

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและอุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศ
ไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

An Analysis of Competitiveness and Demand of Thai Leather Glove Export
To The United States of America



T134909

โดย

นางสาวปรีมา เรืองเดชธร
นายณัฐพล สุรพันธ์เสรี
นายปกรณ์ สุขผล

b.....
i.....

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 134909
วัน,เดือน,ปี 19 พ.ย. 2557

เสนอ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปีการศึกษา 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของ
ประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

โดย: นางสาวปรีษา เรืองเดชธร

นายณัฐพล สุรพันธ์เสรี

นายปรกรณ์ สุขผล

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:



๒๕๖๓/๐๖/๐๑/๕๔

(รังสรรค์ ไนชัย)

ธุรกิจการส่งออกเครื่องหนังในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยง ตั้งแต่การหาปัจจัยผลิต การผลิต และการจัดจำหน่าย ซึ่งในแต่ละขั้นตอนนั้นมีการใช้งานเป็นจำนวนมาก ดังนั้นหากธุรกิจที่เกี่ยวกับเครื่องหนังเกิดปัญหา จะมีผลกระทบต่อแรงงานในระบบจำนวนมาก ประเทศที่นำเข้าเครื่องหนังจากประเทศไทยที่สำคัญคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และกลุ่มตะวันออกกลาง เนื่องด้วยการศึกษาใช้เวลาในการศึกษาจำกัดจึงเลือกทำการศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่สูงที่สุด และเลือกศึกษาในตลาดสหรัฐอเมริกา เพราะเป็นตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังจากประเทศไทยมากที่สุด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและวิเคราะห์อุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ได้มีการตรวจสอบทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและเลือกใช้วิธีวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ร่วมกับการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่รวมทั้งการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ผลกระทบต่อ

อุปสงค์ เมื่อพิจารณาผลการศึกษาทั้งหมดสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายต่อไป

จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 ในทุกๆปี และมีแนวโน้มที่คงที่ ด้านการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยเพิ่มขึ้น 0.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของตลาด 2.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลจากการแข่งขัน -1.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาช่วงปี พ.ศ.2540-2552 ผลที่ได้คือราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินเหรียญสหรัฐต่อเงินบาทไทยมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ โดยราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -1.106 และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.604

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบการควรพัฒนาประสิทธิภาพทางการแข่งขันทั้งในด้านการผลิตและคุณภาพเพื่อสร้างความแตกต่าง ในด้านการผลิตผู้ประกอบการควรบริหารต้นทุนการผลิต หรือศึกษาเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเพื่อช่วยลดต้นทุน และควรมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดปริมาณหรือส่วนลดเงินสด ร่วมกับการจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการทางการค้าต่างๆ และทางภาครัฐควรกำหนดนโยบายเพื่อช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการ โดยลดหย่อนภาษีนำเข้าและควบคุมราคาวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิตถุงมือหนังเพื่อช่วยลดต้นทุน และควรควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนไม่ให้เงินบาทแข็งค่าจนกระทบต่อการส่งออกถุงมือหนัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นและสำเร็จสมบูรณ์ลุล่วงได้เรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วย ความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำ ปรึกษา ชี้แนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้ปัญหา พิเศษที่สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมทั้งท่านอาจารย์ทัศนัย ปราณี กรรมการปัญหาพิเศษที่กรุณาให้ คำแนะนำในส่วนในส่วนของการสอบปัญหาพิเศษ ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง และให้คำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน และอาจารย์ทุกท่านที่ได้เคยอบรมให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่างๆตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนั้นขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง และเพื่อนๆทุกคนที่ให้คำปรึกษาและเป็น กำลังใจตลอดมา ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ได้ให้ความ ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการทำปัญหาพิเศษจนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไป ได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการ ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างไม่มากก็น้อย แต่หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใดผู้เขียน ต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวปรีชา เรืองเดชธร
นายณัฐพล สุรพันธ์เสรี
นายปรกรณ์ สุขผล

มีนาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญตารางภาคผนวก	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและประเด็นปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
ขอบเขตของการศึกษา	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และการตรวจเอกสาร	9
แนวคิดทางทฤษฎี	9
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	9
ทฤษฎีการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	14
ทฤษฎีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด	16
ทฤษฎีอุปสงค์	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
งานวิจัยที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง	23
งานวิจัยที่กล่าวถึงวิธีการศึกษาที่สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้	25
กรอบแนวความคิด	29
สมมติฐานการศึกษา	31
สมมติฐานในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ถุงมือ	31
หนังในตลาดสหรัฐอเมริกา	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	สมมติฐานในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนัง ของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	31
บทที่ 3	วิธีการศึกษา	33
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
	การวิเคราะห์ข้อมูล	34
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	34
บทที่ 4	ผลการศึกษา	38
	การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังจากประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	38
	ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกถุงมือหนังไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา	42
	ประเทศเวียดนาม	42
	ประเทศอินโดนีเซีย	42
	ประเทศฟิลิปปินส์	42
	ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออก ผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง ไปประเทศสหรัฐอเมริกา	43
	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง	46
	ประเทศไทย	46
	ประเทศอินโดนีเซีย	47
	ประเทศเวียดนาม	47
	ประเทศฟิลิปปินส์	47
	ความสามารถในการส่งออก	48
	ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศ ไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	49
	สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศ สหรัฐอเมริกา	50
	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไป ยังประเทศสหรัฐอเมริกา	55
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	56

ความหมายเชิงนโยบายของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	56
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	58
สรุป	58
ข้อเสนอแนะ	61
เอกสารอ้างอิง	63
ภาคผนวก	66
ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	67
ภาคผนวก ข ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนครองตลาดคงที่ของการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของประเทศไทย	71
ภาคผนวก ค ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	75
ภาคผนวก ง การแสดงผลวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์	81

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม	2
2	มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังของไทย ปี พ.ศ. 2545 – 2553	4
3	แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของประเทศคู่ค้าตามทฤษฎีความ ได้เปรียบโดยสมบูรณ์	10
4	แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของประเทศคู่ค้าตามทฤษฎีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	12
5	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2	17
6	การคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2	18
7	มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2545- 2552	40
8	ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย อินโดนีเซีย และ เวียดนาม ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ.2545-2548 และปี พ.ศ.2549- 2552	48
9	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย อินโดนีเซีย และเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา	49
10	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย อินโดนีเซีย และเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา	52

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังชนิดต่างๆของประเทศไทยไปยังตลาดโลกปี พ.ศ.2545 - 2552	3
2	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยในประเทศต่างๆปี พ.ศ. 2544-2552	3
3	เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังทั้งหมดของไทย ระหว่างตลาดโลกกับตลาดส่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2545-2553	4
4	การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์	20
5	การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	21
6	กรอบแนวความคิดที่ 1 ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	30
7	กรอบแนวความคิดที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	31
8	โครงสร้างอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยเพื่อส่งออกไปยัง ตลาดสหรัฐอเมริกา	39
9	มูลค่าการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งไปยัง ประเทศสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552	41
10	ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในประเทศสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552	41
11	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศไทยในตลาด สหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552	44
12	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศเวียดนามในตลาด สหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ. 2545-2552	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- | | | |
|----|--|----|
| 13 | แนวโน้มนการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียในตลาด
สหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552 | 45 |
| 14 | แนวโน้มนการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศฟิลิปปินส์ในตลาด
สหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552 | 45 |
| 15 | ภาพแสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มนการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในตลาด
สหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552 | 46 |



สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552	67
2	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552	68
3	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552	69
4	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552	70
5	มูลค่าการส่งออกของทุกชนิดของโลกปี พ.ศ. 2545-2552	71
6	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552	71
7	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552	72
8	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552	73
9	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552	73
10	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552	74
11	ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	75
12	ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13	ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	76
14	ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	77
15	ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	78
16	รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540- 2552	79
17	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปี พ.ศ.2540-2552	79
18	ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540-2552	80



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและประเด็นปัญหา

อุตสาหกรรมหนังและเครื่องหนัง เป็นอุตสาหกรรมการเกษตร (agro industry) ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากประเภทหนึ่ง โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหนังสัตว์ โดยการนำหนังดิบอันเป็นผลพลอยได้จากการปศุสัตว์ มาผลิตเป็นหนังพอกชนิดต่างๆ และยิ่งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้อีกมากในอุตสาหกรรมเครื่องหนังหลากหลายประเภท เช่น รองเท้าหนัง กระเป๋าหนัง เสื้อหนัง ถุงมือหนัง สายนาฬิกาหนัง เฟอร์นิเจอร์หนัง และอื่นๆ โดยผลผลิตมีทั้งจำหน่ายในประเทศและส่งออกนอกประเทศ เป็นแหล่งรายได้และสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาปีละประมาณ 20,000 ล้านบาท นอกจากนี้ส่วนใหญ่ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (labour intensive) ช่วยสร้างงานจำนวนไม่น้อยกว่า 200,000 คน ในภาคอุตสาหกรรมนี้ (เขาวนิจ, 2548) อุตสาหกรรมเครื่องหนังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างการผลิตที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนัก การผลิตยังคงอาศัยแรงงานและทักษะความชำนาญของแรงงานอยู่มาก

ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตเครื่องหนัง ของไทยเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและตลาดในต่างประเทศ ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี การผลิตเครื่องหนังของไทยนั้นจำเป็นต้องมีการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไม่เพียงพอ ประกอบกับคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต่ำกว่ามาตรฐานที่ต่างประเทศต้องการ จึงทำให้การส่งออกเครื่องหนังของไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

สำหรับข้อมูลทั่วไปดัชนีการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนังในประเทศไทยนั้นสามารถแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมได้ทั้งหมด 2 ประเภท ซึ่ง ในปี 2550 อุตสาหกรรมเครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมีรายละเอียดดังนี้

ธุรกิจส่งออกเครื่องหนังเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติโดย พิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกที่สูงถึงระดับหลักล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งการส่งออกยังช่วยเพิ่มดุลการค้าของประเทศไทยอีกด้วย ตลาดส่งออกเครื่องหนังของประเทศไทยที่สำคัญ คือ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และตลาดตะวันออกกลาง

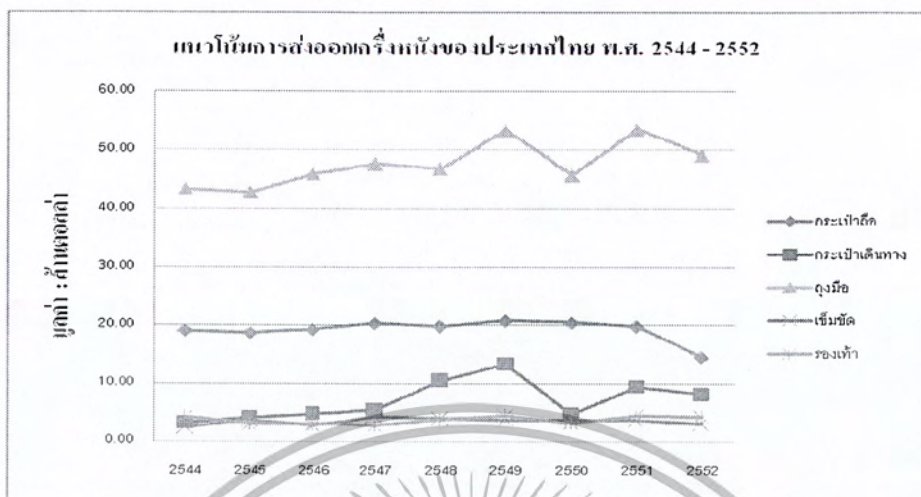
ตารางที่ 1 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนโรงงาน (โรง)	จำนวนแรงงาน
		(คน)
อุตสาหกรรมฟอกย้อม	192	6,879
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง	383	92,219
รวม	575	99,098

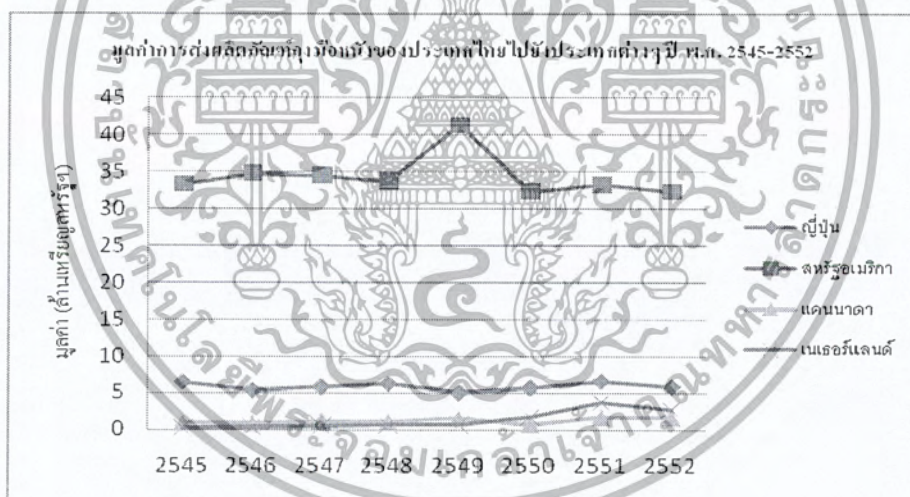
ที่มา: (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2551)

จากการศึกษาข้อมูลการส่งออกเครื่องหนังโดยรวมของประเทศไทย ช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 สินค้าเครื่องหนังประเภทหลักๆ มีดังนี้ กระเป๋าถือ การเป่าเดินทาง ถุงมือ เข็มขัดและ รองเท้า และจากการพิจารณาข้อมูลสังเกตได้ว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังเหล่านี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง ที่มีปริมาณการส่งออกสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่นอย่างเห็นได้ชัด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นชัดเจนกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ (ภาพที่ 1) และเมื่อพิจารณาเฉพาะผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังแล้วพบว่า ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าถุงมือจากประเทศไทยมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือประเทศญี่ปุ่น แคนาดา และ เนเธอร์แลนด์ตามลำดับ (ภาพที่ 2) แต่มูลค่าการนำเข้าถุงมือของอเมริกามีสูงมากกว่าประเทศอื่นๆอย่างชัดเจน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้เนื่องด้วยมีเวลาในการศึกษาอย่างจำกัดผู้ศึกษาจึง เลือกศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่โดดเด่นมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง และเลือกตลาดที่ทำการศึกษามีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด คือ ตลาดสหรัฐอเมริกาโดยพิจารณาปริมาณนำเข้าถุงมือหนังจากไทยเปรียบเทียบกับปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ 70 (ภาพที่ 3) เมื่อพิจารณาแนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มคงที่ ทำให้เกิดประเด็นเพื่อศึกษาสภาพการส่งออกถุงมือจากหนังสัตว์ไปยังสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีมูลค่าการส่งออกอย่างต่อเนื่อง โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา เพื่อให้ผู้ส่งออกทราบแนวโน้มสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก และปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณอุปสงค์ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและยกระดับตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในตลาดสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



