าวโพดหวานมาเก็บรักษาไว้ และขายให้กับลูกค้าหรือผู้ซื้อในราคาที่บวกกำไรส่วนหนึ่ง ซึ่งในทางปฏิบัติผู้ผลิตจะกำหนดราคาให้ตัวแทนจำหน่ายขายให้กับผู้ซื้อว่า

จะต้องไม่เกินราคาใดราคาหนึ่ง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนผลประโยชน์ของผู้ผลิตในตลาดในประเทศของตัวแทน มีการช่วยบริการหลังการขายแก่ลูกค้า และการส่งข้อมูลต่างๆ ให้กับผู้ผลิต โดยตัวแทนจำหน่ายกลุ่มนี้อาจเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวของผู้ผลิตก็ได้

การแปรรูปข้าวโพดหวาน

โรงงานแปรรูปข้าวโพดหวานส่วนมากเป็นโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์หลายชนิด คือ ไม่ใช่โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานอย่างเดียว แต่จะมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดฝักอ่อน มะม่วง เห็ดต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (เช่น ลำไย ลิ้นจี่ หน่อไม้ฝรั่ง ฯลฯ) เป็นต้น โดยเฉลี่ยทุกโรงงานตามปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโรงงานต่างไม่เกิน 1 ใน 5 ของผลิตภัณฑ์ทุกอย่างรวมกัน ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโรงงานต่าง ๆ ประมาณ 5-10 ปี ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูป (กระป๋อง) ได้แก่ ข้าวโพดหวานชนิดครีม เมล็ดข้าวโพดหวานในน้ำเกลือ (และน้ำเชื่อม)

ในปี พ.ศ. 2538 โรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตข้าวโพดหวานกระป๋องในประเทศไทยมีประมาณ 10 โรง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลาง (ใช้เงินลงทุนประมาณ 10-100 ล้านบาทและการจ้างแรงงานระหว่าง 50-200 คน) การกระจายตัวของโรงงานตามพื้นที่ส่วนมากกระจายตัวอยู่ตามเมืองใหญ่ ๆ หรือเมืองที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ดี เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ตลอดจนการคมนาคมขนส่งที่ได้เปรียบกว่า ในช่วงฤดูการผลิตของเกษตรกร (เดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน) จะมีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการรับซื้อข้าวโพดหวาน โรงงานละ 20,000 ถึง 100,000 บาทต่อวัน (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540)

จากตารางที่ 11 ในปี พ.ศ. 2543 กรมส่งเสริมการเกษตรมีรายงานความต้องการวัตถุดิบข้าวโพดหวานของโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย จำนวน 18 โรงงาน ปริมาณความต้องการโดยรวมทั้งสิ้น 218,087 ตันต่อปี

กรรมวิธีการผลิตข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง

สัดส่วนการแปรรูปข้าวโพดหวานเป็นข้าวโพดหวานกระป๋อง โดยทั่วไปข้าวโพดหวานทั้งเปลือกหนัก 100 กิโลกรัม เมื่อแปรรูปเป็นเมล็ดจะได้น้ำหนัก 30 กิโลกรัม พันธุ์ข้าวโพดหวานที่ใช้ในการแปรรูปข้าวโพดหวานกระป๋อง ได้แก่ ข้าวโพดหวานพันธุ์ซูเปอร์สวีท พันธุ์ไพโอเนียร์และพันธุ์เอทีเอส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้ประโยชน์จากข้าวโพดหวานในขบวนการแปรรูปข้าวโพดหวานกระป๋อง ขบวนการผลิต ข้าวโพดหวานเมล็ดบรรจุกระป๋อง และขบวนการผลิตครีมข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ดังแสดงใน ภาพที่ 5 ภาพที่ 6 และภาพที่ 7 ตามลำดับ

ชนิดของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูป

ชนิดของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูป แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้าวโพดหวานแช่แข็ง
2. ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง แบ่งย่อยได้เป็น 3 ประเภท
 - 2.1 ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือ
 - 2.2 ครีมข้าวโพดหวาน
 - 2.3 ซุปข้าวโพด

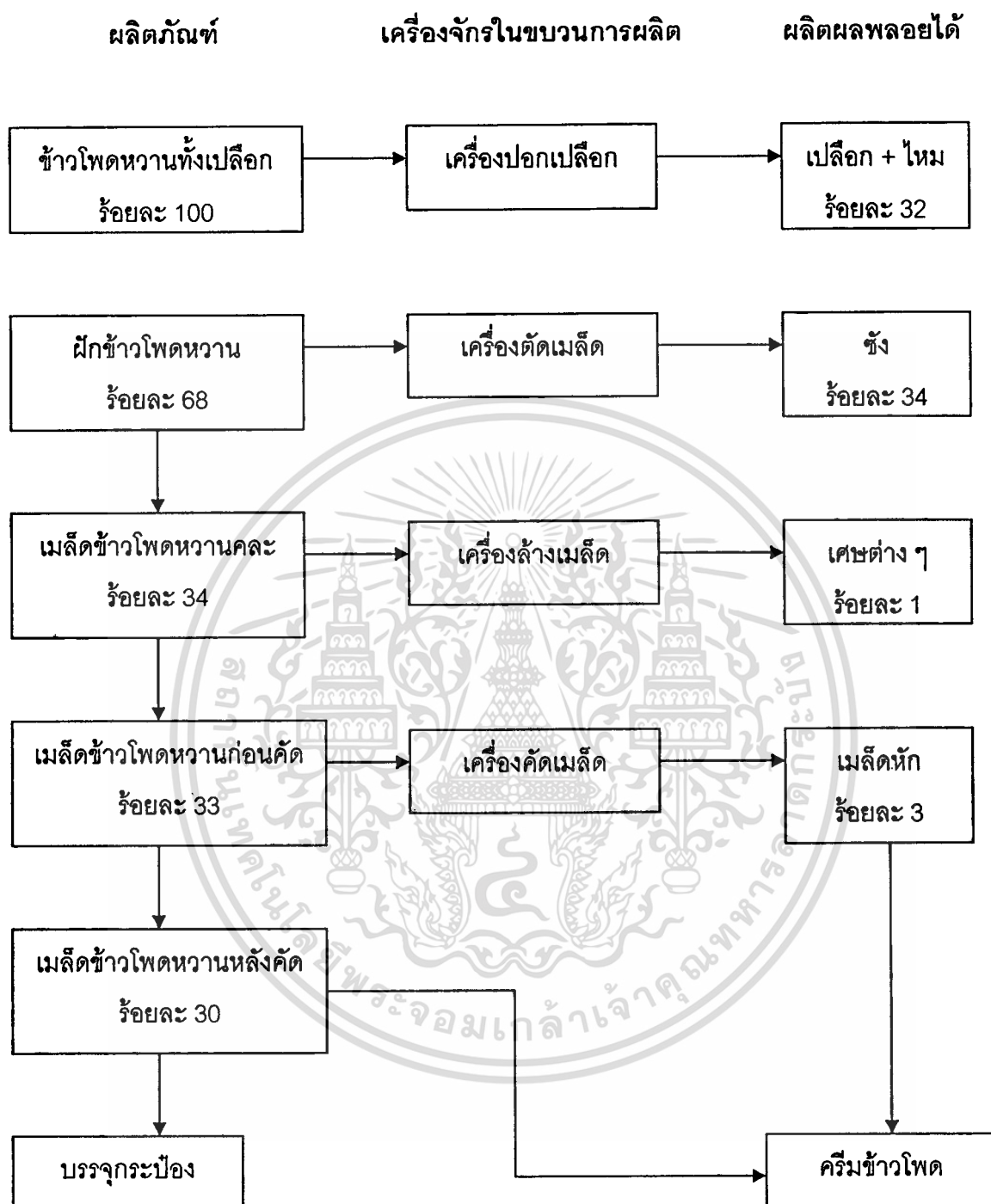
ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องทั้ง 3 ชนิดดังกล่าวจะมีการบรรจุกระป๋องขนาดต่าง ๆ ดังนี้ ขนาด 11 ออนซ์ 12 ออนซ์ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ 75 ออนซ์ และ 85 ออนซ์ ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานที่ผู้ผลิตทุกประเทศทั่วโลกผลิตกันอยู่ในปัจจุบัน

