สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา
An Analysis on Export Potential of Thai Canned Crab Meat to The United States of America

โดย

นางสาวธิดา รักษา
นางสาวญดา จันทร์วิลัย
นางสาวชุติมา โพธิ์ชู

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 134785
วัน,เดือน,ปี 14 พ.ค. 2557

.b 12657487
.i.....

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
ปีการศึกษา 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง
การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา
An Analysis on Export Potential of Thai Canned Crab Meat
to The United States of America

โดย

นางสาวธิดา	รักษา	51040780
นางสาวญดา	จันทร์วิลัย	51040775
นางสาวชุติมา	โพธิ์ชู	51040774

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2555

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ ..... 13 มีนาคม พ.ศ. 2555
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร์)

ประธานสาขาวิชาวิทยาการจัดการ..... 13 มีนาคม พ.ศ. 2555
(รองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ปีการศึกษา 2554

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) An Analysis on Export Potential of Thai Canned Crab Meat to The United States of America

ชื่อ-สกุล นางสาวธิดา รักษา
นางสาวญดา จันทร์วิลัย
นางสาวชุติมา โพธิ์ชู

หลักสูตร วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร) **สาขาวิชา** วิทยาการจัดการ

วิทยาลัย การบริหารและจัดการ

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร์ 13 มีนาคม 2555

บทคัดย่อ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศผู้ผลิตส่งออกเนื้อปูกระป๋องเป็นอันดับสามของโลก โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับหนึ่ง แต่ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องมีปริมาณที่ไม่สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มการส่งออกที่ลดลง ฉะนั้นจะมีแนวทางอย่างไรที่จะทำให้ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2546-2553 โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ การวิเคราะห์ ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2553 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2546-2553 โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 โดยอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในรูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์ แบบล็อกคู่

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษา แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า เมื่อพิจารณาทั้งค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาด พบว่า ค่า RCA มากกว่า 1 แต่ส่วนแบ่งการตลาดน้อย ซึ่งหมายความว่า ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยถือครองส่วนแบ่งตลาดได้น้อย แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตัวสินค้า ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่จะส่งออกเนื้อปูกระป๋องที่เพิ่มมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 เทียบกับช่วงปีพ.ศ. 2551-2553 พบว่า มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยลดลง และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุด คือ ผลจากการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2553 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเท่ากับ -0.737

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ถึงแม้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปสหรัฐอเมริกา แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงคือผลจากการแข่งขัน และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกคือราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ดังนั้นผู้ส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยจึงควรเพิ่มราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาจะทำให้มีรายรับจากการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยก็จะเปลี่ยนแปลงลดลงไม่มาก และรายได้รวมจะเพิ่มมากขึ้นจนทดแทนปริมาณการขายที่ลดลงไป ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งการพัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างโดดเด่นจากสินค้าของคู่แข่ง รวมถึงรัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านการส่งออก ควรใช้นโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทำการเจรจากับรัฐบาลอเมริกาเพื่อลดภาษีการนำเข้าเนื้อปูจากไทย และการพัฒนาข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดทั้งของประเทศคู่ค้า และคู่แข่งที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกให้ดียิ่งขึ้นและควรดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออก โดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของกลุ่มผู้นำเข้าในประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดีได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการ ให้คำแนะนำคำปรึกษา ตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ รศ.ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร์ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงรวม รวมทั้ง รศ.รังสรรค์ โนชัย กรรมการสอบปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบปัญหาพิเศษ ทั้งขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ได้อบรมให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและกรมส่งเสริมการส่งออกที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเป็นกำลังใจในการทำปัญหาพิเศษและให้การช่วยเหลือออกทุนทรัพย์ครั้งนี้