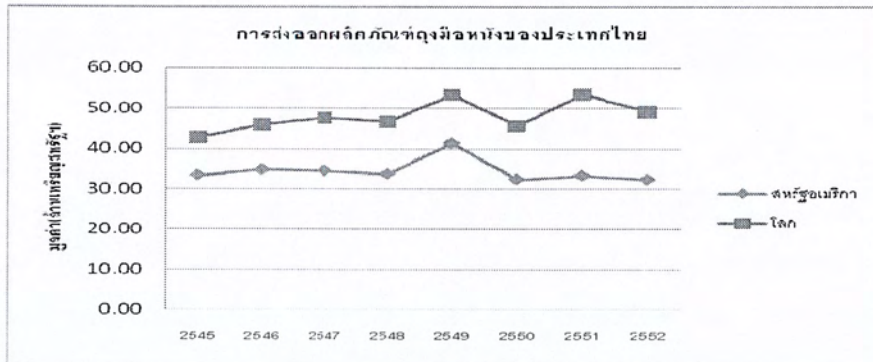
ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังชนิดต่างๆของประเทศไทยไปยังตลาดโลก ปี พ.ศ. 2545-2552
ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)



ภาพที่ 2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุงมือหนังของประเทศไทยในประเทศต่างๆ ปี พ.ศ. 2544-2552

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ทอหนังหนึ่งทั้งหมดของประเทศไทย ระหว่างตลาดโลกกับการส่งออกของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2545-2552

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังของไทย ปี พ.ศ. 2545 – 2553 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ปี	ประเทศ			มูลค่ารวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	อื่นๆ	
2545	9,657	1,886	7,221	18,764
2546	6,255	1,601	6,383	14,239
2547	5,521	1,670	6,970	14,161
2548	2,207	1,819	8,888	12,914
2549	4,335	1,675	4,232	10,242
2550	3,397	1,668	6,549	11,614
2551	2,860	1,610	7,221	11,691
2552	2,580	1,458	6,113	10,151
2553	518.9*	603*	8,821*	9,950*

หมายเหตุ: * คือมูลค่าการส่งออกตั้งแต่เดือน มกราคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบสถานการณ์ในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย ตลอดจน สามารถประเมินสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้าได้
2. ผลจากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ส่วนครองตลาดเปลี่ยนแปลงไป สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการส่งออกถุงมือจากหนังสัตว์ของไทยไปสหรัฐอเมริกา
3. ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกถุงมือจากหนังสัตว์ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง สามารถใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของถุงมือจากหนังสัตว์ของประเทศไทย
4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางพัฒนาการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยและเป็นคู่มือในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกถุงมือหนัง
5. ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการส่งออกถุงมือหนัง เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับภาวะทางการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมถึง การศึกษาสภาพแวดล้อมของการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย แนวโน้มของการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งชั้น คือ ประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดในการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย

1.1 ประเภทของสินค้าที่ทำการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง พิกัดศุลกากร 420321

1.2 ตลาดที่เลือกทำการศึกษาคือตลาดสหรัฐอเมริกา เนื่องประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมีมูลค่าในการนำเข้าถุงมือจากหนังสือศักร์ของประเทศไทยมากที่สุด มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 60 ของการส่งออกถุงมือหนังทั้งหมดของประเทศไทยไปยังทุกประเทศ และมูลค่าการนำเข้ามีอย่างต่อเนื่อง

1.3 ประเทศคู่แข่งชั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยที่เลือกทำการศึกษา คือ ประเทศประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ เนื่องจากเป็นประเทศคู่แข่งที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย และยังเป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่นเดียวกับประเทศไทย ดังนั้นองค์ประกอบการผลิตต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการศึกษาจะมีความใกล้เคียงกันกับประเทศไทย เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพเศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ

1.4 ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษา การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาและเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง จะใช้ข้อมูลทศวรรษ พ.ศ. 2545–2552 โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นสองช่วง ตั้งแต่ พ.ศ.2545–2548 และ พ.ศ. 2549–2552 เพื่อหลีกเลี่ยงความคลาดเคลื่อนของข้อมูลปีใดปีหนึ่ง

2. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (constant market share model : CMS) เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ว่าเกิดผลกระทบด้านการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการ

แข่งขัน และผลกระทบร่วม โดยทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในช่วงเวลาที่ พ.ศ.2545-2548 กับ ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2549-2552

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยัง สหรัฐอเมริกา โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมรายปี ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 ในการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา โดย ข้อมูลที่นำมาเป็นตัวแปรในการวิเคราะห์มีดังนี้

3.1 ราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากกรมศุลกากรของประเทศไทย

3.2 ราคาส่งออกถุงมือหนังของอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

3.3 ราคาส่งออกถุงมือหนังของเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

3.4 ราคาส่งออกถุงมือหนังของฟิลิปปินส์ไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

3.5 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย

3.6 รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2538-2552 โดยมีที่มาจากกระทรวงพาณิชย์ประเทศสหรัฐอเมริกา

3.7 ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540 -2552 โดยมี ที่มาจากฝ่ายธนาคารแห่งประเทศไทย

นิยามศัพท์

1. ถุงมือหนัง หมายถึง ผลึกภัณฑ์ที่เกิดจากการแปรรูปหนังให้อยู่ในรูปแบบของถุงมือ มี ประโยชน์ในประเทศที่อยู่ในเขตหนาวใช้เพื่อรักษาความอบอุ่นของร่างกาย และใช้ในวงการกีฬา เช่น กอล์ฟ และ ขี่ม้า (ณัชชา, 2551)

2. ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (constant market share model) เป็นการวิเคราะห์สาเหตุของการ เปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาหนึ่ง โดยสาเหตุมาจากปัจจัยหลัก 2 ส่วนคือ ผลจากการ ขยายตัวของตลาด และผลจากการแข่งขันในตลาด (จิราภา, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage) เป็นการวิเคราะห์เพิ่มบอกถึงสถานะของประเทศผู้ส่งออกว่าอยู่ในสถานะที่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบ โดยค่าดัชนีมีค่าเป็นบวกจะแสดงถึงความได้เปรียบ แต่หากค่าดัชนีเป็นลบจะแสดงถึงความเสียเปรียบ (จิราภา, 2552)

4. อุปสงค์การส่งออก หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อและมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ของประเทศผู้นำเข้า ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดระยะเวลาหนึ่ง (ธีรพล, 2534)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และการตรวจเอกสาร

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ แนวคิดทางทฤษฎีโดยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ทฤษฎีวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดครั้งที่ 2 คือ ผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ และส่วนที่ 3 กรอบแนวความคิดและสมมติฐานการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ถู่มือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทางทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ถู่มือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเป็นเครื่องวัดความได้เปรียบทางด้าน การส่งออกเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง และใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดครั้งที่ 2 เป็นเครื่องมือในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถู่มือหนึ่งของไทยและประเทศคู่แข่งไปยังสหรัฐอเมริกาว่าเป็นผลมาจากปัจจัยใด

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (อิริร์ตัน, 2552) อาดัม สมิท เป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษสำนักคลาสสิกได้เสนอว่า การค้าระหว่างประเทศควรเป็นการค้าเสรีที่ปราศจากการควบคุมของรัฐบาล ทั้งในด้านการนำสินค้าเข้าและส่งออกสินค้า สมิท เชื่อว่า “มือที่มองไม่เห็น” จะจัดการทุกสิ่งทุกอย่างเอง การเข้าแทรกแซงของรัฐบาลจะทำให้เกิดการจำกัดสินค้าโดยการตั้งกำแพงภาษีหรือการห้ามสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นสาเหตุของการผูกขาดสินค้าและผู้ได้รับประโยชน์ คือ พ่อค้า ผู้เสียผลประโยชน์ คือ ผู้บริโภค

ทฤษฎีของการค้าระหว่างประเทศที่ใช้ คือ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (theory of absolute advantage) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า

การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศนั้น ประเทศควรจะซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ถ้าราคาสินค้าหรือต้นทุนการผลิตต่ำกว่าภายในประเทศ โดยแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ประเทศผลิตได้ดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่า ดังนั้นทุกประเทศควรเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนเองถนัดและผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นๆ โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศจะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าที่ตนเองถนัดและมีต้นทุนต่ำได้จำนวนมากขึ้น ซึ่งสามารถยกตัวอย่างสำหรับการอธิบาย ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของประเทศคู่ค้าตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์

สินค้า	ไทย (จำนวนแรงงาน : คน)	ออสเตรเลีย (จำนวนแรงงาน : คน)
คอมพิวเตอร์ (1 เครื่อง)	10	5
ข้าว 1 (1 ตัน)	20	25

ที่มา : (เขาวนิจ, 2548)

สมมติว่าประเทศไทยกับประเทศออสเตรเลียต่างมีการผลิตสินค้า 2 ชนิดเหมือนกัน คือข้าวและคอมพิวเตอร์ ซึ่งการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้ใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวจากตารางจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีต้นทุนต่ำกว่าในการผลิตข้าว คือ ใช้แรงงานเพียง 20 คนในขณะที่ออสเตรเลียต้องใช้แรงงานผลิตข้าวจำนวนเดียวกันถึง 25 คนและประเทศ ออสเตรเลียมีต้นทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ต่ำกว่าประเทศไทย คือ ใช้แรงงานเพียง 5 คนในขณะที่ประเทศไทยต้องใช้แรงงานถึง 10 คน กล่าวโดยสรุปประเทศไทยจึงควรเลือกผลิตข้าวส่งออกไปขายประเทศออสเตรเลีย และซื้อคอมพิวเตอร์จากประเทศออสเตรเลียเข้ามาใช้ ซึ่งจะทำให้ทั้งสองประเทศได้รับประโยชน์จากการค้าร่วมกัน และมีต้นทุนต่ำได้จำนวนมากขึ้น นอกจากนี้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศ อัดัม สมิท จึงสนับสนุนให้นำเงินตราที่เป็นกระดาษออกใช้แทนโลหะทองคำและโลหะเงิน เพราะประหยัดและสะดวก แต่มูลค่าของเงินตรากระดาษไม่ควรเกินมูลค่าของทองคำและโลหะเงินที่ประเทศมีสำหรับออกหมุนเวียนเพราะการออกเงินตรากระดาษมากเกินไปจะทำให้ทองคำและเงินไหลออกจากประเทศ

ความได้เปรียบสมบูรณ์ใช้อธิบายประโยชน์และทิศทางการค้าได้ เฉพาะในกรณีที่ประเทศคู่ค้าต่างมีความได้เปรียบสมบูรณ์ในสินค้าต่างชนิดกัน แต่ก็มีความเป็นไปได้สูงที่จะพบกรณีที่ประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบสมบูรณ์ในสินค้าทั้งสองชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ ริคาร์โด ได้คิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศขึ้นมาเรียกว่าทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (theory of comparative advantage) เขาไม่ได้ปฏิเสธแนวความคิดของ Adam Smith แต่ยังคงข้อสมมติในการศึกษาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเหมือนเดิม คือ แรงงานเป็นปัจจัยเดียวที่ใช้กำหนดต้นทุนในการผลิต เขาแสดงข้อเท็จจริงว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้ แม้ว่าประเทศผู้ส่งออกจะไม่มีควมได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าที่ส่งออกนั้น ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ต้นทุนของการค้าระหว่างประเทศมิได้ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีเหนือประเทศคู่ค้า แต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างโดยเปรียบเทียบในต้นทุนการผลิต (the comparative cost) ของประเทศทั้งสอง หมายความว่า ประเทศใดที่ผลิตสินค้าชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าประเทศอื่นประเทศนั้นควรเป็นผู้ส่งออกสินค้านี้ดังกล่าว เพื่อแลกกับสินค้าที่ประเทศตนผลิตแล้วต้นทุนเชิงเปรียบเทียบสูงกว่าประเทศอื่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ทั้งการผลิตข้าวและคอมพิวเตอร์ ถ้าพิจารณาตามทฤษฎีของ Adam Smith แล้ว ประเทศไทยควรส่งออกทั้งข้าวและคอมพิวเตอร์ไปยังประเทศเกาหลีใต้ โดยประเทศเกาหลีใต้เป็นฝ่ายนำเข้าสินค้าทั้ง 2 ชนิด แทนการผลิตเองซึ่งต้นทุนสูงกว่า ในที่สุดก็จะไม่เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้นเพราะประเทศเกาหลีใต้ไม่มีสินค้าใดมาแลกเปลี่ยนเลย แต่ถ้าหากพิจารณาตามหลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของริคาร์โดแล้ว การค้าระหว่างประเทศสามารถเกิดขึ้นได้หากแต่ละประเทศมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในสินค้าต่างชนิด โดยสามารถพิจารณาอัตราส่วนต้นทุนการผลิตของสินค้า 2 ชนิดนี้ในแต่ละประเทศ ดังนี้ ประเทศไทยมีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตข้าว : คอมพิวเตอร์ = 10 คน : 20 คน หรือ 0.5 : 1 ส่วน ประเทศเกาหลีใต้มีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตข้าว : คอมพิวเตอร์ = 60 คน : 40 คน หรือ 1.5 : 1 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตข้าวเพราะใช้อัตราส่วนแรงงานต่ำกว่าประเทศเกาหลีใต้ ($0.5 < 1.5$) ดังนั้นประเทศไทยควรผลิตข้าวส่งไปขายประเทศเกาหลีใต้ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้ผลิตคอมพิวเตอร์ส่งมาขายไทยเป็นการแลกเปลี่ยนในกรณีกลับกัน เกาหลีใต้จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตคอมพิวเตอร์เมื่ออัตราส่วนของต้นทุนการผลิตสินค้า 2 ชนิดเป็นดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของประเทศคู่ค้าตามทฤษฎีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ

สินค้า	ไทย		เกาหลีใต้	
	(จำนวนแรงงาน : คน)		(จำนวนแรงงาน : คน)	
ข้าว (1 ตัน)	10	0.5	60	1.5
คอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง	20	1.0	40	1.0

ที่มา : (เขาวนิจ, 2548)

ประเทศไทยมีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ : ข้าว = 20 คน : 10 คน หรือ 2:1 ส่วนประเทศเกาหลีใต้มีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ : ข้าว = 40 คน : 60 คน หรือ 0.67:1 จะเห็นได้ว่าประเทศเกาหลีใต้มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์ เพราะใช้อัตราส่วนแรงงานต่ำกว่าประเทศไทย ($0.67 < 2$) ประเทศเกาหลีใต้ควรส่งออกคอมพิวเตอร์มาขายและประเทศไทยควรส่งออกข้าวไปขายประเทศเกาหลีใต้เป็นการแลกเปลี่ยนกล่าวโดยสรุปเมื่อประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตข้าว และเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตคอมพิวเตอร์ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศขึ้นประเทศไทยจะไม่ผลิตคอมพิวเตอร์แต่จะผลิตข้าวเพียงอย่างเดียว ส่วนเกาหลีใต้ก็จะเลิกผลิตข้าวและมุ่งผลิตคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว แล้วจึงนำสิ่งที่ตนเองมีความชำนาญในการผลิตไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่ไม่ได้ผลิต