ปริมาณการผลิต

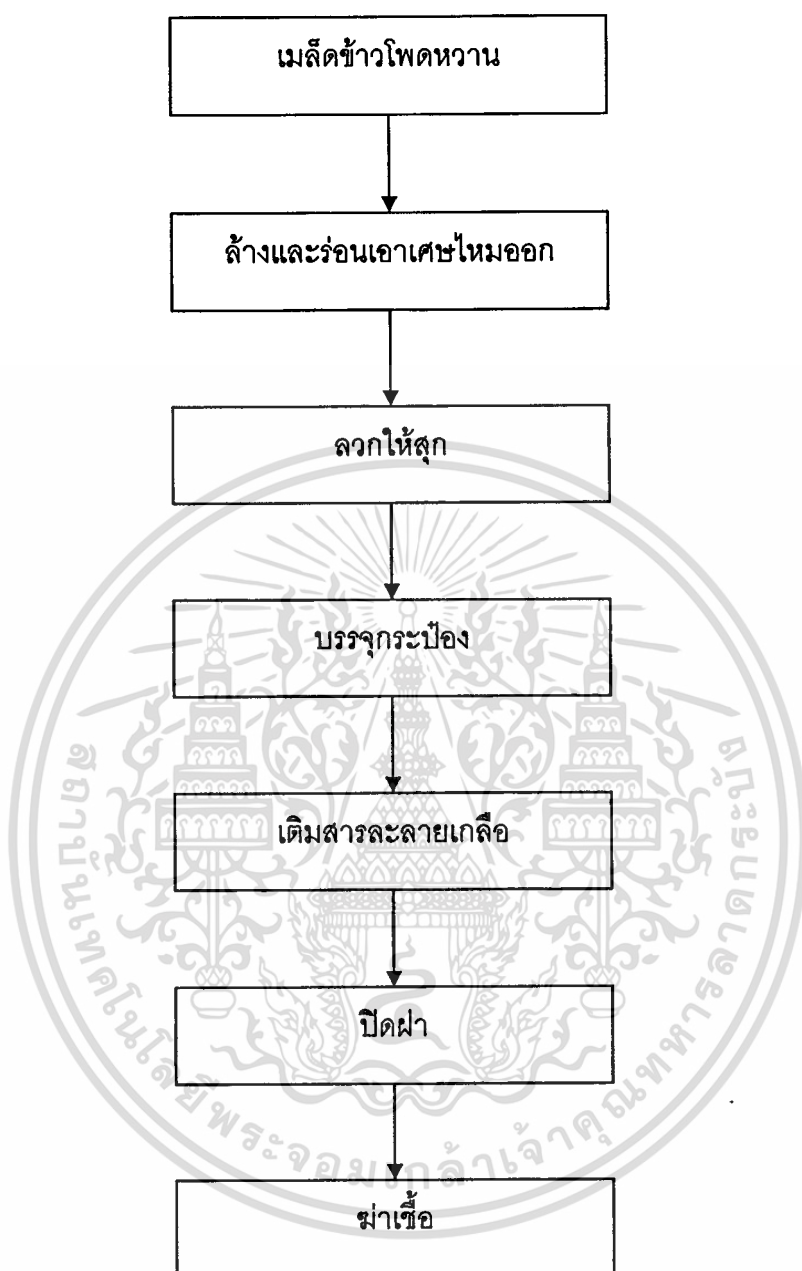
ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีปริมาณการผลิตในแต่ละประเภทดังนี้

1. ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง มีปริมาณการผลิตมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด
2. ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ มีปริมาณการผลิตรองลงมาคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด
3. ครีมข้าวโพดหวานกระป๋อง มีปริมาณการผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด
4. ซุปข้าวโพดหวานกระป๋อง มีปริมาณการผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด

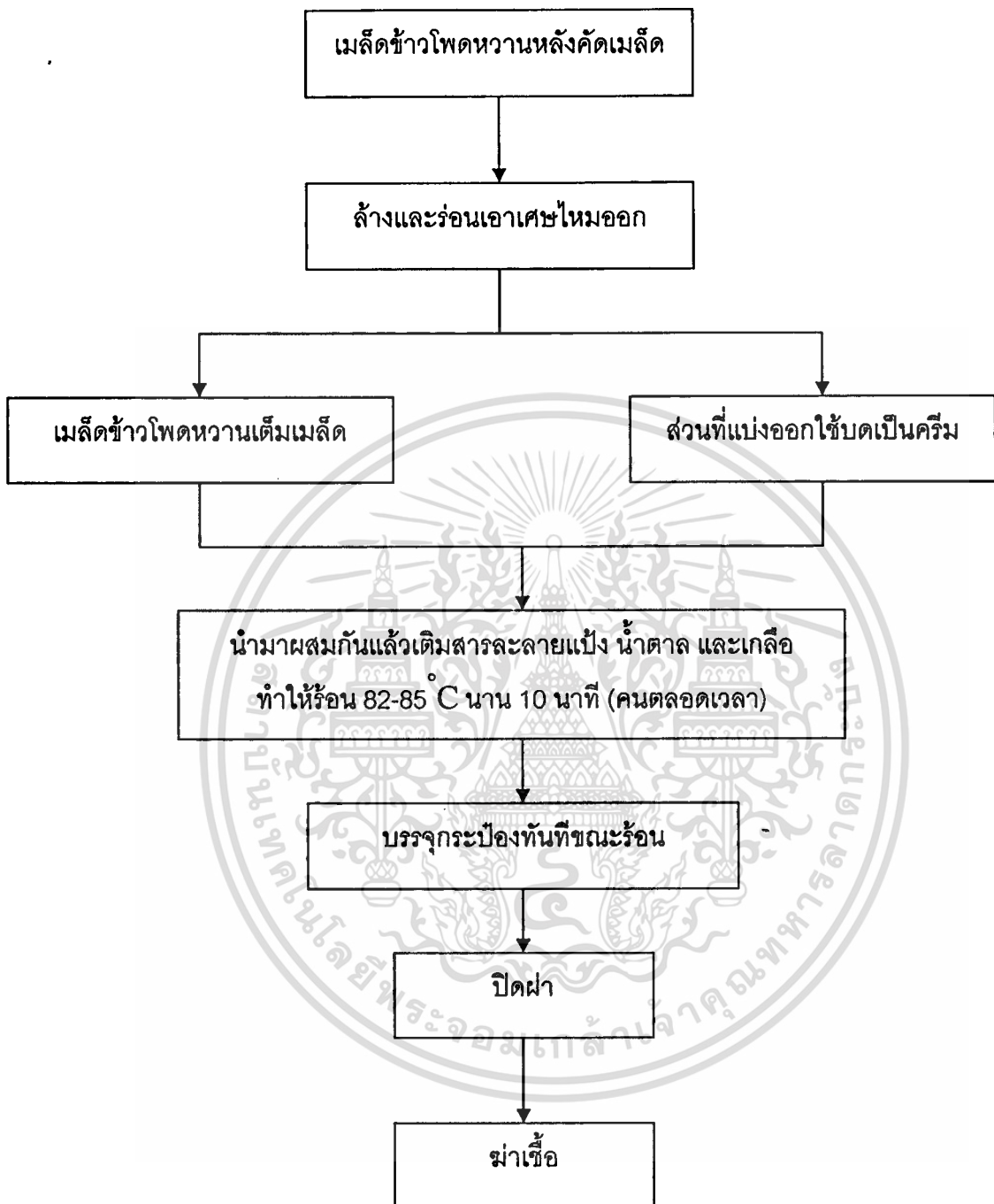
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้าวโพดหวาน ในขบวนการแปรรูปข้าวโพดหวานกระป๋อง
ที่มา: (เฉลิมฉัตร, 2541)