นางสาวธิดา รักษา
นางสาวญดา จันทร์วิลัย
นางสาวชุติมา โพธิ์ชู
มีนาคม 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำนิยม	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญรูปภาพ	(8)
สารบัญตารางภาคผนวก	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตของการศึกษา	7
นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดทางทฤษฎี	10
ทฤษฎีการการค้าระหว่างประเทศ	10
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	13
ทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์	14
ทฤษฎีต้นทุนค่าเสียโอกาส	15
ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮคเชอร์-โอห์ลิน	15
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเบลา บาลาสซา	17
การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	17
ส่วนแบ่งการตลาด	19
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด	20
แบบจำลองส่วนแบ่งตลาด	22
ทฤษฎีอุปสงค์	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวความคิด	53
สมมติฐานการศึกษา	56
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการศึกษา	64
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	64
ผลการทดสอบสมมติฐาน	65
ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	66
ผลการทดสอบสมมติฐาน	68
ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋อง	68
ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องกรณีประเทศไทย	68
ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องกรณีประเทศอินโดนีเซีย	69
ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องกรณีประเทศแคนาดา	70
ผลการทดสอบสมมติฐาน	72
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา	73
ผลการทดสอบสมมติฐาน	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา	76
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	78
	สรุป	78
	ข้อเสนอแนะ	80
เอกสารอ้างอิง		82
ภาคผนวก		
ภาคผนวก ก	ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	89
ภาคผนวก ข	ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณค่าส่วนแบ่งการตลาด	93
ภาคผนวก ค	ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย	97
ภาคผนวก ง	ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย	103
ภาคผนวก จ	ผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์	110

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า ปี 2550 – 2554 (มกราคม - มิถุนายน)	2
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยใน ปี พ.ศ. 2551 – 2554 (ม.ค. - มิ.ย.)	3
3	มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศ ปี พ.ศ. 2543 -2553	5
4	รายชื่อประเทศตลาดส่งออกเนื้อปูกระป๋อง 10 อันดับแรกของไทย ปี พ.ศ. 2543 -2553	6
5	แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของ RCA และส่วนแบ่งการตลาด	22
6	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย แคนาดา และอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2546 – 2553	65
7	อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมทั้งหมดของโลก และอัตราการขยายการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเนื้อปูกระป๋อง และอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553	72
8	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย อินโดนีเซีย และแคนาดาในตลาดสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	73
9	เปรียบเทียบผลการประมาณสมการอุปสงค์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อใช้ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา	77

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การค้าระหว่างประเทศ	12
2	ทางเลือกของการโยกย้ายการผลิต ออกจากอุตสาหกรรมที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1	21
3	การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ	29
4	การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	30
5	ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนส่งออกในตลาดโลกน้อย	33
6	ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนส่งออกในตลาดโลกน้อย	34
7	กรอบแนวความคิด	55
8	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2544-2553	66
9	ส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2544-2553	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่

		หน้า
1	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553	90
2	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553	91
3	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553	92
4	ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553	94
5	ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553	95
6	ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553	96
7	มูลค่าการส่งออกทุกชนิดของโลกปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	98
8	มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของโลกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	99
9	มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	100
10	มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศแคนาดาไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	101

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางภาคผนวก (ต่อ)

ตารางภาคผนวกที่

		หน้า
11	มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	102
12	รายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553	104
13	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินบาทไทยต่อดอลลาร์สหรัฐของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2543-2553	105
14	จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553	106
15	ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553	107
16	ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553	108
17	ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553	109
18	ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยได้ประกาศนโยบายด้านอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรในการเป็น “ครัวโลก” เมื่อปี พ.ศ.2546 ส่งผลให้การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจในอัตราที่สูงขึ้น ทำให้การใช้จ่ายภายในประเทศมีสัดส่วนที่สูงกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่า GDP และการเพิ่มขึ้นของการส่งออก เนื่องจากความต้องการภายในตลาดเอเชียเองซึ่งอยู่ในภาวะฟื้นตัวจากปัญหาเศรษฐกิจ การกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเป็นปัจจัยเกื้อหนุนในอุตสาหกรรมการผลิตเติบโตขึ้นได้ และช่วยเสริมให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเข้มแข็งขึ้น การสนับสนุนในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทยเกิดการขยายตัวไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จนมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นและกลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญในลำดับต้นๆ ของประเทศไทย ที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องที่เป็นไปอย่างรวดเร็วนี้ นอกจากจะได้รับการสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐแล้ว ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนด้านต่างๆ อีกอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลของประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 4 ในเอเชียรองจาก ประเทศญี่ปุ่น จีน และอินเดีย สินค้าที่ผลิตได้มากกว่าร้อยละ 90 เพื่อการส่งออก รูปแบบสินค้าที่ส่งออกเป็นสินค้าอาหารกระป๋องแช่แข็งประมาณร้อยละ 80 (อุตสาหกรรมอาหารไทย, 2554)