ทฤษฎีทางการค้าของเฮคเซอร์ – โอลิน (Heckscher – Ohlin theory) ทฤษฎีทางการค้าของเฮคเซอร์ และโอลินซึ่งอาจเรียกว่า H-O Theory ประกอบไปด้วย 4 ทฤษฎีบท บทแรกเป็นแบบจำลองของเฮคเซอร์ และโอลินที่รู้จักกัน ภายใต้อธิบายว่า Heckscher-Ohlin theorem (H-O Theorem) ซึ่งต้องการอธิบายหลักพื้นฐานความสำคัญของการค้าอันเนื่องมาจากความแตกต่างในทรัพยากรของแต่ละประเทศ หรือประเทศหนึ่งๆ จะผลิตและส่งออกสินค้าที่การผลิตต้องการความเข้มข้นในปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์และมีราคาถูกกว่าโดยเปรียบเทียบแล้ว แล้วการนำเข้าสินค้าที่ต้องการผลิตต้องการความเข้มข้นในปัจจัยที่ประเทศขาดแคลนและมีราคาแพง หรือ จะกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยแรงงาน (labor abundance) จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้น (labor-intensive) นำเข้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยทุนเข้มข้น (capital-intensive) ทฤษฎีบทที่ 2 คือ เรื่องของ factor-price equalization theorem

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือที่รู้จักกันในอีกหนึ่งชื่อว่า heckscher–ohlin–samuelson theorem (H–O–S Theorem) หมายถึง การค้าระหว่างประเทศจะส่งผลให้ราคาสัมพัทธ์ของปัจจัย (relative factor price) และราคาปัจจัยแต่ละชนิด (absolute factor price) ระหว่างประเทศคู่ค้ามีค่าเท่ากัน คือ การค้าสินค้าระหว่างประเทศมีผลเสมือนการเคลื่อนย้ายหรือการค้าปัจจัยระหว่างประเทศ ซึ่งจากทฤษฎีสามารถบอกเราได้ว่า การค้าระหว่างประเทศโดยเสรีสามารถจะทำให้แรงงานที่มีคุณสมบัติ ประเทศจะทำให้ผลตอบแทน ต่อปัจจัยทุนในแต่ละประเทศเท่ากัน ซึ่งชี้ให้เห็นผลของการค้าต่อการเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการกระจายรายได้ ทฤษฎีบทที่ 3 คือ stolper–samuelson theorem ซึ่งสรุปความได้ว่า เมื่อมีการจ้างงานเต็มที่ทั้งก่อนการค้าและหลังการค้า การค้าระหว่างประเทศทำให้ปัจจัยที่ประเทศมีอยู่อุดมสมบูรณ์มีราคาสูงขึ้นและทำให้ปัจจัยที่ประเทศมีอยู่น้อยโดยเปรียบเทียบมีราคาถูกลง ส่งผลให้รายได้ที่แท้จริงของเจ้าของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของราคาปัจจัยการผลิต และทฤษฎีบทที่ 4 rybcznski theorem คือ การอธิบายถึงผลของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณทรัพยากรต่อปริมาณการผลิตสินค้าชนิดต่าง ๆ

ทฤษฎีการค้าสมัยใหม่ จะสามารถอธิบายว่าเพราะเหตุใดแต่ละประเทศจึงมีความแตกต่างในต้นทุนการผลิตและราคาของสินค้าระหว่างประเทศ และให้แนวคิดว่าการค้าเกิดขึ้นจากการที่แต่ละประเทศมีปริมาณทรัพยากรการผลิตที่แตกต่างกัน และสิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้าคือความแตกต่างในกรรมสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตที่อยู่ (factor endowments) และราคาของปัจจัยการผลิต (Factor Price) ระหว่างประเทศต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันโดยเปรียบเทียบ ในปริมาณของทรัพยากรการผลิตหรือปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศแล้ว ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย อีกทั้งในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด มีการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตในสัดส่วนที่แตกต่างกัน จึงทำให้ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีทางการค้าของ Balassa ได้ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ทางการค้า ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาททางการค้าของสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเทศ โดยใช้การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ซึ่งเป็นตัวกำหนดโครงสร้างของการส่งออก ภายใต้สมมติฐานที่ว่า ทุกประเทศมีรสนิยมเหมือนกันและมีภาษีศุลกากรของแต่ละอุตสาหกรรมเหมือนกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้นการนำเข้าจะได้รับผลกระทบจากความแตกต่างกันในด้านรสนิยมของแต่ละประเทศ ขณะเดียวกันยังมีการกีดกันทางภาษีศุลกากรที่แตกต่างกัน อัตราส่วนของมูลค่า การส่งออก–นำเข้า (export–import) จะต้องสะท้อนถึงการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและการนำเข้าในสินค้าประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดียวกัน ซึ่งการวัดบทบาทการส่งออกโดยเปรียบเทียบตามวิธีการของ Balassa จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมได้ ซึ่งอุตสาหกรรมจะต้องมีการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ เราจึงสามารถแบ่งตัวกำหนดบทบาทของการส่งออกโดยเปรียบเทียบ เป็น 2 ประเภท คือ การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต คือการได้เปรียบทางด้านปัจจัยทุนแรงงาน และปัจจัยการผลิตอื่นๆ ตลอดจนการได้เปรียบทางการตลาดคือการได้เปรียบเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและการผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน

Balassa ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาททางการค้าระหว่างประเทศ คือ วิธี (revealed comparative advantage: RCA) ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนการผลิตและปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาในการดำเนินอุตสาหกรรม การวัดการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าประเภทนี้เป็นดัชนีที่ใช้วัดบทบาททางการค้า 2 ประเภทคือ บทบาทการส่งออกโดยเปรียบเทียบ (relative export performance) ของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัดส่วนโดยเปรียบเทียบ (relative share) ของประเทศในการส่งออกของโลก ของสินค้าชนิดหนึ่งถูกปรับอย่างเหมาะสม โดยที่สัดส่วนทั้งหมดในการส่งออกของโลก (total share in world export) ของประเทศนั้น และ ประเภทที่สอง คือการวัดดุลทางการค้าของอุตสาหกรรม (industry trade balance) ว่าเกินดุลหรือขาดดุลทางการค้าของสินค้าส่งออกต่อสินค้านำเข้า

ทฤษฎีการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

เป็นการวิเคราะห์การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏอย่างแท้จริงของอุตสาหกรรมในด้านการผลิต เนื่องจากเป็นการยากหากเราจะนับปัจจัยในการผลิตทุกชนิด ซึ่งมีอิทธิพลต่อการได้เปรียบทางการค้าของอุตสาหกรรม ตลอดจนการวัดและเปรียบเทียบปัจจัยระหว่างประเทศเหล่านี้

ค่าดัชนี RCA เป็นค่าที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออก โดยพิจารณาต้นทุนการผลิตสินค้าก่อนที่จะมีการส่งออกไปต่างประเทศ ถ้าอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศได้รับความคุ้มครองเท่ากันค่า RCA ที่ได้จะแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (competitive advantage) แต่ในความเป็นจริงอุตสาหกรรมแต่ละชนิดจะได้รับการคุ้มครองในระดับที่แตกต่างกัน ดังนั้น RCA ที่ได้จะแสดงค่าความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage) หากประเทศผู้ผลิตมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงถึงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบของสินค้านั้นในตลาดโลก (เขาวนิจ, 2548)

สูตรที่ใช้คำนวณ reveal competitive advantage (RCA)

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

กำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้า k ของประเทศ i ในประเทศ w

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

k = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

i = ประเทศต่าง ๆ ที่ส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

w = ประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

ซึ่งสามารถแปลความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้

ถ้า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA เท่ากับ 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่ไม่เสียเปรียบและไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ค่าดัชนี RCA นี้แสดงให้เห็นภาพรวมของการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเข้าสินค้าดังกล่าวของโลก และทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยและประเทศคู่แข่งว่า มีความได้เปรียบหรือสูญเสียความได้เปรียบ แต่ก็มีข้อเสีย คือถ้า RCA มากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า แต่ไม่ได้บอกว่าความสามารถนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด และถ้าประเทศทั้งสองมีค่า RCA มากกว่า 1 จะไม่สามารถระบุให้แน่ชัดลงไปได้ว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกสินค้ามากกว่าหรือน้อยกว่ากัน ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์

ร่วมกับแบบจำลองอื่น ๆ เช่น แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งจะสามารถอธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศว่ามาจากสาเหตุใดบ้าง

ทฤษฎีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ฐานมือหนึ่งของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้ ได้ใช้แบบจำลองการเปลี่ยนส่วนแบ่งตลาด (a market share analysis model) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยด้านอุปสงค์ (demand) ตามแนวความคิดของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาด เมื่อส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป เราสามารถวัดผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด (size of market effect) พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณการส่งออก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกว่าการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดใหญ่ขึ้นหรือลดลง ซึ่งอธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีรายได้ประชาชาติและจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด (competitive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก ที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกต่างๆ ในสินค้าประเภทเดียวกัน โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่า ผลของการแข่งขันนั้นทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วน และถ้าหากว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งเพิ่มขึ้น ในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่า ผลของการแข่งขันจะทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้เปรียบคือ มีตลาดเพิ่มขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะเนื่องมาจากผลของการแข่งขันเท่านั้น รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้าและการตลาดของประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย

3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด (distributive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากการกระจายตัวของตลาด โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกของประเทศนั้น เนื่องจากความต้องการภายในของตลาดส่งออกเปลี่ยนไป อาทิเช่น การบริโภคสินค้าหรือการนำ

สินค้านั้นไปใช้ประโยชน์ เป็นต้น โดยกำหนดให้ขนาดตลาดและส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของประเทศผู้ส่งออก (relative change) โดยจะทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงของแต่ละประเทศเปลี่ยนแปลงไปในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดและขนาดตลาดคงที่

วิธีการคำนวณเพื่อหาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ดังกล่าวนั้น ปรากฏอยู่ในตารางที่ 3 ซึ่งในที่นี้สมมติให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาด คือ ตลาด A และตลาด B เท่านั้น และมีประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์พิจารณาเพียง 2 ปี คือ ปีที่ 1 และปีที่ 2 โดยที่การคำนวณผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดได้กำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบระหว่างประเทศ X และประเทศคู่แข่งคงที่ ส่วนการคำนวณผลของการแข่งขันได้กำหนดให้ขนาดของตลาดทั้งหมดคงที่ นอกจากนั้นการคำนวณผลของการกระจายของตลาดก็ได้กำหนดให้ขนาดของตลาดทั้งหมดและส่วนแบ่งตลาดคงที่จากข้อสมมติและวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด การแข่งขันในตลาด และการกระจายตัวของตลาด ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

1. คำนวณหาความสามารถในการส่งออก (potential export) ของประเทศ X ในปีที่ 2 โดย

1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S1 = 0.25 \times 2,000 = 500 \text{ หน่วย}$$

1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ในตลาด A และตลาด B ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S2 = (0.40 \times 200) + (0.20 \times 1800) = 440 \text{ หน่วย}$$

2. สรุปผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

	หน่วย	ร้อยละ
ผลทั้งหมด (A2-A1)	240	100
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด (S1-A1)	100	42
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด (A2-S2)	200	83
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด (S2-S1)	-60	-25

จากผลการคำนวณในตัวอย่างข้างต้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเพิ่มขึ้น 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 200 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (จิราภา, 2552)

ตารางที่ 6 การคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้าจากประเทศ X	ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X
ปีที่ 1			
ตลาด A	400	162	0.40
ตลาด B	1,200	240	0.20
รวมทั้งหมด	1,600	400 (A1)	0.25
ปีที่ 2			
ตลาด A	200	100	0.50
ตลาด B	1,800	540	0.30
รวมทั้งหมด	2,000	640 (A2)	0.32

ที่มา: (Cramer and Ochsner, 1976: 17)

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (วันรักษ์, 2539) หมายถึง จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น หรือ ณ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนิยามของอุปสงค์ จะเห็นได้ว่า ความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค มิได้หมายถึงความต้องการธรรมดา (want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) หรือมีกำลังซื้อ (ability to pay) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (willingness to pay) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ ได้ด้วย

กฎแห่งอุปสงค์

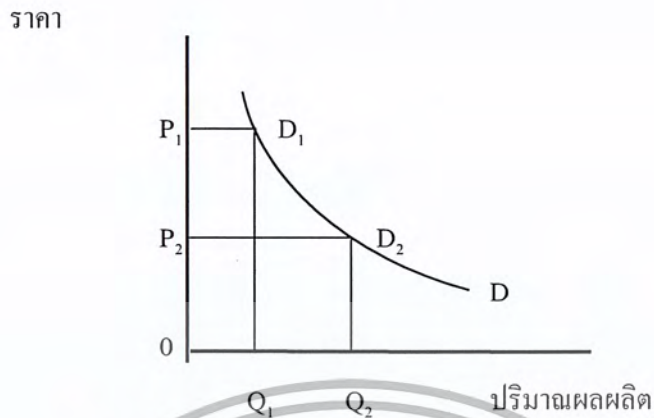
ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลงและเมื่อราคาลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าและบริการ มีผลทำให้ปริมาณความต้องการของสินค้าและบริการนั้นเปลี่ยนแปลงไปโดยปัจจัยอื่นๆที่กำหนดอุปสงค์อยู่คงที่

จากภาพที่ 1 สมมติว่าเดิมราคาสินค้าอยู่ ณ ระดับ P_1 ปริมาณซื้อจะเท่ากับ Q_1 ต่อมาราคาสินค้าลดลงมาอยู่ที่ P_2 ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 ซึ่งเป็นการเคลื่อนย้ายจุดจากจุด D_1 ไปยังจุด D_2 บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆซึ่งมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค (quantity demand) เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่าตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อ ปริมาณการซื้อแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยที่สำคัญได้แก่



ภาพที่ 4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์
ที่มา : (จิราภา, 2552)

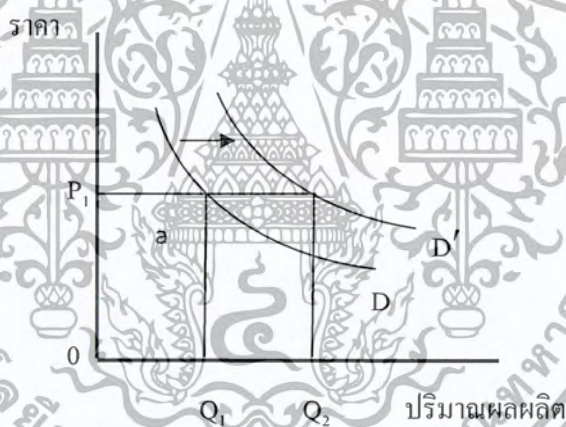
1. ราคาของสินค้าที่ต้องการซื้อ ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าวราสินค้าลดต่ำลงปริมาณซื้อจะมีมาก
2. รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วเมื่อรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือ มักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูก และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง
3. รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งรสนิยมอาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา เช่น เสื้อผ้า ภาพยนตร์ เทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รถยนต์แบบบ้านที่อยู่อาศัย ฯลฯ สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และอิทธิพลของการโฆษณา การเปลี่ยนแปลงรสนิยมอาจก่อให้เกิด การเคลื่อนไหวทางธุรกิจการค้าและส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้า ซึ่งหน่วยธุรกิจมักจะยอมลงทุนในการโฆษณาสูง เพื่อหวังผลการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม
4. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยทั่วไปผู้บริโภคต้องการสินค้าหลากหลายชนิด เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสินค้าชนิดนั้นใช้ทดแทนหรือใช้ประกอบกับสินค้าชนิดอื่น เช่น การที่ราคากาแฟสูงขึ้น ความต้องการซื้อกาแฟลดลง และความต้องการซื้อชา เพื่อมาทดแทนอาจเพิ่มมากขึ้น หรือกรณี ราคารถยนต์แพงขึ้นความต้องการซื้อรถยนต์จะลดลง ขณะที่ความต้องการซื้อน้ำมันหรือยางรถยนต์ที่ต้องใช้ประกอบกับรถยนต์ลดลงด้วยเช่นกัน เป็นต้น