ภาพที่ 5 ขบวนการผลิตข้าวโพดหวานเมล็ดบรรจุกระป๋อง
ที่มา: (เฉลิมฉัตร, 2541)



ภาพที่ 6 ขบวนการผลิตครีมข้าวโพดหวานเมล็ดบรรจุกระป๋อง
ที่มา: (เฉลิมฉัตร, 2541)

ต้นทุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานซึ่งได้แก่ เมล็ดข้าวโพดหวานในน้ำเกลือ (และน้ำเชื่อม) บรรจุกระป๋อง และข้าวโพดหวานชนิดครีมบรรจุกระป๋อง มีรายละเอียดของต้นทุนโดยเฉลี่ย ดังในตารางที่ 10 เมล็ดข้าวโพดในน้ำเกลือ (และน้ำเชื่อม) บรรจุกระป๋องประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานร้อยละ 83.8 และข้าวโพดชนิดครีมบรรจุกระป๋องประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานร้อยละ 80 ของน้ำหนักทั้งหมด (ไม่รวมน้ำหนักกระป๋อง)

ตารางที่ 10 ต้นทุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานกระป๋องต่อขนาด 1 กระป๋อง

ที่	ประเภทต้นทุน	ร้อยละของต้นทุนทั้งหมด
1	ค่าข้าวโพดหวาน	53.0
2	ค่าบรรจุภัณฑ์ (กระป๋องและกล่อง)	27.5
3	ค่าแรงงาน	12.5
4	ค่าวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ (เกลือ, น้ำตาล และอื่น ๆ)	5.0
5	ค่าสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์ และอื่น ๆ)	2.0
	รวม	100.0

ที่มา: (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540)

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโรงงานแปรรูปมี 2 วิธี คือ

1. การส่งออกโดยตรงซึ่งมีไม่เกินร้อยละ 10 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด
2. การส่งออกโดยผ่านนายหน้า (brokers) ซึ่งมีมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด โดยที่นายหน้าจะสั่งให้โรงงานผลิตในจำนวน ขนาด รูปแบบและตราหือที่ต้องการ แล้วจึงส่งออกไปยังต่างประเทศ การจำหน่ายผ่านนายหน้าร้อยละ 80 ใช้ตราหือของผู้ซื้อ และอีกร้อยละ 20 ใช้ตราหือของโรงงานผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ความต้องการวัตถุดิบข้าวโพดหวานของโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย
ปี พ.ศ. 2543 แยกตามรายภาค

จังหวัด	บริษัทหรือโรงงาน	ปริมาณความต้องการรวม
ภาคเหนือ	จำนวน 7 โรงงาน	40,690 ตันต่อปี
- เชียงราย	บ.บีบี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด	
- เชียงใหม่	บ.เชียงใหม่ฟู้ดแคนนิ่ง จำกัด	
	บ.เคซี อุตสาหกรรม จำกัด	
	บ.สันติภาพ (ฮั่วเพ็ง 1958) จำกัด	
	บ.ลานนาเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด	
- ลำปาง	บ.อาหารสากล จำกัด	
- ลำพูน	บ.ทรอปิคอลพรีเมียร์ จำกัด	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน 3 โรงงาน	20,000 ตันต่อปี
- นครพนม	บ.ชนเทคกรุ๊ป จำกัด	
- เลย	บ.ภูกระดึงส่งเสริมการเกษตรฯ	
- ศรีสะเกษ	หจก.สหสยามฟาร์ม	
ภาคตะวันออก	จำนวน 4 โรงงาน	85,805 ตันต่อปี
- ฉะเชิงเทรา	บ.จิตตานิซแปดริ้ว จำกัด	
- ชลบุรี	บ.แพนอินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด	
- ปราจีนบุรี	บ.สยามนำยองโปรดักส์ จำกัด	
	บ.สยามไบโอเซนท์คอมเมอร์เชียล จำกัด	
ภาคตะวันตก	จำนวน 4 โรงงาน	71,092 ตันต่อปี
- ราชบุรี	บ.บีเอ็นเอช แคนนิ่ง จำกัด	
	บ.แกรนด์เอเชียอุตสาหกรรม	
- กาญจนบุรี	บ.ริเวอร์แควอินเตอร์ฯ	
	บ.ไวด้าฟู้ดส์ จำกัด	
รวมทั้งประเทศ	จำนวน 18 โรงงาน	218,087 ตันต่อปี

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณการส่งออกเมล็ดข้าวโพดในน้ำเกลือ (และน้ำเชื่อม) บรรจุกระป๋องของโรงงานแปรรูปมีตั้งแต่ 200 ตัน จนถึงมากกว่า 1,000 ตันต่อปีต่อโรง ประมาณร้อยละ 20 ของเมล็ดข้าวโพดในน้ำเกลือ (และน้ำเชื่อม) บรรจุกระป๋องส่งไปตลาดยุโรปและประเทศบรูไน และอีกร้อยละ 80 จำหน่ายในตลาดทวีปเอเชีย ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากเป็นอันดับ 3 ในตลาดโลก อาทิ เมล็ดข้าวโพดในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องตราบรู๊ก (brook) จากรัฐเวอร์จิเนีย ตราเดลมอนเต (del monte) และเอสแอนด์ ดับเบิลยู (S&W) จากรัฐแคลิฟอร์เนีย ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศยังเป็นคู่แข่งภายในประเทศอีกด้วย

โดยทั่วไปเมื่อโรงงานผลิตสินค้าแล้ว จะเก็บไว้อีกอย่างน้อย 14 วัน เพื่อตรวจสอบคุณภาพ หลังจากนั้นจะเก็บรักษาอีกประมาณ 2-3 เดือน จึงสามารถจำหน่ายและส่งมอบให้กับผู้ซื้อได้ เพื่อให้ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือและเมล็ดข้าวโพดชนิดครีมบรรจุแยกชั้นตามความหวานซึ่งมีค่ามาตรฐานเท่ากับ 8 และตามขนาดของกระป๋องที่บรรจุ

ตลาดส่งออก

ในอดีตการผลิตข้าวโพดหวานจะเป็นการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก ส่วนใหญ่นิยมบริโภคในรูปของข้าวโพดหวานฝักสด แต่ในปัจจุบันข้าวโพดหวานได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จึงได้ขยายการผลิตเพื่อการส่งออกด้วย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกในรูปของข้าวโพดหวานแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานส่วนใหญ่จะส่งออกเกือบทั้งหมด โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ผลิตได้ทั้งหมด ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2544-2548) การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยเพิ่มขึ้นทุกปี และเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด แสดงว่าไทยมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน เนื่องจากความสามารถในการหาวัตถุดิบมาป้อนโรงงานอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง และปริมาณเพิ่มขึ้นด้วยความสามารถในการเจาะตลาดใหม่และขยายตลาดเดิมได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการของตลาดโลกก็สูงขึ้นเช่นกัน สาเหตุที่ไทยสามารถส่งออกได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่บางแห่งได้ทำสัญญาซื้อขายข้าวโพดหวานฝักสดกับเกษตรกรในราคาประกันขั้นต่ำ ซึ่งเป็นราคาที่เกษตรกรนั้นพึงพอใจ จึงได้มีการขยายพื้นที่ปลูกและมีผลผลิตมาป้อนโรงงานเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง โดยที่ผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ผู้นำเข้ารายใหญ่อยู่ที่ยุโรปและเอเชีย