โดยจากการพิจารณามูลค่าสินค้าที่ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีมูลค่าจัดเป็นอันดับที่ 1 และที่ 2 ของการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทย (ตารางที่ 1) อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมเกษตรประเภทหนึ่งซึ่งนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้จากการทำประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอาหารทะเลกระป๋อง ซึ่งประเทศไทยได้รับรายได้จากการส่งออกสินค้าประเภทนี้ในอัตราที่สูงมากโดยสินค้าอาหารทะเลกระป๋องมีมูลค่าส่งออกอยู่ใน 10 อันดับสูงสุดของสินค้าส่งออกของประเทศไทย ซึ่งอาหารทะเลกระป๋องประกอบด้วย ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง หอยลายกระป๋อง และปลาหมึกกระป๋อง (ตารางที่ 2) ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเนื้อปูกระป๋อง จะไม่ได้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกที่สำคัญที่สุด แต่ผลิตภัณฑ์เนื้อปูกระป๋องก็สร้างมูลค่าการส่งออกของไทยเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า ปี พ.ศ. 2550 – 2554 (มกราคม - มิถุนายน)

รายการ	2551		2552		2553		2554(ม.ค. - มิ.ย.)	
	ลำดับ	มูลค่า (ล้านบาท)	ลำดับ	มูลค่า (ล้านบาท)	ลำดับ	มูลค่า (ล้านบาท)	ลำดับ	มูลค่า (ล้านบาท)
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1	128,923.85	2	61,585.42	2	69,318.50	1	68,627.25
น้ำตาลทราย	2	47,637.52	1	126,692.27	1	130,086.00	2	67,922.43
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	3	44,793.30	3	41,757.80	3	44,939.48	3	27,592.66
อาหารสัตว์เลี้ยง	4	23,742.93	5	21,575.31	5	24,944.72	4	14,870.49
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป	5	21,647.45	4	24,208.24	4	25,640.32	5	13,585.13
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	6	21,387.86	6	15,436.52	6	19,295.02	6	12,649.24
เครื่องดื่ม	7	14,108.67	7	11,624.69	7	12,973.65	7	7,016.74
สิ่งปรุงรสอาหาร	8	9,847.20	10	8,934.96	8	10,872.93	8	5,777.26
เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์	9	9,791.91	8	9,814.38	9	9,814.35	9	5,308.05
ผักกระป๋องและแปรรูป	10	9,670.21	9	9,558.80	10	8,616.78	10	4,472.98

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554 ก)

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2551-2554 (ม.ค. - มิ.ย.)

รายการ	2551		2552		2553		2554 (ม.ค. - มิ.ย.)	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ปลาทูน่ากระป๋อง	483,895	61,036.71	485,206	52,083.39	521,205	51,942.32	270,103	29,304.24
ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	43,886	2,762.85	42,513	2,817.51	46,255	3,015.51	26,021	1,791.28
ปูกระป๋อง	3,836	1,574.22	3,441	1,321.33	4,043	1,571.01	1,291	522.86
กุ้งกระป๋อง	23,895	5,289.23	23,468	5,235.08	19,438	4,348.98	5,946	1,498.25
หอยลายกระป๋อง	8,162	982.55	5,279	584.82	2,968	343.9	526	68.33
ปลาหมึกกระป๋อง	1,103	228.64	530	102.12	2,442	363.62	1,217	177.19

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554 ข)

สำหรับประเภทการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในรูปเนื้อปูกระป๋อง โดยในปี พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมาการส่งออกเนื้อปูกระป๋องมีมูลค่าประมาณ 1,670.95 ล้านบาทซึ่งแสดงถึงมูลค่าที่เพิ่มขึ้นประมาณ 338.76 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2552 ที่มีมูลค่าการส่งออกถึง 1,332.19 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก โดยตลาดหลักที่มีการส่งออกคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศสและสหราชอาณาจักร แต่มีตลาดหลักของประเทศไทยอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง ในปี พ.ศ. 2552 ไทยมีมูลค่าการส่งออกปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา 868.79 ล้าน บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 1,134.20 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2553 (ตารางที่4) และมีอัตราการขยายตัวของการส่งออก เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.55 และในปัจจุบันมีประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเนื้อปูกระป๋องเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้การแข่งขันในตลาดส่งออกหลักของสินค้าเนื้อปูกระป๋องเป็นไปอย่างรุนแรง โดยมีประเทศคู่แข่งทางการส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ประเทศแคนาดาและประเทศอินโดนีเซีย