5. จำนวนผู้บริโภค ตามปกติเมื่อจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นมีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มจำนวนประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจในการซื้อสินค้ามากขึ้น

6. ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เช่น การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต ฤดูกาล เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (Shifts in the Demand Curve)

เมื่อปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปสงค์ที่ไม่ใช่ราคาสินค้าหรือบริการนั้น เช่น ราคาของสินค้าอื่น รสนิยม รายได้ เป็นต้น ตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัวได้เปลี่ยนแปลงไป และมีผลทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม กล่าวคือ ถ้าทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางด้านขวาของเส้นเดิม ในทางตรงกันข้าม ถ้าทำให้ปริมาณซื้อลดลง เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางด้านซ้ายของเส้นเดิม



ภาพที่ 5 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

ที่มา : (จิราภา, 2552)

พิจารณาภาพที่ 2 สมมติว่า D คือ เส้นอุปสงค์เดิมของผู้บริโภค ถ้าสินค้านั้นมีราคา P_1 บาท ผู้บริโภคจะซื้อ Q_1 ชิ้น ต่อมาเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น ณ ราคาสินค้า P_1 บาท เท่าเดิมปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 ชิ้น เป็นผลให้เส้นอุปสงค์ใหม่ D' ย้ายไปอยู่ทางด้านขวาของเส้นเดิม

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

โดยทั่วไปอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการแต่ละชนิดจะสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์หรือปริมาณซื้อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าว เรียกว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

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

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

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (elasticity of income demand or income elasticity) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภคโดยแสดงเป็นสูตรดังนี้

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

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น (elasticity of cross demand or cross elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้จึงหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้า Y สามารถแสดงเป็นสูตรดังนี้

$$E_c = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } x}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า } y}$$

ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่างๆ กัน และแต่ละค่าจะแสดงให้เห็นทราบว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใด มีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ที่มีค่าสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะได้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic)

ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งเราสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า ปริมาณอุปสงค์จะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับ 0

2. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์น้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ กล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1

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

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

5. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากที่สุด หรือมีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) ในที่นี้ค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับค่าอนันต์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษา และส่วนงานวิจัยที่ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับการศึกษา

งานวิจัยที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

จิตรกร (2547) ทำการศึกษาสภาพและปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋าหนัง วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสภาพและปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋าหนัง และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋าน้ำร้อน จำแนกตามขนาดสถานประกอบการ และตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้จัดการโรงงานในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋าน้ำร้อนที่เป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์ จำนวนทั้งสิ้น 142 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ANOVA และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's) ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 10-20 ปี ลักษณะการลงทุนส่วนใหญ่เป็นคนไทยทั้งหมด มีสินค้าหลักที่ผลิตและส่งออก คือ กระเป๋าเดินทาง โดยตลาดส่งออกที่สำคัญคือประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับปัญหาการส่งออกพบว่า ด้านส่วนประสมการตลาด เรื่องการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งต่างประเทศเป็นปัญหามากที่สุด ด้านวัตถุดิบหลัก (หนังแท้และหนังเทียม) และวัตถุดิบอื่นๆ (กาว ด้าน ซิป ฯลฯ) เรื่องราคาวัตถุดิบที่ซื้อเป็นปัญหามากที่สุด ด้านเครื่องจักร เรื่องจำนวนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเป็นปัญหามากที่สุด ด้านแรงงาน เรื่องทักษะการทำงานของแรงงานเป็นปัญหามากที่สุด ด้านกระบวนการผลิต เรื่องกำลังการผลิตที่ต้องการเป็นปัญหามากที่สุด ด้านการส่งออก เรื่องกฎระเบียบของรัฐที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบเป็นปัญหามากที่สุด สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัญหาโดยภาพรวม จำแนกตามสถานประกอบการ พบความแตกต่างในเรื่องของแรงงาน และจำแนกตามตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ ไม่พบความแตกต่างกัน การศึกษากำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

เขาวนิจ (2548) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย เฉพาะสินค้ารองเท้าหนัง กระเป๋าเดินทาง และกระเป๋าถือ พิจารณามูลค่าการส่งออกของประเทศไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง 10 ประเทศ โดยค่า RCA ผลการศึกษาพบว่า สินค้ารองเท้าหนังของประเทศโปรตุเกส อิตาลี ฮังการี สเปน จีน และเนเธอร์แลนด์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตเพื่อส่งออกไปตลาดโลก สำหรับกระเป๋าเดินทาง ประเทศจีนมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าสูงที่สุด รองลงมาคือไทย เบลเยียม และฮังการี มีค่า RCA เท่ากับ 1.7 1.22 และ 1.09 ตามลำดับ ในขณะที่การผลิตสินค้ากระเป๋าถือ พบว่าประเทศฮังการี อิตาลี อินเดีย จีน และฝรั่งเศสมีค่า RCA เท่ากับ 8.7, 5.69, 3.15, 2.52 และ 2.20 ตามลำดับ ดังนั้นเมื่อพิจารณาทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์แล้วไทยมีความได้เปรียบในช่วง ปี 2545-2547 เฉพาะสินค้ากระเป๋าเดินทางเท่านั้น

อิฐรัตน์ (2551) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกรองเท้าของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา การศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม และสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกรองเท้าของไทยไปยังตลาด

สหรัฐอเมริกา โดยมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้ค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจาก U.S. International Trade Commission ตั้งแต่ปี 2538-2550 โดยใช้ปี พ.ศ.2537 เป็นปีฐานเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงโดยแบ่งช่วงที่ต้องการศึกษาออกเป็น 4 ระยะ การวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกของไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นพบว่า ประเทศไทย มีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้า ไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการผลิตรองเท้าและมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดีที่สุดคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศเวียดนาม เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำและแรงงานที่มีราคาถูก ประเทศอิตาลีและประเทศบราซิล มีแนวโน้มที่ทรงตัว ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศไทยมีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาด

ฉันทา (2551) ทำการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการเครื่องหนังไทยเพื่อการส่งออกวัตถุดิบเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมเครื่องหนังไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และการปรับตัวของผู้ประกอบการเครื่องหนังไทยเพื่อการส่งออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ สมาคมเครื่องหนังไทยโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากจำนวน 20 ตัวอย่าง การศึกษาพบว่าผู้ประกอบการเครื่องหนังเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าเพื่อการจำหน่ายในประเทศ และยังมีปัญหาประเด็นด้านแรงงานในเทคนิคการออกแบบ คุณภาพของวัตถุดิบที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ด้านการส่งออกด้วยข้อจำกัดและกฎเกณฑ์ของต่างประเทศ โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของตราสินค้า และการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการที่เปลี่ยนสถานะจากผู้รับจ้างผลิตเป็นผู้สร้างตราสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มรับผลิตมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 60 เหลือเพียงร้อยละ 20

งานวิจัยที่กล่าวถึงวิธีการศึกษาที่สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้

วันสนันท์ (2540) ศึกษาการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาด และช่องทางการตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาอาศัยนำ ข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบการนำเสนอในรูปแบบตาราง และแผนภาพ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญ จากการศึกษาพบว่า ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้ลดลงจากร้อยละ 7.78 เป็นร้อยละ 1.13 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของจีนไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.40 เป็นร้อยละ 50.62 ดังนั้นนโยบายที่นำมาใช้คือด้านราคา ทั้งนี้เนื่องจากผ้าไหมของไทยมีราคาก่อนข้างสูง แต่จีนมีราคาผ้าไหมถูกกว่าไทย และปริมาณการผลิตผ้าไหมของจีนมีมากกว่าของไทย จึงทำให้จีนได้ประโยชน์จากการแข่งขันมากกว่าประเทศไทย ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.52 เป็นร้อยละ 24.58 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นก็ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.61 เป็นร้อยละ 39.91 พบว่าในประเทศไทยและจีนเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาดและได้ประโยชน์จากการแข่งขันเช่นเดียวกันแต่ประเทศไทยเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดน้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศไทยได้ประโยชน์

สุวรรณ (2544) ศึกษาการวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผ้าไหมของประเทศไทยไปฮ่องกง ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะการตลาดส่งออกผ้าไหมและศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผ้าไหมของประเทศไทยไปฮ่องกงในระหว่างปี พ.ศ.2535-2542 โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการวิเคราะห์ผล พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกผ้าไหมของประเทศไทยไปฮ่องกงในระหว่างปี พ.ศ.2523-2542 ซึ่งอาศัยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาในการวิเคราะห์ผล จากการศึกษา พบว่าการส่งออกผ้าไหมนั้นต้องพึ่งพาดตลาดฮ่องกง ซึ่งเป็นตลาดหลักที่ประเทศไทยสามารถส่งออกผ้าไหมได้มากที่สุดในแต่ละปี ประเทศคู่แข่งในตลาดฮ่องกงที่สำคัญ ได้แก่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน และได้หวัน แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านพันธุ์และคุณภาพของผ้าไหมที่ดีกว่าประเทศไทย จึงมีการแข่งขันไม่มากนักจากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทยในการส่งออกผ้าไหมไปตลาดฮ่องกง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้งสามประเทศในระหว่างปี พ.ศ. 2535-2542 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ประเทศไทยซึ่งมีค่า RCA ที่มากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ทุกปี แต่มีแนวโน้มของค่า RCA ลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความได้เปรียบในการส่งออกผ้าไหมของประเทศไทยไปฮ่องกงกำลังลดลงอันเนื่องมาจากประเทศคู่แข่งต่าง ๆ มีความสามารถในการส่งออกผ้าไหมเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการปรับปรุง พัฒนาทั้งพันธุ์และคุณภาพของผ้าไหมเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เวียดนามซึ่งมีแนวโน้มโดยเฉลี่ยของค่า RCA เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่า เวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดไปฮ่องกงเพิ่มมากขึ้น ส่วนจีนและไต้หวันมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกปี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่าประเทศทั้งสองไม่มีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดไปฮ่องกง

เพ็ญญา (2547) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ อิตาลี และจีน ศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับ โครงสร้างทาง และปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจากการคำนวณค่า RCA ของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย และจีน ผลการศึกษาที่ได้รับคือ ค่า RCA ไทย และอิตาลี มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่ประเทศจีนเสียเปรียบ โดยเปรียบเทียบเนื่องจากค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1

ทรงสุตา (2548) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของประเทศไทยในตลาดที่สำคัญ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในโครงสร้างการผลิตและการส่งออก และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผักและผลไม้ส่งออกของไทยไปยังตลาดที่สำคัญซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 3 อันดับแรกในเอเชีย รวมทั้งเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกผักและผลไม้ไทย โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ.2539–2548 ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในการส่งออกผักและผลไม้ในตลาดยุโรป ญี่ปุ่น และจีน ในขณะที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดพบว่า ในตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏประเทศคู่แข่งทุกประเทศ แต่เพื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยในตลาดสหรัฐ สหภาพยุโรปและประเทศญี่ปุ่น ขณะที่ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าประเทศจีน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง และหากมีการพิจารณาค่าของ RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในตลาดของสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น และจะมีแนวโน้มที่จะสามารถครองตลาดได้มากขึ้นในตลาดของประเทศจีน และความสามารถในการแข่งขันในตลาดของประเทศสหรัฐฯ จะมีแนวโน้มที่ลดลง โดยเมื่อมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งในตลาดยุโรปและตลาดในประเทศจีน นอกจากนี้จากการศึกษาด้านอุปสรรคการส่งออกผักและผลไม้ พบว่าในปัจจุบันหลายประเทศมีการใช้มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier) มากขึ้นเพื่อป้องกันสุขภาพของผู้บริโภค

รติ (2551) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งมีมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกมากเป็น 3 อันดับแรกโดยใช้ข้อมูลทศวรรษมีตั้งแต่ปี 2544-2548 ในการศึกษาได้คำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ผลการศึกษา การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยนั้น พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบหรือมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังประเทศคู่แข่งทั้ง 3 ประเทศคือ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย

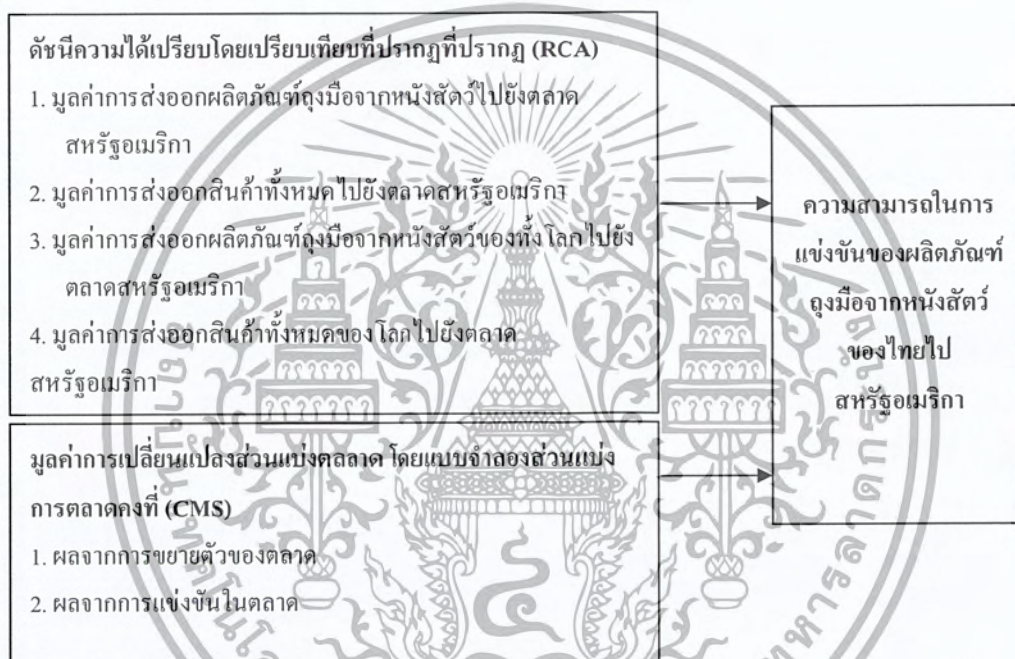
จิราภา (2552) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของปลาหมึกกระป๋องไทยไปประเทศออสเตรเลีย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตลาดส่งออกปลาหมึกกระป๋องของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกปลาหมึกกระป๋องของไทยไปกับคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในตลาดออสเตรเลีย การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของปลาหมึกกระป๋องไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกปลาหมึกกระป๋องไทยไปยังตลาดออสเตรเลียในช่วงปี พ.ศ. 2537-2551 จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกปลาหมึกกระป๋องไปยังประเทศออสเตรเลียเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย โดยพิจารณาผลจากการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทั้งสองช่วงเวลาคือ 40.53 และ 28.36 และมีค่ามากกว่าคู่แข่ง และเมื่อพิจารณาผลสรุปวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่พบว่ามูลค่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกกระป๋องของไทยเพิ่มมากขึ้น โดยปัจจัยที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือผลกระทบร่วมหรือผลจากปรับการส่งออกที่ถูกกีดกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนและการส่งเสริมการส่งออกของทางภาครัฐและเอกชนเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการเพิ่มมูลค่าการส่งออก จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกปลาหมึกกระป๋องไปยังประเทศออสเตรเลียมากขึ้น และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ พบว่าปัจจัยที่ผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์คือ รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศออสเตรเลีย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และราคาส่งออกปลาหมึกกระป๋องของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 8.011 1.150 และ -1.054 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