ตลาดส่งออกที่สำคัญ

1. ตลาดสหราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. 2547 ไทยสามารถส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศสหราชอาณาจักรปริมาณ 16,987.95 ตัน มูลค่า 584.01 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2548 ส่งออกปริมาณ 16,686.41 ตัน มูลค่า 529.58 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมา ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องโลหะที่ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลและข้าวโพดหวานชนิดครีมบรรจุกระป๋องเนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน รวมทั้งเพื่อดูแลรักษาสุขภาพของตนเองด้วย

2. ตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2547 ไทยสามารถส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ปริมาณ 7,362.35 ตัน มูลค่า 231.52 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2548 ส่งออกปริมาณ 8,110.03 ตัน มูลค่า 275.60 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมา ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องโลหะที่ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลและข้าวโพดหวานชนิดครีมบรรจุกระป๋องเนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน

3. ตลาดเยอรมัน ในปี พ.ศ. 2547 ไทยสามารถส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศเยอรมันปริมาณ 9,255.61 ตัน มูลค่า 230.92 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2548 ส่งออกปริมาณ 8,664.11 ตัน มูลค่า 215.79 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ซึ่งเยอรมันเป็นประเทศที่บริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากที่สุดในสหภาพยุโรป ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมา ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องโลหะที่ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลและข้าวโพดหวานชนิดครีมบรรจุกระป๋องเนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน

4. ตลาดเกาหลี ในปี พ.ศ. 2547 ไทยสามารถส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศเกาหลีปริมาณ 9,257.11 ตัน มูลค่า 184.93 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2548 ส่งออกปริมาณ 8,957.35 ตัน มูลค่า 187.40 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมา ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องที่ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลเนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน

5. ตลาดญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2547 ไทยสามารถส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่น ปริมาณ 3,882.19 ตัน มูลค่า 124.27 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2548 ส่งออกปริมาณ 4,378.96 ตัน มูลค่า 153.89 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง และข้าวโพดหวานต้มสุกทั้งฝักบรรจุถุงสุญญากาศ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคข้าวโพดหวานที่มีเมล็ดเหนียว แน่นและแข็งเหมือนคนไทย แต่ชอบรับประทานที่มีเมล็ดที่อ่อนนุ่มและนิ่มมากกว่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของข้าวโพดหวานกระป๋อง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ใน 2 ช่วงเวลา โดยอาศัยสมการในหน้าที่ 18 ได้ดังผลในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของข้าวโพดหวานกระป๋อง ของประเทศไทย และสหรัฐอเมริกา ของ 2 ช่วงเวลาในตลาดโลก

ช่วงปี พ.ศ.	ไทย	สหรัฐอเมริกา
2540-2543	5.48	3.21
2544-2547	12.15	2.29

ที่มา: (คำนวณจากตารางผนวกที่ 1-4)

ค่า RCA ของไทยที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยสูงกว่าสัดส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋อง ซึ่งค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าเพิ่มขึ้นจาก 5.48 ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 เป็น 12.15 ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 (ตารางที่ 10) โดยที่มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 มีมูลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 49.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 (ตารางภาคผนวกที่ 1)

ค่า RCA ของสหรัฐอเมริกาที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกาสูงกว่าสัดส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจกล่าวได้อีกอย่างว่าประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋อง แต่ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าลดลงจาก 3.21 ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 เหลือ 2.29 ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 (ตารางที่ 10) โดยที่มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 มีมูลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 109.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงเป็น 87.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 (ตารางภาคผนวกที่ 1)

จากผลการวิเคราะห์ค่า RCA โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในแต่ละช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า ค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หมายถึงประเทศไทยมีค่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้นหรือเริ่มมีแนวโน้มการได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าของข้าวโพดหวานกระป๋อง ซึ่งเป็นเพราะปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีผลมาจากราคาส่งออกข้าวโพดหวานของไทยนั้นมีราคาต่ำและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง หมายถึงประเทศสหรัฐอเมริกามีค่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าลดลงหรือเริ่มมีแนวโน้มสูญเสียความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าของข้าวโพดหวานกระป๋อง ซึ่งเป็นเพราะสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาที่ประเทศผู้นำเข้าไม่ไว้วางใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จีเอ็มโอ (genetically modified organisms: GMOs) และสัดส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหภาพยุโรปมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากสหภาพยุโรปมีการตรวจสอบย้อนกลับสำหรับสินค้าอาหาร และการติดฉลากแยกกระหว่างสินค้าที่มีจีเอ็มโอและสินค้าที่ปลอดจีเอ็มโอ (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2548)

การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง

การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยการขยายตัวการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีสาเหตุมาจากปัจจัยอะไรเป็นปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอก ซึ่งในการขยายตัวของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในตลาดโลกจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก ๆ ดังนี้

- ก. การขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจหรือการค้าโลกโดยทั่ว ๆ ไป
- ข. อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าชนิดนั้นมีการขยายตัวมากขึ้นเพียงใดเพราะถ้าหากสินค้าส่งออกเป็นสินค้าที่มีการขยายตัวของอุปสงค์สูง ก็จะทำให้การเติบโตของการส่งออกเป็นไปอย่างรวดเร็ว
- ค. การกระจายสินค้าไปสู่ตลาดที่มีการขยายตัวทางการค้ามากขึ้นเพียงใด หากตลาดนั้นมีการขยายตัวทางการค้าดี ก็จะผลให้สินค้าที่ส่งไปขายยังตลาดนั้นขยายตัวตามไปด้วย
- ง. ความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกมีมากขึ้นเพียงใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมการเอกลักษณ์ดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์แบบ 4 ชั้น (four level analysis) และตามทฤษฎีนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่าการที่ประเทศหนึ่งประเทศใดจะส่งสินค้าชนิดใดออกไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นหรือลดลงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดทั้งหมดขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการซึ่งแสดงได้โดยแต่ละเทอมในสมการ ดังนี้

ส่วนที่ (1) คือ อัตราการขยายตัวของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยตามภาวะการณ ขยายตัวของตลาดโลก

ส่วนที่ (2) คือ ความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยโดยเฉพาะ

ส่วนที่ (3) คือ ความเปลี่ยนแปลงของตลาดที่นำเข้าข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีการขยายตัวมากขึ้นหรือน้อยลง อันแสดงถึงการกระจายตัวของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยว่าอยู่ในตลาดที่มีอำนาจซื้อ มากน้อยเพียงใด

ส่วนที่ (4) คือ ความสามารถในการแข่งขันของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้นหรือลดลงประการใด