จากแนวโน้มการส่งออกเนื้อปูกระป๋องที่มีลดลงจึงเกิดประเด็นที่ว่า จะมีแนวทางอย่างไรที่จะทำให้ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงทำการศึกษาศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่ไทยส่งออกเนื้อปูกระป๋องมากเป็นอันดับหนึ่ง โดย การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋อง เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศ ปี พ.ศ. 2543 -2553

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (บาท)
2543	4,449,891	1,575,886,756
2544	7,103,405	2,975,032,199
2545	7,462,885	3,325,502,980
2546	7,905,346	3,045,132,658
2547	7,954,515	3,554,361,416
2548	7,166,629	3,261,624,215
2549	6,477,294	2,684,056,862
2550	4,809,905	1,671,401,175
2551	4,332,169	1,748,021,651
2552	3,394,343	1,332,189,786
2553	3,972,407	1,670,956,700

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554 ค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 รายชื่อประเทศตลาดส่งออกเนื้อปูกระป๋อง 10 อันดับแรกของไทย ปี พ.ศ. 2543 -2553

	มูลค่า (ล้านบาท)										
ประเทศ	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553
สหรัฐอเมริกา	1,489.36	2,023.91	2,604.62	2,281.86	2,762.51	2,801.42	2,239.80	1,186.81	1,131.32	868.79	1,134.20
ฝรั่งเศส	533.14	486.00	341.32	306.92	159.73	198.95	201.47	163.55	116.60	173.82	100.29
สหราชอาณาจักร	171.89	160.15	73.01	96.12	103.84	25.86	16.37	189.16	154.52	133.20	126.65
แคนาดา	154.33	109.99	40.63	40.47	33.10	75.35	89.80	71.31	4.95	13.05	78.27
ออสเตรเลีย	63.49	27.63	10.51	36.87	25.67	33.83	26.08	19.59	6.82	3.99	3.29
พม่า	0.00	0.00	108.21	139.16	54.96	23.46	13.41	12.32	20.96	25.07	21.83
สิงคโปร์	7.78	16.15	15.08	22.43	8.07	0.00	0.00	0.47	8.10	3.41	6.50
อิตาลี	16.53	32.07	16.49	26.23	15.29	2.25	2.12	3.92	50.11	45.22	54.27
สวีเดน	33.91	6.77	14.89	17.72	11.93	18.06	13.12	18.81	20.93	2.90	0.21
เบลเยี่ยม	11.34	35.69	1.81	2.16	4.22	19.66	22.18	12.98	11.21	8.27	16.42
รวม 10 รายการ	2,481.77	2,898.36	3,226.57	2,969.94	3,179.32	3,198.84	2,624.35	1,678.92	1,525.52	1,277.72	1,541.93
รวมอื่น ๆ	207.70	76.90	98.90	75.20	70.30	62.80	59.70	58.00	48.70	43.60	29.10
รวมทุกประเทศ	2,689.47	2,975.26	3,325.47	3,045.14	3,249.62	3,261.64	2,684.05	1,736.92	1,574.22	1,321.32	1,571.03

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554 ง)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

2. เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

3. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา

4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้เป็นแนวทาง เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการส่งออก โดยการส่งเสริมการค้า และสนับสนุนการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา และเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่จะใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยการนำข้อมูลดังกล่าวที่ได้มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งออก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2543-2554 (ตามพิกัดศุลกากร HS 030624) โดยมีรายละเอียดของขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาความได้เปรียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข็งสำคัญที่ส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปสหรัฐอเมริกา คือ ประเทศแคนาดาและอินโดนีเซีย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553

2. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ ประเทศแคนาดาและอินโดนีเซีย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553

4. การศึกษาปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553

นิยามศัพท์

1. ศักยภาพการส่งออก หมายถึง ความสามารถในการส่งออกสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก การมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น และอุปสงค์เพื่อการส่งออกของสินค้าชนิดนั้นมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น (ชัยธวัฒน์, 2549)

2. พิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมไนซ์ หมายถึง เป็นระบบจำแนกประเภทและระบุสินค้าปรับปรุงโดยองค์การศุลกากรโลก ประกอบไปด้วยประเภทย่อยประมาณ 5 รายการ แต่ละรายการระบุด้วยรหัสพิกัด 6 หลัก ทั้งนี้พิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมไนซ์มีการจำแนกตามโครงสร้างทางกฎหมาย มีที่มาและมีกฎเกณฑ์การจำแนกประเภทของสินค้าที่แน่นอน ได้นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดพิกัดศุลกากรและจัดเก็บสถิติการค้าระหว่างประเทศ (สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง, 2553)