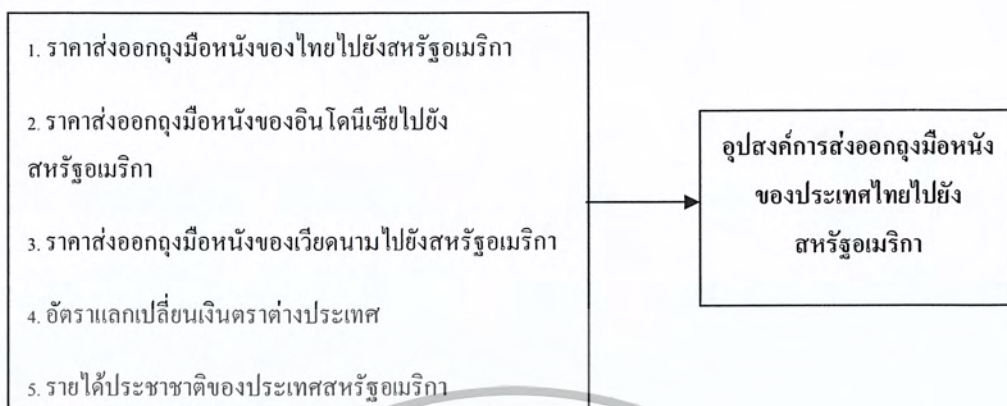
กรอบแนวความคิด

กรอบแนวความคิดของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและอุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้ (ภาพที่ 6 และ 7) ได้มาจากการตรวจสอบทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วน ประกอบด้วยการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทย (กรอบแนวความคิดที่ 1) ได้เลือกวิธีการศึกษา 2 วิธีประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งการวิเคราะห์ค่า RCA นั้นจะอยู่ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งในการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นกับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าดังกล่าว ในการส่งออกทั้งหมดทั่วโลก ดังนั้น จึงสามารถใช้แนวคิดวิธีการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง ในแต่ละสินค้าว่าเป็นอย่างไรในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา โดยตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาคือ มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของโลกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ทั้งนี้ในการนำค่า RCA มาใช้นั้นมีข้อจำกัดคือ การคำนวณค่า RCA มีการใช้ข้อมูลส่งออกหรือนำเข้า แต่ไม่ได้เชื่อมโยงไปให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการทางการผลิตของสินค้าชนิดนั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้มีการวิเคราะห์ค่า RCA ร่วมกับ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่มาใช้เพื่อวัดการขยายตัวของ การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยและประเทศคู่แข่งในช่วงเวลาที่แตกต่างกันซึ่งแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่า เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาด หรือ ผลจากการแข่งขันในตลาด และการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออก (กรอบแนวความคิดที่ 2) ด้วยแบบจำลองอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังที่สำคัญซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีอุปสงค์ที่ได้กล่าวไว้แล้วในกรอบแนวคิดทางทฤษฎีคือ ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่ง นั่นคือประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเวียดนาม และประเทศฟิลิปปินส์เนื่องจากเป็น

ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีปริมาณการส่งออกและสภาพการณ์ใกล้เคียงกับการส่งออกของประเทศไทย รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถูงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา และนำผลจากการศึกษาสองส่วนมาประกอบ เพื่อใช้ในการศึกษา และสามารถนำผลการศึกษามาใช้เพื่อการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ถูงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 6 กรอบแนวความคิดที่ 1 ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์ถูงมือหนังของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 7 กรอบแนวความคิดที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในตลาดสหรัฐอเมริกา

1. ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มีความมากกว่า 1 และมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกว่าประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซียและประเทศฟิลิปปินส์
2. ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของตลาด
3. ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากการแข่งขัน

สมมติฐานในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

1. ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

3. ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

4. รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา



บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในส่วนของบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษาซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยแบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานยุทธศาสตร์พาณิชย์ เป็นต้น

2. ข้อมูลทางการค้าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลจากรหัสสินค้า HS-420321 ถุงมือหนัง โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2552 (United Nation Commodity, 2010) และข้อมูลที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ในรูปแบบจำลองอุปสงค์ดังนี้

2.1 ราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากกรมศุลกากรของประเทศไทย

2.2 ราคาส่งออกถุงมือหนังของอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

2.3 ราคาส่งออกถุงมือหนังของเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

2.4 ราคาส่งออกถุงมือหนังของฟิลิปปินส์ไปยังสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากฝ่ายสถิติข้อมูลการค้า องค์การสหประชาชาติ

2.5 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากธนาคารแห่งประเทศไทย

2.6 รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากกระทรวงพาณิชย์ประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 โดยมีที่มาจากธนาคารกลางแห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาในเรื่องสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมสถานการณ์ การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทย และได้นำข้อมูลทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกและนำมาได้นำมาวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ (constant market share model : CMS) ร่วมกับการคำนวณเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) เพื่อนำค่าที่ได้จากการคำนวณมาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง โดยศึกษาจากข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2544 -2552 เพื่อดูแนวโน้มของความได้เปรียบในช่วงอดีตจนถึงปัจจุบัน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาทั้งสองส่วนประกอบกันจะทำให้ทราบถึงความได้เปรียบในแข่งขันส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศสหรัฐอเมริกาไทยไปยัง และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยวิเคราะห์จากแบบจำลองอุปสงค์ โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2540-2552 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายและกำหนดกลยุทธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไปนสหรัฐอเมริกา มีดังนี้คือ

1. การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏใช้สูตรดังนี้

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

โดยที่

$$RCA_{ik} = \text{ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศ } i \text{ ไปยังสหรัฐอเมริกา}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- X_{ik} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศ I ไปยังสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
- X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
- X_{wk} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลกไปสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
- i = ประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
- i = 1 คือประเทศไทย
- i = 2 คือประเทศเวียดนาม
- i = 3 คือประเทศอินโดนีเซีย
- i = 4 คือประเทศฟิลิปปินส์

2. การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ที่ใช้ในการคำนวณหาผลด้านต่างๆ เพื่ออธิบายการขยายตัวของการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง คือ ผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จะพิจารณาผลกระทบ 2 ปัจจัย ได้แก่ ผลจากการขยายตลาด และ ผลจากการแข่งขันในตลาด

3. การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออก โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression model) ดังนี้คือ

แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

$$X_i = f(P_i, P_1, P_2, P_3, P_4, NI_{USA}, ER)$$

กำหนดให้

- X_i = ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วย)
- P_i = ราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
- P_1 = ราคาส่งออกถุงมือหนังของอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)

P_v	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
P_{ph}	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)
NI_{USA}	=	รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (เหรียญสหรัฐ/คน)
ER	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐ/บาท

สำหรับการศึกษาผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยทำการวิเคราะห์หัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงพหุ (multiple regression modthod) ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least square) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผลการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่า R^2 , Adjust R^2 , t-statistics, F-statistic และค่า Durbin-Watson โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่า R^2 (coefficient of determination) เป็นค่าที่อธิบายถึง สัดส่วนหรือร้อยละที่ตัวแปรอิสระมีส่วนในการในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามมากหรือน้อยเพียงใด โดยค่า R^2 มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งหาก R^2 เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามได้มาก แต่ถ้าค่า R^2 เข้าใกล้ 0 แสดงว่าแสดงว่าตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามได้น้อย

Adjusted R^2 (adjusted coefficient of determination) เป็นค่าที่อธิบายผลเช่นเดียวกับค่า R^2 แต่มีความแตกต่างกันตรงที่ค่า Adjusted R^2 จะคำนึงถึงขั้นแห่งความอิสระ (degree of freedom) ของค่า error sum of square และ total sum of square แต่ค่า R^2 จะไม่คำนึงถึงขั้นแห่งความอิสระของค่าทั้ง 2 ดังกล่าวข้างต้น

ค่า t-statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด

ค่า F-statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด ในกรณีที่สมการมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป

ค่า Durbin-Watson เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบว่าสมการที่สร้างขึ้นเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (autocorrelation) หรือไม่ ซึ่งเป็นสภาพที่ค่าความผิดพลาด (error term) มีความสัมพันธ์กันในแต่ละกลุ่มของตัวแปรอิสระ

การเลือกใช้แบบจำลองสมการอุปสงค์ โดยการกำหนดสมการออกเป็น 4 รูปแบบ คือ สมการแบบเส้นตรง สมการกึ่งล็อก สมการล็อกคู่ และสมการอินเวอร์สล็อก โดยจะพิจารณาเลือกใช้แบบจำลอง ตามสมการที่ให้ผลเหมาะสม ซึ่งพิจารณาจาก ค่าความคลาดเคลื่อน (MSE) ที่น้อยที่สุด ค่า R^2 และค่า Durbin-Watson ที่อยู่ในช่วง 1.5-2.5 ซึ่งเป็นช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (อิฐิรัตน์, 2552)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ส่วนที่หนึ่งการศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนที่สองการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยกับประเทศคู่แข่ง ได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) และวิเคราะห์ผลกระทบด้านต่างๆที่มีผลต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (constant market share model : CMS) และส่วนที่สามการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ทำการศึกษาข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2545 -2552 ซึ่งเกิดสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทั้งโดยตรงและทางอ้อมดังนี้

1. สถานการณ์ทางการเมือง ซึ่งประเทศไทยเริ่มมีการชุมนุมทางการเมืองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 -2553 โดยการชุมนุมทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของประเทศ และในปี พ.ศ. 2551 เกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทและเงินดอลลาร์สหรัฐฯ จากการตรวจสอบข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2545 – 2552 พบว่า เงินบาทไทยมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อเงินบาทแข็งค่าจะส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ซึ่งรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง

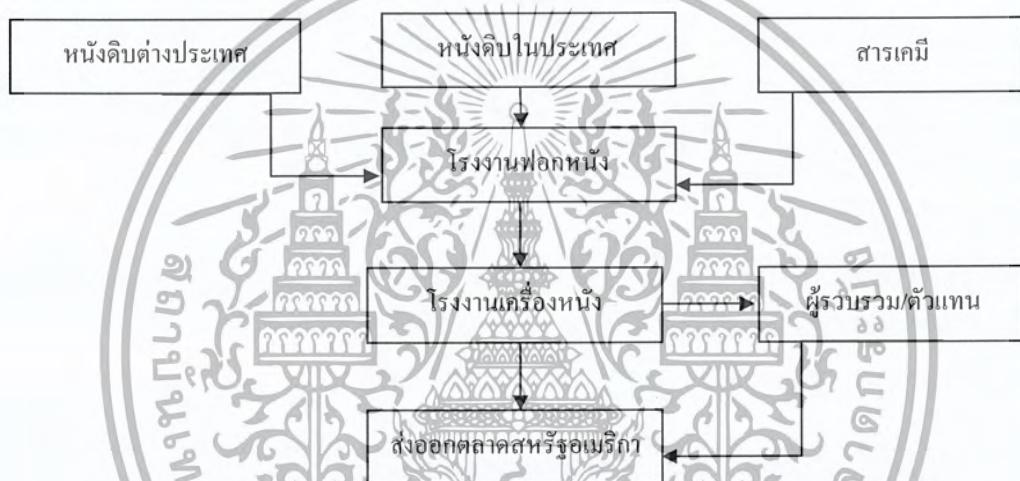
ดังนั้นผลการศึกษาที่ได้ ต้องมีความระมัดระวังในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อไป

การส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังจากประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยประกอบไปด้วยสองอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งอุตสาหกรรม โดยเริ่มต้นที่อุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมฟอกหนัง โดย อุตสาหกรรมฟอกหนังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนสูง มีกระบวนการในการนำหนังดิบ มาทำการฟอกเพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังชนิดต่างๆ ในขั้นต่อไป และในอุตสาหกรรมปลายน้ำ นั่นคือ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง โดยนำหนังที่ผ่านการฟอกแล้วมาผลิตต่อจนได้เป็นผลิตภัณฑ์ หลักงานกระบวนการการผลิตแล้วจะเข้าสู่กระบวนการจัดจำหน่าย ซึ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในส่วนใหญ่เป็นตลาดส่งออกในต่างประเทศ ซึ่งประเทศที่มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังจากประเทศไทยมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และประเทศ แคนาดา ตามลำดับ โดยตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้าถุงมือหนังจากไทยมากที่สุดอยากเห็น ได้ชัด



ภาพที่ 8 โครงสร้างอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยเพื่อส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย โดยมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยเมื่อพิจารณาในภาพรวมมีแนวโน้มที่สำหรับส่วนครองตลาด ช่วงปี พ.ศ. 2545 -2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับที่คงที่มีการแกว่งตัวขึ้นลงเล็กน้อยอยู่ในช่วงร้อยละ 14.86 – 17.37 ส่วนครองตลาดเฉลี่ยช่วงปีพ.ศ.2545-2548 อยู่ที่ ร้อยละ ส่วนครองตลาดเฉลี่ยช่วงปีพ.ศ.2549-2552 อยู่ที่ ร้อยละ 15.57 โดยมีส่วนครองตลาดสูงสุดในปี พ.ศ. 2549 และส่วนแบ่งตลาดต่ำสุดในปี พ.ศ. 2550 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 7 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