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share: CMS) ใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิทินรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2547 โดยทำการเปรียบเทียบในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 และปี พ.ศ. 2544-2547 ซึ่งปรากฏผลดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องในตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 พบว่าการส่งออกรวมของตลาดโลก มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 โดยที่การส่งออกรวมของโลกในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 33 และถ้าพิจารณาเฉพาะในตลาดที่สำคัญแล้ว การส่งออกไปยังตลาดสหราชอาณาจักร มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 (ตารางที่ 11) ส่วนการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสู่ตลาดโลกนั้น พบว่า การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 มีมูลค่าเฉลี่ย 15,139,471.71 เหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องเฉลี่ยของไทยเพิ่มขึ้นเป็น 49,147,639.66 เหรียญสหรัฐฯ (ตารางภาคผนวกที่ 8) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 34,008,167.94 เหรียญสหรัฐฯ โดยที่การส่งออกที่เพิ่มขึ้นมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากอัตราการขยายตัวของ การส่งออกสินค้าตลาดโลก (world growth effect) ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องเพิ่มขึ้นเท่ากับซึ่งมีค่าเท่ากับ 4,996,025.66 เหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 14.69 ของการขยายการส่งออกทั้งหมด เนื่องจากอัตราการขยายตัว

ของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋อง มีค่าเท่ากับร้อยละ 33 ซึ่งมีค่ามากกว่า อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลก มีค่าเท่ากับร้อยละ 26 ทำให้ผลจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าตลาดโลกมีค่าเพิ่มขึ้น ผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกที่เพิ่มขึ้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

2. ผลจากการกระจายตลาด (market distribution or directional effect) ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานของไทยไปสหราชอาณาจักรลดลงเท่ากับ 19,384,956.19 เหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ของการขยายการส่งออกทั้งหมด ทำให้มีการกระจายตลาดส่งออกค่อนข้างน้อย จึงทำให้ผลจากการกระจายตลาดเป็นลบ

3. ผลจากการแข่งขัน (pure share or competitiveness effect) ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยลดลงเท่ากับ 6,649,352.54 เหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 19.55 ของการขยายการส่งออกทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความเสียเปรียบประเทศคู่แข่งที่สำคัญในด้านต้นทุนและค่าแรงงานของไทยที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญและเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันด้านราคาไทยมีน้อยกว่าคู่แข่งนั้น นอกจากนั้นยังอาจเป็นผลมาจากมีความพยายามที่ขยายการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปในตลาดที่หดตัว และลดการส่งออกไปในตลาดที่ขยายตัว

4. ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (interaction effect) ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นเท่ากับ 55,046,451.01 เหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 161.86 นั้นหมายถึงไทยสามารถขยายการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปในตลาดที่มีการขยายตัว และลดการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปในตลาดที่มีการหดตัว เป็นผลให้ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางมีค่าเป็นบวก นั่นคือประเทศไทยมีการขยายตัวการส่งออกอย่างถูกทิศทางโดยมีการขยายการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปสหราชอาณาจักร ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการส่งร้อยละ 4

ตารางที่ 13 อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก
ในข้าวโพดหวานกระป๋อง อัตราการขยายตัวการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องในตลาด
สหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2544-2547

อัตราการขยายตัว	ร้อยละ
การส่งออกรวมของตลาดโลก	26
$(g = G - 1)$, $G = 1.26^*$	
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋อง	33
$(g_k = G_k - 1)$, $G_k = 1.33^*$	
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังตลาดสหราชอาณาจักร	4
$(g_{jk} = G_{jk} - 1)$ $j =$ สหราชอาณาจักร , $G_{jk} = 1.04^*$ $G_{jk}^* = 0.96^*$	

หมายเหตุ * คำนวณจากสมการ ในหน้าที่ 20
ที่มา: (คำนวณจากตารางผนวกที่ 5, 6 และ 7)

ตารางที่ 14 การขยายการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2540-2543
กับช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 (เหรียญสหรัฐฯ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	มูลค่าในปี 2540-2543 เทียบกับปี 2544-2547	ร้อยละ
ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก	4,996,025.66	14.69
ผลจากการกระจายตลาด	-19,384,956.19	-57
ผลจากการแข่งขัน	-6,649,352.54	-19.55
ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	55,046,451.01	161.86
มูลค่าการส่งออกผักกระป๋องและผักแปรรูปที่เปลี่ยนแปลง	34,008,167.94	100

ที่มา: (คำนวณจากตารางผนวกที่ 5, 6, 7, 8 และ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยัง สหราชอาณาจักร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของ
ไทยไปสหราชอาณาจักร โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression) และใช้
ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2547

พิจารณาจาก

$$YD = f(PFC_t, PFC_u, NI)$$

พบว่ารูปแบบสมการที่เหมาะสมของสมการอุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง
ของไทยไปยังสหราชอาณาจักรนั้นรูปแบบที่เหมาะสมคือ ฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ (double log
demand function) ซึ่งแสดงไว้ในสมการดังต่อไปนี้

$$\ln YD = -61.832 - 1.441 \ln PFC_t + 10.479 \ln PFC_u + 27.997 \ln NI$$

(-0.471)^{ns} (1.701) (4.448)**

$$R^2 = 0.794 \quad \text{Durbin-Watson Stat} = 1.250$$

$$\text{Adj } R^2 = 0.716 \quad \text{F-Statistic} = 10.248$$

$$\text{S.E. of regression} = 1.20259$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ t-Statistic

โดยที่ * หมายถึง การยอมรับตัวแปรดังกล่าวร้อยละ 90

** หมายถึง การยอมรับตัวแปรดังกล่าวร้อยละ 99

^{ns} หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมการอุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร พบว่า
การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์การส่งออกดังกล่าว (YD) สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลง
ของราคาส่งออก F.O.B. ข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคา
ผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร (PFC_t) ราคาส่งออก F.O.B. ข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกา
ไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร (PFC_u) และ รายได้
ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร (NI)
โดยที่ตัวแปรอิสระเหล่านี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของปริมาณอุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวาน
ของไทยไปยังสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 79.4 ส่วนอีกร้อยละ 20.6 เป็นอิทธิพลของตัวแปร
อื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ความเชื่อถือของตัวแปรดังกล่าวทั้งหมดที่อธิบายอุปสงค์เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรนั้น พิจารณาได้จากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (f - statistic) พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยแต่ละตัว (t-test) นั้น ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องจากความคลาดเคลื่อนของสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรมีค่าสูง ทำให้ค่าทางสถิติ t มีค่าต่ำ จึงทำให้ไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่าราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรและรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร สำหรับค่า Durbin Watson Test มีค่าเท่ากับ 1.250 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถตอบได้ว่าการวิเคราะห์มีปัญหาเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อนของตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกันหรือไม่

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยต่าง ๆ พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ กล่าวคือ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรมีค่าเป็นลบ หมายความว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรมีค่าเป็นบวก หมายความว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรมีค่าเป็นบวก หมายความว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยัง สหราชอาณาจักร

เนื่องจากความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยัง สหราชอาณาจักรอยู่ในรูปล็อกคู่ ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถนำมาอธิบายค่าความ ยืดหยุ่นได้ จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการเพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของ ไทยไปยังสหราชอาณาจักรกับราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นไปในทางลบ ซึ่งมีค่าเท่ากับ -1.441 หมายความว่า เมื่อราคา ส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 จะทำให้ อุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทาง ตรงกันข้าม ร้อยละ 1.44 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการ เปลี่ยนแปลงอุปสงค์มาก

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการเพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ไปยังสหราชอาณาจักรกับราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักร ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นไปในทางบวก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 10.479 หมายความว่า เมื่อราคา ส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 จะ ทำให้อุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทาง เดียวกัน ร้อยละ 10.479 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการ เปลี่ยนแปลงอุปสงค์มาก