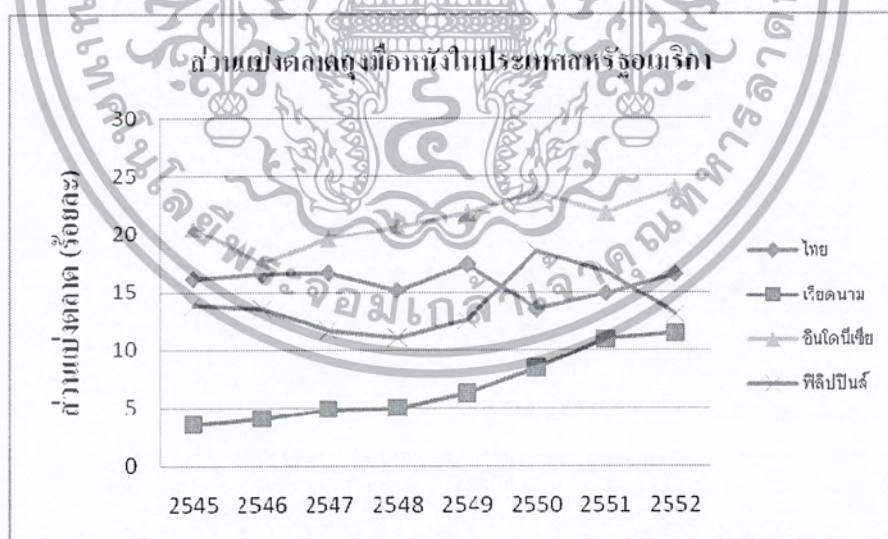
ประเทศ	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552
ไทย	33.38 (16.13)	34.81 (16.54)	34.54 (16.65)	33.72 (15.15)	41.34 (17.37)	32.40 (13.51)	33.29 (14.86)	32.34 (16.52)
เวียดนาม	7.34 (3.55)	8.52 (4.05)	10.07 (4.86)	11.01 (4.95)	14.90 (6.26)	20.14 (8.40)	24.51 (10.94)	22.32 (11.41)
อินโดนีเซีย	42.34 (20.46)	34.67 (17.42)	40.68 (19.61)	45.94 (20.65)	51.96 (21.83)	56.57 (23.59)	48.88 (21.81)	46.75 (23.89)
ฟิลิปปินส์	28.62 (13.83)	28.38 (13.48)	24.27 (11.69)	26.34 (11.07)	29.9 (12.56)	44.32 (18.48)	37.6 (16.78)	25.57 (13.06)
อื่นๆ	95.3 (46.04)	104.09 (49.45)	97.92 (47.19)	105.5 (47.41)	99.9 (41.97)	86.36 (36.01)	79.82 (35.62)	68.76 (35.13)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือส่วนแบ่งตลาด

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)



ภาพที่ 9 มูลค่าการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่น ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552
ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)



ภาพที่ 10 ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในประเทศสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552
ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในการส่งออกถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศเวียดนาม

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศเวียดนาม ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 มูลค่า 7.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 22.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2552 และในช่วงปี พ.ศ. 2545-2551 มีการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกโดยไม่มีการลดลง

สำหรับส่วนครองตลาด ช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวม ส่วนครองตลาดของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยไม่มีการลดลงของส่วนแบ่งตลาดเลย โดยมีส่วนครองตลาดต่ำสุดในปี พ.ศ. 2545 และส่วนครองตลาดสูงสุดในปี พ.ศ. 2552 ส่วนครองตลาดโดยเฉลี่ยปี พ.ศ. 2545-2548 อยู่ที่ร้อยละ 4.35 และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 อยู่ที่ร้อยละ 9.25 (ตารางที่ 5)

ประเทศอินโดนีเซีย

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 มูลค่า 42.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 56.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเมื่อพิจารณารายปี มูลค่าการส่งออกของอินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกขึ้นสลับลง

สำหรับส่วนครองตลาด ช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวม ส่วนครองตลาดของประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยมีการขึ้นลงแกว่งตัวเล็กน้อยอยู่ในช่วงร้อยละ 17.42 – 23.89 มีส่วนครองตลาดสูงสุดในปี พ.ศ. 2552 และมีส่วนครองตลาดต่ำสุดในปี พ.ศ. 2546 ส่วนครองตลาดเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 อยู่ที่ร้อยละ 19.54 และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 อยู่ที่ร้อยละ 22.78 (ตารางที่ 5)

ประเทศฟิลิปปินส์

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 มูลค่า 28.62

ล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 44.32 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเมื่อพิจารณารายปี มูลค่าการส่งออกของฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สำหรับส่วนครองตลาด ช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 เมื่อพิจารณาในภาพรวม ส่วนครองตลาดของประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มคงที่ โดยมีการขึ้นลงแกว่งตัวเล็กน้อยอยู่ในช่วงร้อยละ 11.07 – 18.48 มีส่วนครองตลาดสูงสุดในปี พ.ศ. 2550 และมีส่วนครองตลาดต่ำสุดในปี พ.ศ. 2548 ส่วนครองตลาดเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 อยู่ที่ร้อยละ 12.52 และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 อยู่ที่ร้อยละ 15.22 (ตารางที่ 5)

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไป ประเทศสหรัฐอเมริกา

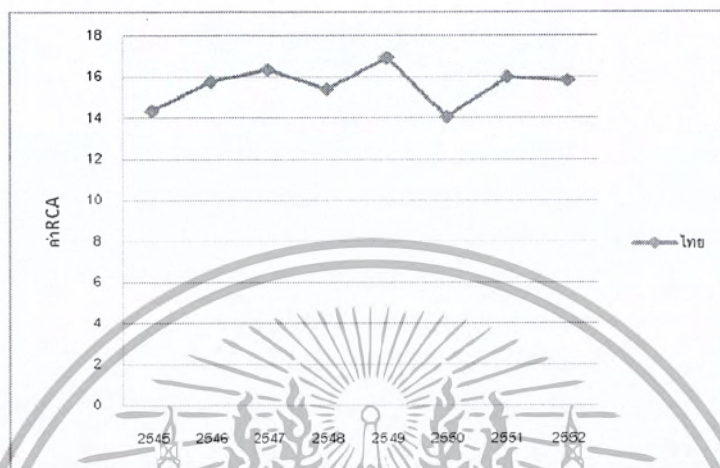
จากการคำนวณค่า RCA พบว่าค่า RCA ของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง โดยค่า RCA เฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 มีค่าเท่ากับ 15.55 และในช่วงปี พ.ศ. 2548-2552 มีค่าเท่ากับ 15.78 โดยปีที่มีค่า RCA ต่ำที่สุดคือปี พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับ 14.07 เมื่อพิจารณาในภาพรวมค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่คงที่ (ภาพที่ 8)

ในประเทศเวียดนาม จากการคำนวณค่า RCA พบว่าค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง โดยค่า RCA เฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 มีค่าเท่ากับ 14.50 และในช่วงปี พ.ศ. 2548-2552 มีค่าเท่ากับ 17.19 โดยปีที่มีค่า RCA ต่ำที่สุดคือปี พ.ศ. 2546 มีค่าเท่ากับ 13.42 เมื่อพิจารณาในภาพรวมค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 9)

ในประเทศอินโดนีเซีย จากการคำนวณค่า RCA พบว่าค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง โดยค่า RCA เฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 มีค่าเท่ากับ 33.10 และในช่วงปี พ.ศ. 2548-2552 มีค่าเท่ากับ 37.38 โดยปีที่มีค่า RCA ต่ำที่สุดคือปี พ.ศ. 2546 มีค่าเท่ากับ 29.11 เมื่อพิจารณาในภาพรวมค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 10)

ในประเทศฟิลิปปินส์ จากการคำนวณค่า RCA พบว่าค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกาทั้ง โดยค่า RCA เฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 มีค่าเท่ากับ 14.54 และในช่วงปี

พ.ศ. 2548-2552 มีค่าเท่ากับ 32.65 โดยปีที่มีค่า RCA ต่ำที่สุดคือปี พ.ศ. 2545 มีค่าเท่ากับ 14.54 เมื่อพิจารณาในภาพรวมค่า RCA ของประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 11)

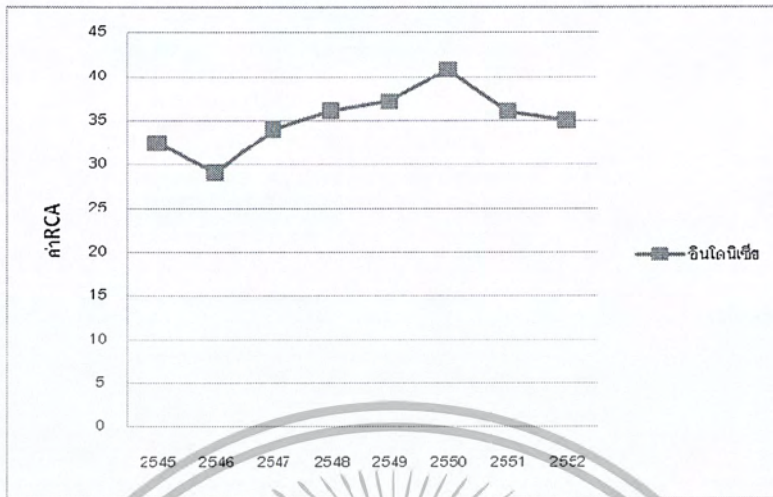


ภาพที่ 11 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552



ภาพที่ 12 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2545-2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

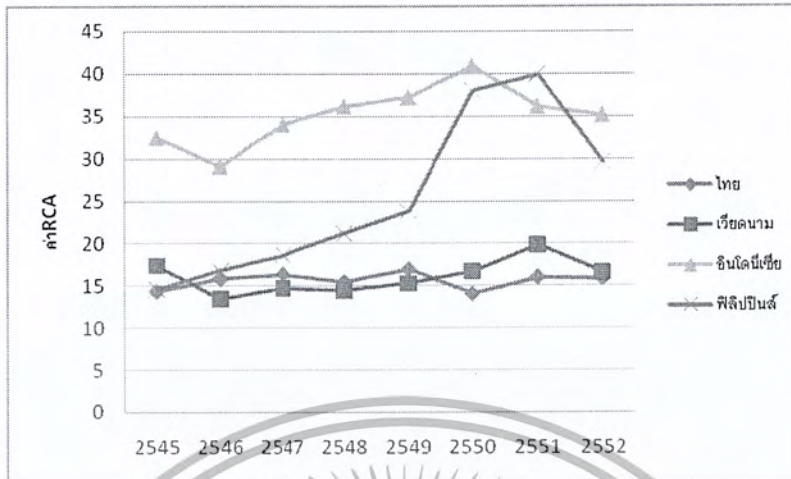


ภาพที่ 13 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกา
ปีพ.ศ.2545-2552



ภาพที่ 14 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ของประเทศฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกา
ปีพ.ศ.2545-2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 ภาพแสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในตลาดสหรัฐอเมริกา ปีพ.ศ.2545-2552

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (a market share analysis model) เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยจะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากแข่งขันในตลาดโดยใช้มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริการายปีเฉลี่ย ระหว่างปี พ.ศ.2545-2548 และปี พ.ศ. 2549-2552 เป็นช่วงระยะเวลาที่ 1 และช่วงระยะเวลาที่ 2 ตามลำดับเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าในปีใดปีหนึ่ง ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ประเทศไทย

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงปี พ.ศ. 2545 -2548 มูลค่า 0.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยผลจากการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดมีผลมาจาก ผลจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาด

เท่ากับ 2.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 276.71 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมีผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันเท่ากับ -1.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ -176.71 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 7)

ประเทศอินโดนีเซีย

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 มูลค่า 10.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยผลจากการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดมีผลมาจาก ผลจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเท่ากับ 2.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 23.69 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมีผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันเท่ากับ 7.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 76.31 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 7)

ประเทศเวียดนาม

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 มูลค่า 11.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยผลจากการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดมีผลมาจาก ผลจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเท่ากับ 88.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 788.95 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมีผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันเท่ากับ -77.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ -688.95 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 7)

ประเทศฟิลิปปินส์

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 มูลค่า 7.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยผลจากการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดมีผลมาจาก ผลจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเท่ากับ 1.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 20.65 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมีผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันเท่ากับ 6.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับร้อยละ 79.35 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 8 ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ.2545-2548 และปี พ.ศ.2549-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้าถุงมือหนัง			
	เฉลี่ยปี 2545-2548	ร้อยละ	เฉลี่ยปี 2549-2552	ร้อยละ
ไทย	34.11	16.10	34.84	15.52
อินโดนีเซีย	40.91	19.30	51.04	22.74
เวียดนาม	9.4	4.44	20.47	9.12
ฟิลิปปินส์	26.90	12.70	34.35	15.31
ปริมาณนำเข้าทั้งหมด	211.86	100	224.41	100

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2545-2548 ณ ระดับการส่งออกปี 2549-2552 ($S_{ไทย}$)

$$S_{ไทย} = 0.161 \times 224.41 = 36.13$$

ส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซียในปี 2545-2548 ณ ระดับการส่งออกปี 2549-2552 ($S_{อินโดนีเซีย}$)

$$S_{อินโดนีเซีย} = 0.193 \times 224.41 = 43.31$$

ส่วนแบ่งตลาดของเวียดนามในปี 2545-2548 ณ ระดับการส่งออกปี 2549-2552 ($S_{เวียดนาม}$)

$$S_{เวียดนาม} = 0.443 \times 224.41 = 99.41$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2545-2548 ณ ระดับการส่งออกปี 2549-2552 ($S_{ฟิลิปปินส์}$)

$$S_{ฟิลิปปินส์} = 0.127 \times 224.41 = 28.50$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย อินโดนีเซีย และ เวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)

	ไทย		อินโดนีเซีย		เวียดนาม		ฟิลิปปินส์	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาด								
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	0.73	100	10.13	100	11.23	100	7.75	100
ผลการเปลี่ยนแปลง ขนาดของตลาด	2.02	276.71	2.4	23.7	86.6	722.95	1.6	20.65
ผลการเปลี่ยนแปลงการ แข่งขันในตลาด	-1.29	-176.71	7.73	76.30	-77.37	-688.95	6.15	79.35

ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศ สหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไป ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) โดยใช้สมการถดถอยเชิง พหุ ซึ่งใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square: OLS) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของ ตัวแปรอิสระต่างๆ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์กับปริมาณการส่งออก ในสมการอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งใช้ข้อมูล ในช่วงปี พ.ศ. 2540 -2552 ทั้งนี้สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์การส่งออก ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

$$X_t = f(P_t, P_v, P_i, P_{ph}, NI_{usa}, ER)$$

กำหนดให้

$$X_t = \text{ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

P_i	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา
P_v	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของเวียดนามไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา
P_i	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของอินโดนีเซียไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา
P_{ph}	=	ราคาส่งออกถุงมือหนังของฟิลิปปินส์ไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา
NI_{usa}	=	รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา
ER	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีหน่วยเหรียญสหรัฐ/บาท

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผลจากการประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least square) โดยพิจารณาจากตารางที่ 8 ซึ่งใช้หลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ได้รูปแบบฟังก์ชันที่เหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นรูปแบบของฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ (double-log demand function) โดยพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อน (MSE) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.004 ค่า R^2 เท่ากับ 0.998 และมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.475 จึงเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมในการวิเคราะห์

ทั้งนี้สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา มีตัวแปรตามคือ ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา (X_t) และมีตัวแปรอิสระทั้งหมด 6 ตัวคือ ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P) ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P_v) ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P_i) ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P_{ph}) รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศ

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบผลการประมาณสมการอุปสงค์ในรูปแบบฟังก์ชันต่างๆ เพื่อใช้ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

รูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา			ความมีนัยสำคัญ
	เครื่องหมายสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ	ค่าส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ย (MSE)	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	
แบบเส้นตรง	เป็นไปตามสมมติฐาน 6 ตัว	1,173,196,482,594.911	0.885	มี 1 ตัวที่ 0.01
แบบกึ่งล็อก	เป็นไปตามสมมติฐาน 6 ตัว	243,469,549,413.296	0.976	มี 1 ตัวที่ 0.01
แบบล็อกคู่	เป็นไปตามสมมติฐาน 4 ตัว	0.004	0.998	มี 2 ตัวที่ 0.01 , 0.05
แบบอินเวอร์สล็อก	เป็นไปตามสมมติฐาน 5 ตัว	0.043	0.976	มี 1 ตัวที่ 0.01

และพบตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (multicollinearity) ส่งผลให้ค่า R^2 อยู่ในระดับสูงแต่มีตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่ำ และส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของแบบจำลองอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ตัวแปรรายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา (NI_{USA}) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของไทย (P_t) และตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนาม (P_v) ตัวแปรราคาส่งออกของประเทศเวียดนาม (P_v) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย (P_t) และตัวแปรราคาส่งออกของถุงมือหนังประเทศอินโดนีเซีย (P_i) ตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ (P_{ph}) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรรายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา (NI_{USA}) ดังที่แสดงผลไว้ในตารางภาคผนวกที่ 19 ผู้ทำการศึกษาจึงปรับรูปแบบของแบบจำลองอุปสงค์โดยจัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญและตัวแปรที่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันออกจากแบบจำลองอุปสงค์ โดยจัดตัวแปรรายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา (NI_{USA}) เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์กับตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย (P_t) มีความสัมพันธ์ตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนาม (P_v) และยังมีสัมพันธ์กับตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยฟิลิปปินส์ (P_{ph}) จัดตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนาม (P_v) เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์กับตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยอินโดนีเซีย (P_i) และตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย (P_t) รวมทั้งจัดตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยฟิลิปปินส์ (P_{ph}) เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำให้แบบจำลองอุปสงค์ มีตัวแปรตามคือ ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (X_t) ตัวแปรอิสระที่นำมาสร้างในแบบจำลองอุปสงค์ คือตัวแปรที่มีนัยสำคัญในแบบจำลองขั้นต้น คือราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย (P_t) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ER) และตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญ คือราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซีย (P_i) เนื่องจากเป็นตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแทนของประเทศคู่แข่งขั้นต้นที่สำคัญ จึงคงตัวแปรราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไว้ในแบบจำลองอุปสงค์ จะได้แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริการูปแบบดังนี้

$$X_t = f(P_t, P_{ph}, ER)$$

จากแบบจำลองของสมการ มีผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆดังต่อไปนี้

$$\ln X_t = 10.705 - 1.106 \ln P_t + 0.284 \ln P_i - 0.604 \ln ER$$

(t-statistics) (14.137) (-34.425)*** (0.813)^{NS} (-2.947)**

ค่า $R^2 = 0.995$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่า Adjusted R ²	=	0.994
ค่า Durbin-Watson	=	2.531
ค่า F-statistics	=	616.216
**	แสดงระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95	
***	แสดงระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99	
NS	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	

จากสมการพบว่าค่า R² จำนวน 0.995 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกของหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 99.5 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ส่วนอีกร้อยละ 0.05 เป็นอิทธิพลมาจากปัจจัยอื่นๆ นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สมการมีค่า F-statistics จำนวน 616.216 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า Durbin-Watson จำนวน 2.531 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา

สำหรับตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ตัว คือ ราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P) ราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P_{อินโดนีเซีย}) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีหน่วยเหรียญสหรัฐ/บาท (ER) นั้นมีทิศทางความสัมพันธ์กับตัวแปรถูกต้องตามสมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ ราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีหน่วยเหรียญสหรัฐ/บาท มีค่าเป็นลบ หมายความว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์เพื่อการส่งออกของมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นบวก หมายความว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์เพื่อการส่งออกของมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม จากค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ด้วย t-statistics ราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (P) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเหรียญสหรัฐต่อบาท (ER) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเมื่อพิจารณาค่า Beta พบว่าราคาส่งออกของมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคา

ผู้บริโภครของประเทศไทย (P) มีค่าเท่ากับ -1.019 และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเหรียญสหรัฐต่อบาท (ER) มีค่าเท่ากับ -0.71 ในส่วนของราคาส่งออกถูงมือหนึ่งของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย (P) นั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกถูงมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

เนื่องจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในรูปแบบล็อกคู่ ดังนั้นจึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาอธิบายความยืดหยุ่นได้ ทั้งนี้หากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มากกว่า (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่าอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้ามถ้าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะน้อยกว่า 1 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่าอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าของสัมประสิทธิ์หรือความยืดหยุ่นจากสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (X_t) กับราคาส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย (P) เป็นไปในทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา มีค่า -1.106 หมายความว่า เมื่อราคาส่งออกถูงมือหนึ่งของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1.106 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (X_t) กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐต่อบาท (ER) เป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์เพื่อการส่งออกถูงมือหนึ่งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐต่อบาทมีค่าเท่ากับ -0.604 ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มมากขึ้น (เงิน

บาทแข็งตัวขึ้น) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม มีปริมาณลดลงร้อยละ 0.604

ดังนั้นปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีความยืดหยุ่นมาก ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และมีความยืดหยุ่นน้อยต่อ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐฯต่อบาท ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกถุงมือหนังของ ไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ได้ผลทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
2. ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศเหรียญสหรัฐฯต่อบาท มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของ ไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ความหมายเชิงนโยบายของการวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

จากผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อให้สามารถตอบสนองอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังได้อย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์

คือ ปัจจัยราคาซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับความสนใจและนำมาใช้อยู่เสมอ ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการส่งออกถุงมือหนังต่อราคาส่งออกของประเทศไทยมีค่าเท่ากับ -1.106 กล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นของปริมาณอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาคือราคาส่งออกของประเทศไทย มีความยืดหยุ่นมาก ดังนั้นประเทศไทยจึงควรกำหนดนโยบายปรับลดราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออก แต่ทั้งนี้ในการปรับลดราคาส่งออกถุงมือหนังลงนั้น ก็อาจทำให้กำไรสุทธิต่อหน่วยลดลงได้เช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่างๆของตนให้มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษากำไรสุทธิต่อหน่วยแล้ว ยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งระยะสั้นและระยะยาวของผู้ประกอบการด้วย

นอกจากนี้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เหรียญสหรัฐต่อบาท ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของไทย โดยจากสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่ามีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.604 ดังนั้นรัฐจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนไม่ให้แข็งค่ามากเกินไปทั้งนี้เพื่อรักษาและเพิ่มปริมาณกับมูลค่าการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมเครื่องหนังของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการหลายขั้นตอน โดยในแต่ละขั้นต้องใช้แรงงานจากมนุษย์แทบทั้งสิ้น อุตสาหกรรมเครื่องหนังจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศ เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าที่เป็นเครื่องหนังของประเทศไทย พบว่า สินค้าในหมวดเครื่องหนังที่มีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับต้นๆคือ ถุงมือหนัง กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย และเข็มขัด และประเทศที่นำเข้าสินค้าเครื่องหนังจากประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มสหภาพยุโรป และประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง การศึกษาในครั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ ผู้ศึกษาไม่สามารถทำการศึกษาค้นคว้าเครื่องหนังได้ครบทุกประเภท จึงเลือกทำการศึกษาเพียงผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง โดยเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง เพราะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากอย่างชัดเจน และมีแนวโน้มที่จะสามารถขยายตัวได้ในอนาคต และเลือกศึกษาในตลาดสหรัฐอเมริกาเพราะเป็นประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังจากไทยมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ศึกษาความสามารถทางการแข่งขัน โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดถุงมือหนังของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกเครื่องหนังของไทย โดยใช้แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกเครื่องหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลการศึกษาทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถนำมาใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย และช่วยให้ผู้ประกอบการส่งออกถุงมือหนังใช้ในการปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา

การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 ถุงมือหนังของประเทศไทยกว่าร้อยละ 60 ถูกส่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นประเทศสหรัฐอเมริกาจึงเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญ ผลจากการศึกษาพบว่ามูลค่าการส่งออกถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ในทางกลับกันส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยกลับมีแนวโน้มคงที่ ผลการศึกษาของของประเทศเวียดนาม พบว่ามูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้น ผลการศึกษาของประเทศอินโดนีเซีย พบว่ามูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ส่วนแบ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดมีแนวโน้มคงที่ และผลการศึกษาของประเทศฟิลิปปินส์ พบว่ามูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มคงที่

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์ถุงมือของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ค่า RCA ของไทย ทั้งสองช่วงมีค่าเป็นบวก ค่าเฉลี่ยปีพ.ศ. 2545-2548 มีค่าเท่ากับ 15.55 และ พ.ศ. 2549-2552 มีค่าเท่ากับ 15.77 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา แต่เมื่อพิจารณาแนวโน้มของค่า RCA พบว่ามีแนวโน้มคงที่ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ ประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามพบว่า ค่า RCA เฉลี่ยของประเทศเวียดนามในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 มีค่าเท่ากับ 14.49 และช่วงปี พ.ศ. 2548-2552 มีค่าเท่ากับ 17.19 และมีแนวโน้มคงที่ขึ้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศเวียดนามและประเทศไทย พบว่าอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันมาก ในส่วนของประเทศอินโดนีเซีย ค่า RCA เฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2454-2548 มีค่าเท่ากับ 33.09 และ ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 มีค่าเท่ากับ 37.38 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์พบว่า ค่า RCA เฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2545-2548 มีค่าเท่ากับ 17.77 และในช่วง พ.ศ.2549-2552 มีค่าเท่ากับ 36.65 ดังนั้นเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย ประเทศเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา มากที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย รองลงมา คือ ประเทศฟิลิปปินส์ ส่วนประเทศไทยและเวียดนามซึ่งอยู่ในระดับเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งของไทย เวียดนามและอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ด้วยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในสองช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 พบว่าประเทศไทยมีผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 0.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่มีต่อการขยายของส่วนแบ่งตลาดคือผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด โดยมีมูลค่าเท่ากับ 2.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน โดยมีมูลค่าเท่ากับ

-1.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประเทศเวียดนามมีผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 11.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่มีต่อการขยายของส่วนแบ่งตลาดคือผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด โดยมีมูลค่าเท่ากับ 88.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน โดยมีมูลค่าเท่ากับ -77.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประเทศอินโดนีเซียมีผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนึ่งไปยังประเทศ

สหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 10.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่มีต่อการขยายของส่วนแบ่งตลาดคือผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด โดยมีมูลค่าเท่ากับ 2.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน โดยมีมูลค่าเท่ากับ 7.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประเทศฟิลิปปินส์มีผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 7.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่มีต่อการขยายของส่วนแบ่งตลาดคือผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด โดยมีมูลค่าเท่ากับ 1.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผลการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน โดยมีมูลค่าเท่ากับ 6.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบการถดถอยเชิงซ้อน ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา ซึ่งได้กำหนดตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ตัว โดยจากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ด้วย t -statistics พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย คือ ราคาส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีผู้ราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยอุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา มีความยืดหยุ่นมาก ต่อราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -1.106 และ มีความยืดหยุ่นน้อยต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาท โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.604

จากการศึกษาพบว่าประเทศไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งสี่ประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่ามีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และประเทศที่มีความได้เปรียบมากที่สุดคือ ประเทศอินโดนีเซีย และเมื่อพิจารณา ร่วมกับการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าการขยายตัวของมูลค่าส่งออกของประเทศไทยมีผลมาจากขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก แต่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นลบแสดงว่าประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังเพิ่มขึ้น โดยอาศัยการขยายตัวของตลาดแต่ไม่มีความสามารถในการแข่งขันจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในตลาดสหรัฐอเมริกา และเมื่อพิจารณา ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จะพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ คือราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาท ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมีการปรับนโยบาย

ทางการผลิตถุงมือหนัง โดยการควบคุมต้นทุนเพื่อให้ราคาสินค้าต่อหน่วยลดลง ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณการส่งออกถุงมือหนัง และรัฐควรควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่ให้แข็งค่าจนเกินไป เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย เวียดนาม และอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกา และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนต่างตลาดผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกมากที่สุดคือ ผลจากการขยายตัวของตลาด และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญ คือ ราคากว้างของถุงมือหนังของไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เหรียญสหรัฐต่อบาท ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาจึงได้นำผลการศึกษาเสนอแนะแนวทางดังนี้

1. พัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบการควรพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความโดดเด่นกว่าสินค้าจากประเทศคู่แข่งอื่น โดยระดับความได้เปรียบทางด้านแรงงานที่มีจำนวนมากและสามารถพัฒนาให้มีฝีมือได้

2. บริหารต้นทุนโดยผู้ประกอบการพัฒนาเทคนิคการผลิตในขั้นตอนต่างๆ เพื่อลดต้นทุน เช่นการใช้เครื่องจักรแทนแรงงานในกระบวนการบางขั้นตอนจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการควรลดราคาสินค้าเนื่องจากราคามีผลกระทบต่ออุปสงค์ ทั้งนี้การลดราคาสินค้าผู้ประกอบการควรลดราคาโดยพิจารณาให้เหมาะสมกับต้นทุนเพื่อให้เกิดกำไรและไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้การตลาดก็มีส่วนในการสร้างความได้เปรียบ ผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมการขาย โดยการให้ส่วนลดปริมาณหรือส่วนลดเงินสด ซึ่งจะช่วยให้ส่งผลต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าและการนำสินค้าจัดแสดงในงานนิทรรศการทางการค้าต่างๆ

นอกจากนี้ทางภาครัฐควรช่วยกำหนดนโยบายเพื่อช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการ โดย ลดภาษี การนำเข้าและควบคุมราคาวัตถุดิบที่จำเป็นต่อการผลิตถุงมือหนัง และรักษาเสถียรภาพอัตรา แลกเปลี่ยนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพื่อไม่กระทบต่อปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมแรงงานอุตสาหกรรม. 2551. ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องหนังที่จดทะเบียน. [Online]. Available: <http://www.diw.go.th/diw/data1search.asp>. 12 กันยายน 2553.

กรมศุลกากร. 2553. ข้อมูลการนำเข้าส่งออกของประเทศไทย. [Online]. Available: http://www.customsclinic.org/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=4%3Aimport-and-export-statistic-&Itemid=222&lang=th. 17 สิงหาคม 2553.

จิตรกร คอวนิช. 2547. การศึกษาสภาพและปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋าหนัง. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

จิราภา เจริญพานิช. 2552. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของปลาทูน่ากระป๋องไทยไปประเทศออสเตรเลีย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ณัชชา สมจันทร์. 2551. การศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการเครื่องหนังไทยเพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมและวิสาหกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ทรงสุดา ขนด้นิยม. 2548. ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของประเทศไทยในตลาดที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีรพล จิรวัดน์จรรยา. 2534. อุปสงค์การนำเข้า : ศึกษาโดยใช้ตารางปัจจัย-ผลผลิต. วิทยานิพนธ์
เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญภา เขาวิลาส. 2547. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกอัญมณี
และเครื่องประดับของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เขาวนิจ แซ่ตั้ง. 2548. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รตี จันทราทิพย์. 2551. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกผลิตภัณฑ์
พลาสติก. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วันสนันท์ ลีสกุลรักษ์. 2540. การพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไป
ประเทศญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิต
วิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สมพงษ์ เพ็ญอารมณ. 2549. ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณ ชลภักดี. 2544. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปฮ่องกง.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อิฐิรต์นั ดาปน. 2551. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏการส่งออกธงเท้า และผลิตภัณฑัเครื่องหนงของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา. วิทยานพนธ์เศรษฐศาสตรั มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรั. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Bureau of Economic Analysis. 2010. **U.S. National income**. [Online]. Available:

<http://www.bea.gov/national/index.htm#gdp/>. 20 December 2010.