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการเพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของ ไทยไปยังสหราชอาณาจักรกับรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักร ปรับด้วยดัชนี ราคาผู้บริโภคเป็นไปในทางบวก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 27.997 หมายความว่า เมื่อยาได้ประชาชาติต่อ บุคคลของสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพด หวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 27.997 เมื่อ กำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์มาก

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ไปสหราชอาณาจักร ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ไปสหราชอาณาจักรมากที่สุด คือ รายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนี ราคาผู้บริโภคสหราชอาณาจักร โดยมีค่าความยืดหยุ่น 27.997 หมายความว่า ถ้ารายได้ประชาชาติ

ต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 27.997 และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรรองลงมา คือ ราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร โดยมีค่าความยืดหยุ่น 10.479 หมายความว่า ถ้าราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร เปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 10.479

กล่าวโดยสรุป การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของข้าวโพดหวานกระป๋องจะทำให้ทราบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องหรือไม่ อีกทั้งยังพิจารณาถึงแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่รวมด้วย เนื่องจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่จะทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในช่วงเวลาหนึ่งว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัยอะไรบ้าง ซึ่งนอกจากจะศึกษาถึงสองเรื่องทีกล่าวมาข้างต้นแล้วการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ก็มีความสำคัญที่จะทำให้ทราบว่า มีปัจจัยที่สำคัญใดบ้างที่กำหนดปริมาณความต้องการข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการส่งออกรวมทั้งกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ข้าวโพดหวานเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญชนิดหนึ่งของไทยและเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเนื่องจากสามารถแปรรูปเป็นสินค้าส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ในรูปของข้าวโพดหวานกระป๋อง ทั้งนี้ประเทศไทยมีการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหราชอาณาจักร ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และฮังการี เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง วิเคราะห์อัตราการขยายตัวของ การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2547

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา ใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าว พบว่าทั้งประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวโพดหวานกระป๋อง เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในแต่ละช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ค่า RCA ของไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หมายถึงประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้นหรือเริ่มมีแนวโน้มการได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าของข้าวโพดหวานกระป๋อง ส่วนสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง หมายถึงประเทศสหรัฐอเมริกามีค่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าลดลง หรือเริ่มมีแนวโน้มสูญเสียความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการค้าของข้าวโพดหวานกระป๋อง

การวิเคราะห์อัตราการขยายตัวของ การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 ผลปรากฏว่า ปริมาณและมูลค่าการค้าข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จากเดิมช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 มีมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องเท่ากับ 15,139,471.71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหรียญสหรัฐฯ เพิ่มเป็น 49,147,639.66 เหรียญสหรัฐฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 นั้นหมายถึง ผลการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงมีค่าเท่ากับ 34,008,167.94 เหรียญสหรัฐฯ เป็น ผลมาจากการปรับการส่งออกถูกทิศทางมากที่สุด คือ 55,046,451.01 เหรียญสหรัฐฯ รองลงมา คือ ผลจากการขยายตัวของส่งออกของโลก ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4,996,025.66 - 6,649,352.54 และ -19,384,956.19 เหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ โดยที่ผลจากการกระจายตลาดร้อยละ 57 และผลจากการแข่งขันร้อยละ 19.55 ของการส่งออก ทั้งหมดจะทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรลดลง ในขณะที่ผลจากการปรับการส่งออกถูกทิศทางร้อยละ 161.86 และผลจากการขยายตัวของ ตลาดโลกร้อยละ 14.69 ของการส่งออกทั้งหมด จะทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง ของไทยไปยังสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยัง สหราชอาณาจักรนั้น ปรากฏว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวาน กระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร คือ ราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยัง สหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร ราคาส่งออกข้าวโพดหวาน กระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร และรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักรมาก ที่สุด คือ รายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค รองลงมาคือ ราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกาไปสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค และราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง ของไทยไปสหราชอาณาจักร ซึ่งมีค่าเท่ากับ 27.997 10.479 และ -1.441 ตามลำดับ เมื่อกำหนด ให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

จากผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของ ไทยไปสหราชอาณาจักรต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพด หวานกระป๋องของไทยไปยังสหราชอาณาจักร คือ ราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไป ยังสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร พบว่าค่าความยืดหยุ่น ดังกล่าวนั้นมีลักษณะความยืดหยุ่นมาก (elastic) ดังนั้น สามารถใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาได้ เพราะการลดต้นทุนการผลิตและการส่งออกเพื่อให้ข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยราคาถูกลงจะมี

ผลจูงใจให้เกิดการบริโภคข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในสหราชอาณาจักรมากขึ้น และการลดราคาส่งออกจะมีผลให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องอีกชนิดหนึ่ง คือ รายได้ประชากรติดต่อบุคคลของสหราชอาณาจักรปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร พบว่าค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวมีลักษณะความยืดหยุ่นมาก (elastic) แสดงว่าเมื่อรายได้ของประชากรเปลี่ยนแปลงก็จะมีผลต่อปริมาณความต้องการบริโภคข้าวโพดหวานค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. จากการศึกษาสภาพการผลิตข้าวโพดหวานพบว่าในปัจจุบันพื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานลดลงซึ่งไม่เพียงพอกับความต้องการข้าวโพดหวานเพื่อเป็นวัตถุดิบของโรงงานแปรรูป ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนส่งเสริมการผลิตข้าวโพดหวานส่งเข้าโรงงาน ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐบาล และกลุ่มเกษตรกร โดยอาจจะมีการเจรจาตกลงกันในรูปแบบของข้อตกลงล่วงหน้าในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิตเชิงการค้า อีกทั้งมาตรการดังกล่าวเป็นการสร้างเสถียรภาพทางด้านราคา ซึ่งถือเป็นรายได้ของเกษตรกรด้วยเช่นกัน

2. ในด้านการตลาด ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลการตลาด การจัดทำมาตรฐานขึ้นคุณภาพ เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติได้จริงในตลาดและเกิดความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และควรมีการส่งเสริมด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการขยายตลาดส่งออกข้าวโพดหวานของประเทศไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. จากผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2540-2547 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่เพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยก็ควรที่จะมีการพัฒนาการตลาดและคุณภาพของสินค้าให้มีศักยภาพให้มากขึ้นอยู่เสมอ โดยการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงวิธีการบรรจุหีบห่อ และวิธีการจำหน่าย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้โอกาสที่ไทยจะขยายการส่งออกให้มากขึ้น และรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้

4. จากการศึกษาพบว่า ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานกระป๋องในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 พบว่า ผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงที่มีค่าเป็นลบ เป็นผลมาจากการกระจายตลาดมากที่สุด แสดงว่าประเทศไทยมีการจัดสรรการส่งออกอย่างไม่ถูกต้อง ประเทศไทยควรหันมาให้ความสำคัญในการขยายการส่งออกในกลุ่มตลาดใหม่ เช่น ประเทศจีน เนื่องจากเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากอีกทั้งผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ผลิตได้ในประเทศไม่เพียงพอกับความต้องการ

5. จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร พบว่าค่าความยืดหยุ่นราคาส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยมีค่ามากกว่า 1 นั่นคือเป็นแบบยืดหยุ่นมาก ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรเน้นนโยบายเกี่ยวกับด้านราคา เช่น การใช้มาตรการลดต้นทุนการผลิต โดยการเพิ่มผลผลิตข้าวโพดหวานต่อหน่วยพื้นที่ด้วยการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานที่มีผลผลิตสูงหรือใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการเก็บเกี่ยวให้มากขึ้นจะทำให้เกษตรกรมีกำไรจากการผลิต เอกชนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสามารถดำเนินธุรกิจได้ และข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยสามารถกำหนดราคาเสนอขายที่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. จากผลการวิเคราะห์การศึกษาพบว่ามีค่า เดอร์บีล-วัตสัน (Durbin-Watson: D.W.) อยู่ในช่วงที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์มีปัญหาเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อนของตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกันหรือไม่ ดังนั้น ผู้ที่ทำการศึกษาต่อไปจึงควรให้ความสนใจและระมัดระวังในส่วนนี้ด้วย เนื่องจากอาจจะทำให้เกิดปัญหาซึ่งส่งผลต่อการศึกษาได้ในภายหลัง

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในประเทศสหราชอาณาจักร และยังมีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูลทางสถิติ ดังนั้น สำหรับแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ทำการศึกษาคควร จะทำการศึกษาในประเทศอื่น ๆ ที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ทำการศึกษาคควรจะหาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่น่าสนใจและมีความสำคัญ เช่น ราคาของสินค้าทดแทน ราคาสินค้าของคู่แข่งรายอื่น เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้ผล การศึกษามีความหลากหลายและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกษตร จันทรมิรัตน์. 2528. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กรมศุลกากร. "ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2548". <http://www.customs.go.th> [19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548]

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548 ก. พื้นที่การเพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวาน รายภาคปี พ.ศ. 2547. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548 ข. พื้นที่การเพาะปลูกข้าวโพดหวานจำแนกเป็นรายปี พ.ศ. 2543-2547. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2543. ความต้องการวัตถุดิบของโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร ปี พ.ศ. 2543. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2548 ก. World Trade Atlas 2006. กระทรวงพาณิชย์.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2548 ข. Global Trade Atlas 2006. กระทรวงพาณิชย์.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2548 ค. International Financial Statistics Yearbook. กระทรวงพาณิชย์.

เฉลิมฉัตร จันทรอินทร์. 2541. การวิเคราะห์ระบบธุรกิจข้าวโพดหวานในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฏฐร กลสินบุตร. 2544. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. 2548. ศัพท์น่ารู้.

<http://www.afet.or.th/knowledgeglossary> [15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548]

ทวีศักดิ์ ภู่นล้า. 2540. ข้าวโพดหวาน : การปรับปรุงพันธุ์และการปลูกเพื่อการค้า.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.

นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2544. เศรษฐศาสตร์การจัดการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิสิต ธีรสุขพิมล. 2538. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย. กรุงเทพมหานคร:

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บรรพต ชมพูศรี. 2542. วิเคราะห์ธุรกิจข้าวโพดหวานกระป๋องในประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปริญญา เพชรศรีเป็ย. 2545. การศึกษาศักยภาพการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูป

ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2540 ก. รายงานการศึกษายุทธศาสตร์การเกษตร : กรณีผักและ

ผลไม้. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2540 ข. ต้นทุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานกระป๋อง.

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราเชนทร์ ธิพร. 2539. ข้าวโพด (MAIZE) การผลิต การใช้ประโยชน์ การวิเคราะห์ปัญหา

และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เกษตรกร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2548. ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน : ไทยส่งออกอันดับ 3 ของโลก.

สรวงข จ่าจันทิก. 2548. การวิเคราะห์ระบบธุรกิจเกษตรและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานของไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานเศรษฐกิจการค้า. 2548. คู่มือการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด. กรุงเทพมหานคร.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_{ijk})

ปี พ.ศ.	ไทย	สหรัฐอเมริกา
2540	9.761	125.905
2541	18.519	106.318
2542	17.790	103.116
2543	14.488	103.340
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	15.140	109.670
2544	22.148	87.211
2545	36.656	89.282
2546	68.412	84.419
2547	69.373	88.904
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	49.148	87.454

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกในทุกสินค้าของประเทศไทยและ
สหรัฐอเมริกาปี 2543-2547 (X_i)

ปี พ.ศ.	ไทย	สหรัฐอเมริกา
2540	34,506.29	507,878.210
2541	47,159.33	502,419.957
2542	41,606.35	505,849.093
2543	45,569.28	576,007.957
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	42,210.32	523,038.804
2544	49,294.68	555,495.939
2545	49,974.42	516,207.942
2546	62,050.70	530,931.517
2547	72,882.48	604,199.013
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	58,550.57	551,708.603

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลก ปี พ.ศ.
2543-2547 (X_{wk})

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลก
2540	351.3679
2541	339.4761
2542	408.5476
2543	406.2245
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	376.4040
2544	433.4544
2545	466.2836
2546	543.7695
2547	565.8477
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	502.3388

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกในทุกสินค้าของโลก ปี พ.ศ. 2543-2547
(X_w)

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของโลก
2540	5,539,300
2541	5,451,400
2542	5,645,100
2543	6,376,700
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	5,753,125
2544	6,130,100
2545	6,428,600
2546	7,469,000
2547	9,052,500
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	7,270,050

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

วิธีการคำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากข้อมูลในตารางภาคผนวกที่ 1-4 นำมาคำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยอาศัยสมการ ในหน้าที่ ได้ดังนี้

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2540-2543

$$\begin{aligned} \text{RCA} &= (X_{ik} \div X_i) \div (X_{wk} \div X_w) \\ &= (15.140 \div 42,210.32) \div (376.404 \div 5,753,125) \\ &= 5.482 \end{aligned}$$

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2540-2543

$$\begin{aligned} \text{RCA} &= (X_{ik} \div X_i) \div (X_{wk} \div X_w) \\ &= (109.670 \div 523,038.804) \div (376.404 \div 5,753,125) \\ &= 3.2048 \end{aligned}$$

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2544-2547

$$\begin{aligned} \text{RCA} &= (X_{ik} \div X_i) \div (X_{wk} \div X_w) \\ &= (49.148 \div 58,550.57) \div (502.3388 \div 7,270,050) \\ &= 12.148 \end{aligned}$$

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของข้าวโพดหวานกระป๋องของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2544-2547

$$\begin{aligned} \text{RCA} &= (X_{ik} \div X_i) \div (X_{wk} \div X_w) \\ &= (87.454 \div 551,708.603) \div (502.3388 \div 7,270,050) \\ &= 2.294 \end{aligned}$$

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณหาส่วนแบ่งตลาดคงที่ของข้าวโพดหวาน
กระป๋องของไทยในตลาดโลก

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกรวมของสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก ปี พ.ศ.
2540-2547 ($\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}$)

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของโลก
2540	5,539,300
2541	5,451,400
2542	5,645,100
2543	6,376,700
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	5,753,125
2544	6,130,100
2545	6,428,600
2546	7,469,000
2547	9,052,500
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	7,270,050

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

ตารางผนวกที่ 6 มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ.
2540-2547 ($\sum_i \sum_j X_{ijk}$)

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลก
2540	351,367,941
2541	339,476,050
2542	408,547,605
2543	406,224,545
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	376,404,035.3
2544	433,454,406
2545	466,283,613
2546	543,769,455
2547	565,847,703
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	502,338,794.3

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2006)

ตารางผนวกที่ 7 มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของโลกไปยังประเทศ
ผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2540-2547 ($\sum_j X_{ijk}$)

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร
2540	46,445,762
2541	36,223,333
2542	39,398,382
2543	33,729,853
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	38,949,333
2544	35,684,057
2545	38,106,451
2546	41,741,071
2547	47,015,384
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	40,636,741