Cramer and Ochsner. 1976. **An economic analysis of the export market for Montana wheat**.

Montana Agricultural Experiment Station. Montana State University.

United Nation Statistics Division. 2010. **Import and Export value**. [Online]. Available:

<http://comtrade.un.org/db/>. 17 August 2010.

World Bank. 2010. **Consumer Price Index of U.S.A.** [Online]. Available:

<http://search.worldbank.org/data?qterm=Consumer%20price%20index&language=EN&format=html/>. 20 December 2010.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2545	33.38	13,506.54	206.98	1,202,284.49	14.36
2546	34.81	13,671.64	210.47	1,305,091.63	15.79
2547	34.54	15,502.66	207.48	1,525,268.51	16.38
2548	33.72	17,024.77	222.51	1,732,320.80	15.42
เฉลี่ย	34.11	14,926.40	211.86	1,441,241.36	15.55
2549	41.34	19,646.95	238.00	1,918,997.09	16.97
2550	32.40	19,372.06	239.79	2,017,120.78	14.07
2551	33.29	20,097.78	224.10	2,164,834.03	16.00
2552	32.34	16,684.95	195.74	1,601,895.82	15.86
เฉลี่ย	34.84	18,950.44	224.41	1,925,711.93	15.78

หมายเหตุ : RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการส่งสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือ
หนังของเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2545	7.34	2,453.23	206.98	1,202,284.49	17.38
2546	8.52	3,939.56	210.47	1,305,091.63	13.42
2547	10.07	5,026.61	207.48	1,525,268.51	14.73
2548	11.01	5,927.44	222.51	1,732,320.80	14.47
เฉลี่ย	9.24	4,336.71	211.86	1,441,241.36	14.49
2549	14.90	7,850.42	238.00	1,918,997.09	15.30
2550	20.14	10,111.43	239.79	2,017,120.78	16.75
2551	24.51	11,902.83	224.10	2,164,834.03	19.89
2552	22.32	11,007.13	195.74	1,601,895.82	16.60
เฉลี่ย	20.47	10,217.95	224.41	1,925,711.93	17.19

หมายเหตุ : RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนัง
ของประเทศเวียดนามที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของเวียดนามไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของเวียดนามไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของโลกไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการส่งสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางภาคผนวกที่ 3 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของอิน โคนีเซีย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2545	42.34	7,570.47	206.98	1,202,284.49	32.48
2546	34.67	7,386.38	210.47	1,305,091.63	29.11
2547	40.68	8,787.07	207.48	1,525,268.51	34.03
2548	45.94	9,889.20	222.51	1,732,320.80	36.17
เฉลี่ย	40.91	8,408.28	211.86	1,441,241.36	33.10
2549	51.96	11,259.14	238.00	1,918,997.09	37.21
2550	56.57	11,644.20	239.79	2,017,120.78	40.87
2551	48.88	13,079.93	224.10	2,164,834.03	36.10
2552	46.75	10,889.08	195.74	1,601,895.82	35.14
เฉลี่ย	51.04	11,718.09	224.41	1,925,711.93	37.38

หมายเหตุ : RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศอิน โคนีเซียที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา
 X_{ik} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของอิน โคนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
 X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของอิน โคนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
 X_{wk} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
 X_w = มูลค่าการส่งสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางภาคผนวกที่ 4 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือ
หนังของฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2552

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2545	28.62	11,430.92	206.98	1,202,284.49	14.54
2546	28.38	10,495.78	210.47	1,305,091.63	16.77
2547	24.27	9,581.37	207.48	1,525,268.51	18.62
2548	26.34	9,693.81	222.51	1,732,320.80	21.15
เฉลี่ย	26.90	10,300.47	211.86	1,441,241.36	17.77
2549	29.90	10,136.51	238.00	1,918,997.09	23.78
2550	44.32	9,812.58	239.79	2,017,120.78	37.99
2551	37.60	9,099.65	224.10	2,164,834.03	39.92
2552	25.57	7,060.92	195.74	1,601,895.82	29.64
เฉลี่ย	34.35	9027.42	224.41	1,925,711.93	32.65

หมายเหตุ : RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือหนัง
ของประเทศฟิลิปปินส์ที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุ้งมือหนังของฟิลิปปินส์ไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของฟิลิปปินส์ไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุ้งมือหนังของโลกไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการส่งสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง
ของประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 5 มูลค่าการส่งออกของทุกชนิดของโลกปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่า
2545	6,217,561
2546	7,269,060
2547	8,811,396
2548	9,944,608
เฉลี่ย 2545-2548	8,060,656
2549	11,606,915
2550	13,193,987
2551	14,922,700
2552	14,058,344
เฉลี่ย 2549-2552	13,445,487

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 6 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังทั้งหมดของโลกไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2545	206.98	106.59	313.57
2546	210.47	171.63	382.10
2547	207.48	185.33	392.81
2548	222.51	181.21	403.72
เฉลี่ย 2545-2548	211.86	161.19	373.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 6 (ต่อ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2549	238.00	210.81	448.81
2550	239.79	285.35	525.14
2551	224.10	321.73	545.83
2552	195.74	255.68	451.42
เฉลี่ย 2549-2552	224.41	268.39	492.80

ที่มา: (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 7 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หนึ่งมือของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2545	33.38	9.37	42.75
2546	34.81	11.11	45.92
2547	34.54	13.15	47.69
2548	33.72	13.08	46.80
เฉลี่ย 2545-2548	34.11	11.68	45.79
2549	41.34	12.07	53.41
2550	32.40	13.28	45.68
2551	33.29	20.26	53.55
2552	32.34	16.83	49.17
เฉลี่ย 2549-2552	34.84	15.61	50.45

ที่มา: (United Nation Statistics Division, 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2545	7.34	3.64	10.98
2546	8.52	7.76	16.29
2547	10.07	12.07	22.15
2548	11.01	13.46	24.48
เฉลี่ย 2545-2548	9.24	9.23	18.47
2549	14.90	12.49	27.39
2550	20.14	16.44	36.58
2551	24.51	15.98	40.50
2552	22.32	16.21	38.54
เฉลี่ย 2549-2552	20.47	15.28	35.75

ที่มา: (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 9 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2545	42.34	13.50	55.84
2546	34.67	10.28	44.95
2547	40.68	9.86	50.53
2548	45.94	14.80	60.74
เฉลี่ย 2545-2548	40.91	12.11	53.01
2549	51.96	18.19	70.16
2550	56.57	21.84	78.41
2551	48.88	23.67	72.55
2552	46.75	20.84	67.60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 9 (ต่อ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
เฉลี่ย 2549-2552	51.04	21.14	72.18

ที่มา: (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศ
สหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2545-2552 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ตลาดอื่นๆ	รวม
2545	28.62	10.22	38.84
2546	28.38	8.13	36.51
2547	24.27	8.97	33.24
2548	26.34	11.06	37.4
เฉลี่ย 2545-2548	26.90	9.60	36.50
2549	29.90	12.64	42.54
2550	44.32	18.08	62.40
2551	37.60	24.17	61.77
2552	25.57	22.41	47.98
เฉลี่ย 2549-2552	34.35	19.33	53.67

ที่มา: (United Nation Statistics Division, 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยัง
ประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางภาคผนวกที่ 11 ปริมาณการส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปี
พ.ศ. 2540-2552 หน่วย(ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก
2540	3,178,254.00
2541	6,238,626.00
2542	6,934,187.00
2543	537,380.00
2544	621,653.00
2545	692,758.00
2546	686,468.00
2547	747,303.00
2548	898,178.00
2549	894,450.00
2550	510,615.00
2551	518,119.00
2552	460,613.00

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 12 ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

พ.ศ. 2540–2552 (เหรียญสหรัฐฯ/หน่วย)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2540	0.11
2541	0.06
2542	0.06
2543	0.57
2544	0.58
2545	0.52
2546	0.54
2547	0.48
2548	0.38
2549	0.45
2550	0.60
2551	0.58
2552	0.64

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 13 ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศเวียดนามไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

พ.ศ. 2540–2552 (เหรียญสหรัฐฯ/หน่วย)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2540	0.10
2541	0.07
2542	0.46
2543	0.45
2544	0.39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 13 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2545	0.43
2546	0.49
2547	0.45
2548	0.23
2549	0.42
2550	0.40
2551	0.41
2552	0.41

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 14 ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
พ.ศ. 2540-2552 (เหรียญสหรัฐ/หน่วย)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2540	0.37
2541	0.33
2542	0.39
2543	0.43
2544	0.41
2545	0.41
2546	0.40
2547	0.36
2548	0.36
2549	0.40
2550	0.42
2551	0.37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 14 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2552	0.43

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 15 ราคาส่งออกถุงมือหนังของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
พ.ศ. 2540–2552 (เหรียญสหรัฐฯ/หน่วย)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2540	0.30
2541	0.28
2542	0.27
2543	0.30
2544	0.28
2545	0.24
2546	0.22
2547	0.25
2548	0.24
2549	0.20
2550	0.23
2551	0.27
2552	0.25

ที่มา : (United Nation Statistics Division, 2010)

ตารางภาคผนวกที่ 16 รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2540-2552

(เหรียญสหรัฐ/คน)

ปี พ.ศ.	รายได้ประชาชาติ
2540	27,665.30
2541	29,168.89
2542	30,660.31
2543	31,698.23
2544	32,228.77
2545	32,782.23
2546	33,931.72
2547	35,952.22
2548	38,125.8
2549	40,305.53
2550	41,115.75
2551	41,267.83
2552	39,820.85

ที่มา : (International Monetary Fund,2010)

ตารางภาคผนวกที่ 17 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2540-2552

(เหรียญสหรัฐ/บาท)

ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยน
2540	0.0319
2541	0.0242
2542	0.0264
2543	0.0249
2544	0.0225
2545	0.0233

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 17 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยน
2546	0.0241
2547	0.0248
2548	0.0248
2549	0.0264
2550	0.0289
2551	0.03
2552	0.0291

ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553)

ตารางภาคผนวกที่ 18 ดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2540-2552

ปี พ.ศ.	ดัชนีราคาผู้บริโภค
2540	82.19
2541	83.47
2542	85.30
2543	88.18
2544	90.67
2545	92.11
2546	94.20
2547	96.72
2548	100.00
2549	103.23
2550	106.17
2551	110.25
2552	109.85

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

การแสดงผลวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Quantity	13.851569	.9532268	13
National Income	5.898885	.0422086	13
Exchange rate	-3.654623	.1115043	13
Thailand	-1.089531	.8778241	13
Vietnam	-1.134054	.6095066	13
Indonesia	-.940815	.0800325	13
Philippines	-1.369954	.1220005	13

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.999 ^a	.998	.995	.0649156	2.475

a Predictors: (Constant), Philippines, Exchange rate, Indonesia, Thailand, National Income, Vietnam

b Dependent Variable: Quantity

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Philippines, Exchange rate, Indonesia, Thailand, National Income, Vietnam ^a		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Quantity

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.867	6	1.813	430.246	.000(a)
	Residual	.036	6	.004		
	Total	10.904	12			

a Predictors: (Constant), Ph, Exchange rate, Indonesia, Thailand, National Income, Vietnam

b Dependent Variable: Quantity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Correlations

		National						
		Quantity	Income	Exchange rate	Thailand	Vietnam	Indonesia	Philippines
Pearson Correlation	Quantity	1.000	-.486	.066	-.995	-.640	-.589	.374
	National							
	Income	-.486	1.000	-.099	.501	.503	.157	-.717
	Exchange rate	.066	-.099	1.000	-.133	-.207	.059	.220
	Thailand	-.995	.501	-.133	1.000	.678	.598	-.423
	Vietnam	-.640	.503	-.207	.678	1.000	.695	-.459
	Indonesia	-.589	.157	.059	.598	.695	1.000	-.194
	Philippines	.374	-.717	.220	-.423	-.459	-.194	1.000
Sig. (1-tailed)	Quantity		.046	.415	.000	.009	.017	.104
	National							
	Income	.046		.374	.040	.040	.304	.003
	Exchange rate	.415	.374		.333	.249	.424	.235
	Thailand	.000	.040	.333		.005	.016	.075
	Vietnam	.009	.040	.249	.005		.004	.057
	Indonesia	.017	.304	.424	.016	.004		.262
	Philippines	.104	.003	.235	.075	.057	.262	

		National						
		Quantity	Income	Exchange rate	Thailand	Vietnam	Indonesia	Philippines
	Philippines	.104	.003	.235	.075	.057	.262	.
N	Quantity	13	13	13	13	13	13	13
	National	13	13	13	13	13	13	13
	Income	13	13	13	13	13	13	13
	Exchange rate	13	13	13	13	13	13	13
	Thailand	13	13	13	13	13	13	13
	Vietnam	13	13	13	13	13	13	13
	Indonesia	13	13	13	13	13	13	13
	Philippines	13	13	13	13	13	13	13

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.064	4.228		3.563	.012
	National Income	-.792	.731	-.035	-1.083	.320
	Exchange rate	-.452	.185	-.053	-2.441	.050
	Thailand	-1.128	.032	-1.038	-35.073	.000
	Vietnam	.071	.056	.046	1.281	.247
	Indonesia	-.036	.386	-.003	-.092	.930
	Philippines	-.455	.228	-.058	-1.998	.093

a. Dependent Variable: Quantity

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Quantity	13.851569	.9532268	13
Exchange rate	-3.654623	.1115043	13
Thailand	-1.089531	.8778241	13
Indonesia	-.940815	.0800325	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Correlations					
		Quantity	Exchange rate	Thailand	Indonesia
Pearson Correlation	Quantity	1.000	.066	-.995	-.589
	Exchange rate	.066	1.000	-.133	.059
	Thailand	-.995	-.133	1.000	.598
		Quantity	Exchange rate	Thailand	Indonesia
	Indonesia	-.589	.059	.598	1.000
Sig. (1-tailed)	Quantity	.	.415	.000	.017
	Exchange rate	.415	.	.333	.424
	Thailand	.000	.333	.	.016
	Indonesia	.017	.424	.016	.
N	Quantity	13	13	13	13
	Exchange rate	13	13	13	13
	Thailand	13	13	13	13
	Indonesia	13	13	13	13
Variables Entered/Removed^b					
Model	Variables Entered	Variables Removed			Method
1	Indonesia, Exchange rate, Thailand ^a				Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Quantity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.998 ^a	.995	.994	.0766135	2.531

a Predictors: (Constant), Exchange rate, Indonesia, Thailand

b Dependent Variable: Quantity

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.851	3	3.617	616.216	.000(a)
	Residual	.053	9	.006		
	Total	10.904	12			

a Predictors: (Constant), Indonesia, Exchange rate, Thailand

b Dependent Variable: Quantity

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.705	.757		14.137	.000
	Exchange rate	-.604	.203	-.071	-2.974	.016
	Thailand	-1.106	.032	-1.019	-34.425	.000
	Indonesia	.284	.350	.024	.813	.437

a Dependent Variable: Quantity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13.093225	15.749303	13.851569	.9509148	13
Residual	-.1207972	.1097463	.0000000	.0663492	13
Std. Predicted Value	-.797	1.996	.000	1.000	13
Std. Residual	-1.577	1.432	.000	.866	13

a Dependent Variable: Quantity



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้