หมายเหตุ j คือ ประเทศสหราชอาณาจักร

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

ตารางผนวกที่ 8 มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องทั้งหมดของไทย ปี พ.ศ.
2543-2547 ($\sum X_{jk}$)

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย
2540	9,761,176.45
2541	18,519,120.69
2542	17,789,918.58
2543	14,487,671.11
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	15,139,471.71
2544	22,148,177.06
2545	36,656,939.97
2546	68,412,444.94
2547	69,372,996.67
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	49,147,639.66

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

ตารางผนวกที่ 9 มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปยังประเทศ
ผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2543-2547 (X_{ijk})

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร
2540	1,017,429.708
2541	314,018.231
2542	537,907.431
2543	1,017,341.502
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2543	721,674.218
2544	3,027,191.783
2545	7,529,597.714
2546	9,867,617.467
2547	14,951,089.570
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2544-2547	8,843,874.132

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

วิธีการคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลก

จากข้อมูลในตารางผนวกที่ 5-9 นำมาคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลกโดยอาศัยสมการ ในหน้าที่ 20 ได้ดังนี้

ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยในตลาดโลก ในปี พ.ศ. 2540-2543 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2544-2547

$$\begin{aligned}
 \sum_j X'_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} &= [(1.33 \times 15,139,471.71) - 15,139,471.71] \\
 &+ [(1.04 \times 721,674.22) - (1.33 \times 15,139,471.71)] \\
 &+ [(0.96 \times 8,843,874.13) - 15,139,471.71] \\
 &+ [(49,147,639.66 - (1.04 \times 721,674.22)) \\
 &- \{(0.96 \times 8,843,874.13) - 15,139,471.71\}] \\
 &= 4,996,025.66 - 19,384,956.19 - 6,649,352.54 \\
 &+ 55,046,451.01 \\
 &= 34,008,167.94 \text{ เทียบดูสหรัฐฯ}
 \end{aligned}$$

ภาคผนวก ค

ข้อมูลที่ใช้และผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพด
หวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร โดยการใช้โปรแกรม SPSS

ตารางผนวกที่ 10 ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านบาท) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทย
ไปยังสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร	
	ปริมาณ	มูลค่า
2536	5.61	0.12
2537	124.68	2.44
2538	2440.67	58.28
2539	2169.25	53.27
2540	1705.26	48.07
2541	307.46	11.52
2542	729.97	20.16
2543	1723.47	44.02
2544	4451.00	133.87
2545	10559.45	324.92
2546	12575.95	390.66
2547	16987.95	584.01

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 11 ปริมาณ (ตัน) และมูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) การส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋อง
ของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร	
	ปริมาณ	มูลค่า
2536	13928.843	9.60
2537	7599.822	5.42
2538	14953.38	11.7
2539	12900.61	8.84
2540	13239.98	9.73
2541	11867.35	8.38
2542	15843.34	10.42
2543	9706.86	6.57
2544	4252.44	2.98
2545	3136.32	2.48
2546	4756.33	3.4
2547	4054.409	2.94

ที่มา: (World Trade Atlas, 2006)

ตารางผนวกที่ 12 ราคาข้าวโพดหวานกระป๋องส่งออก (F.O.B) ของไทยไปยังสหราชอาณาจักรใน
ช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร (บาทต่อกิโลกรัม)
2536	21.69
2537	19.57
2538	23.88
2539	24.56
2540	28.19
2541	37.47
2542	27.61
2543	25.54
2544	30.08
2545	30.77
2546	31.06
2547	34.38

ที่มา: (การคำนวณ)

ตารางผนวกที่ 13 ราคาข้าวโพดหวานกระป๋องส่งออก (F.O.B) ของสหรัฐอเมริกาไปยังสหราชอาณาจักร
ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร (เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม)
2536	0.69
2537	0.71
2538	0.78
2539	0.68
2540	0.73
2541	0.71
2542	0.66
2543	0.68
2544	0.70
2545	0.79
2546	0.72
2547	0.72

ที่มา: (การคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 14 รายได้ประชาชาติต่อบุคคลของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร (ล้านปอนด์)
2536	10.58
2537	11.98
2538	12.42
2539	13.14
2540	13.98
2541	14.90
2542	15.45
2543	16.29
2544	17.05
2545	18.00
2546	18.92
2547	19.24

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 15 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นของสหราชอาณาจักรในช่วงปี
พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร (พันล้านปอนด์)
2536	641.69
2537	680.44
2538	718.38
2539	763.56
2540	810.60
2541	860.52
2542	905.44
2543	953.58
2544	996.76
2545	1,048.46
2546	1,105.92
2547	1,164.44

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

ตารางผนวกที่ 16 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเฉลี่ยรายปี ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (บาทต่อปอนด์สเตอร์ลิง)
2536	37.83
2537	39.20
2538	39.04
2539	43.49
2540	78.14
2541	61.04
2542	60.57
2543	64.56
2544	64.14
2545	69.55
2546	70.66
2547	75.44

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

ตารางผนวกที่ 17 จำนวนประชากรของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร (ล้านคน)
2536	57.29
2537	57.48
2538	57.67
2539	57.87
2540	58.06
2541	58.26
2542	58.47
2543	58.67
2544	58.87
2545	59.08
2546	59.28
2547	59.48

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 18 ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ของสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2547

ปี พ.ศ.	สหราชอาณาจักร
2536	82.6
2537	84.7
2538	87.6
2539	89.7
2540	92.5
2541	95.7
2542	97.2
2543	100
2544	101.8
2545	103.5
2546	106.5
2547	109.7

ที่มา: (International Monetary Fund, 2006)

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของไทยไปสหราชอาณาจักร โดยการใช้โปรแกรม SPSS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N	
InYD	7.17440	2.256953	12	
InPFCT	3.35758	.129165	12	
InPFCu	-.29344	.100208	12	
InNI	2.74745	.101065	12	

Correlation					
	InYD	InPFCT	InPFCu	InNI	
Pearson Correlation	InYD	1.000	.265	-.522	.844
	InPFCT	.265	1.000	-.327	.398
	InPFCu	-.522	-.327	1.000	-.809
	InNI	.844	.398	-.809	1.000
Sig. (1-tailed)	InYD	.	.203	.041	.000
	InPFCT	.203	.	.150	.100
	InPFCu	.041	.150	.	.001
	InNI	.000	.100	.001	.
N	InYD	12	12	12	12
	InPFCT	12	12	12	12
	InPFCu	12	12	12	12
	InNI	12	12	12	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Variables Entered / Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	InNI InPFct InPFCu		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variables: InYD

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.794	.716	1.202590	1.250

a. Predictor: (Constant), InNI, InPFct, InPFCu

b. Dependent Variable: InYD

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	44.462	3	14.821	10.248	.004 ^a
	Residual	11.570	8	1.446		
	Total	56.032	11			

a. Predictor: (Constant), InNI, InPFct, InPFCu

b. Dependent Variable: InYD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	95% Confidence Interval for	
	Coefficients		Coefficients			B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	-61.832	16.528		-3.741	.006	-99.944	-23.719
InPFct	-1.441	3.061	-.082	-.471	.650	-8.499	5.616
InPFCu	10.479	6.161	.465	1.701	.127	-3.729	24.688
InNI	27.997	6.294	1.254	4.448	.002	13.483	42.511

a. Dependent Variable: InYD

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.90430	10.35994	7.17440	2.010482	12
Residual	1.1795	2.00374	.00000	1.025572	12
Std. Predicted Value	-2.124	1.584	.000	1.000	12
Std. Residual	-.981	1.666	.000	.853	12

a. Dependent Variable: InYD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้