3. ราคาส่งออก (free on board loading port: F.O.B.) หมายถึง ราคาส่งออกซึ่งได้จากการคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายทุกอย่าง อาทิเช่น ราคาสินค้า ค่าความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ค่าตรวจสอบสินค้า ค่าขออนุญาตส่งออก ค่าขนส่ง ค่าผ่านพิธีการศุลกากร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการส่งออก รวมทั้งค่ายกตู้สินค้าขึ้นเรือ ณ ท่าเรือกรุงเทพ (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2548)

4. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่พิจารณาจากการนำมูลค่าสินค้ามาใช้ในการวิเคราะห์แทนต้นทุน ซึ่งการวิเคราะห์ความสามารถทำได้ โดยการพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA index) ถ้าค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าดังกล่าว และถ้าเปรียบเทียบกับประเทศอื่นประเทศใดที่มีค่าดัชนี RCA มากกว่า แสดงว่ามีความได้เปรียบมากกว่า (ดรุณวรรณ, 2549)

5. ส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ส่วนย่อยจากการแบ่งส่วนตลาดทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง โดยแต่ละส่วนแบ่งตลาดนั้นจะต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อยที่สุดหนึ่งอย่างที่เหมือนกัน (คมสันต์, 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) หมายถึง สัดส่วนของปริมาณสินค้าของผู้ผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง แล้วสามารถนำจำหน่ายได้ทั้งหมดในตลาด ถ้าสัดส่วนนี้มีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ผลิตรายนี้จะประสบความสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น (อิฐิรัตน์, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่และอุปสงค์ ส่วนที่ 2 เป็นการตรวจสอบเอกสารการศึกษารวมถึงงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาศักยภาพการส่งออกเนื้อปูของไทยไปสหรัฐอเมริกา ได้นำแนวคิดทางทฤษฎีที่นำมาปรับใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ ทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ ทฤษฎีต้นทุนค่าเสียโอกาส ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮคเชอร์-โอห์ลิน ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเบลา บาลาสซา แบบจำลองส่วนแบ่งตลาด และทฤษฎีอุปสงค์ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ (นภาพร และคณะ, 2550) กล่าวว่าการค้าระหว่างประเทศ (international trade) หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศของทุกประเทศจะต้องประกอบด้วยสินค้าออก (export) และสินค้าเข้า (import)

สิ่งที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าขึ้น คือ ความแตกต่างในผลิตภาพ (productivity) ต้นทุนการผลิต และพื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากร (factor endowment) เพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากรที่แตกต่างกัน ความเอื้ออำนวยของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศรวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ๆ นำไปสู่การใช้สัดส่วนของทรัพยากรทุนที่แตกต่างกันออกไปดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากประเทศที่มีทรัพยากรที่แตกต่างกันจึงมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบโดยเด็ดขาด หรือความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) กล่าวคือ ประเทศที่สามารถทำการผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะส่งออกในสินค้าชนิดนั้น และในขณะเดียวกันก็จะนำเข้าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศแล้วมีต้นทุนการผลิตสูง และเมื่อมีการส่งออกและนำเข้าสินค้าหลายชนิดมากขึ้น ก็ได้นำเอาหลักเกณฑ์เรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (comparative advantage) โดยมองในแง่การผลิตถ้าจะต้องผลิตสินค้าใดเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะต้องลดโอกาสที่จะผลิตสินค้าชนิดอื่นไปมากน้อยแค่ไหนหรือมองในด้านเสียโอกาส (opportunity cost) คือ ควรจะนำเข้าจากต่างประเทศ ถ้าสินค้าชนิดนั้นมีราคาน้อยกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิตขึ้นเองภายในประเทศขณะเดียวกันประเทศที่นำเข้าก็สามารถผลิตสินค้าชนิดอื่นที่มีความได้เปรียบกว่าแล้วส่งออก ด้วยหลักเกณฑ์นี้จะทำให้แต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่าง (specialization)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้นเป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี (free trade) แต่ในความเป็นจริงประเทศต่างๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออกโดยการกำหนดมาตรการต่างๆที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่างๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงของแต่ละประเทศ ตามแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศได้โดยทฤษฎีดุลยภาพราคาระหว่างประเทศอยู่ภายใต้ข้อสมมติต่อไปนี้

1. สินค้าทั้งหมดต้องมีลักษณะเหมือนกัน

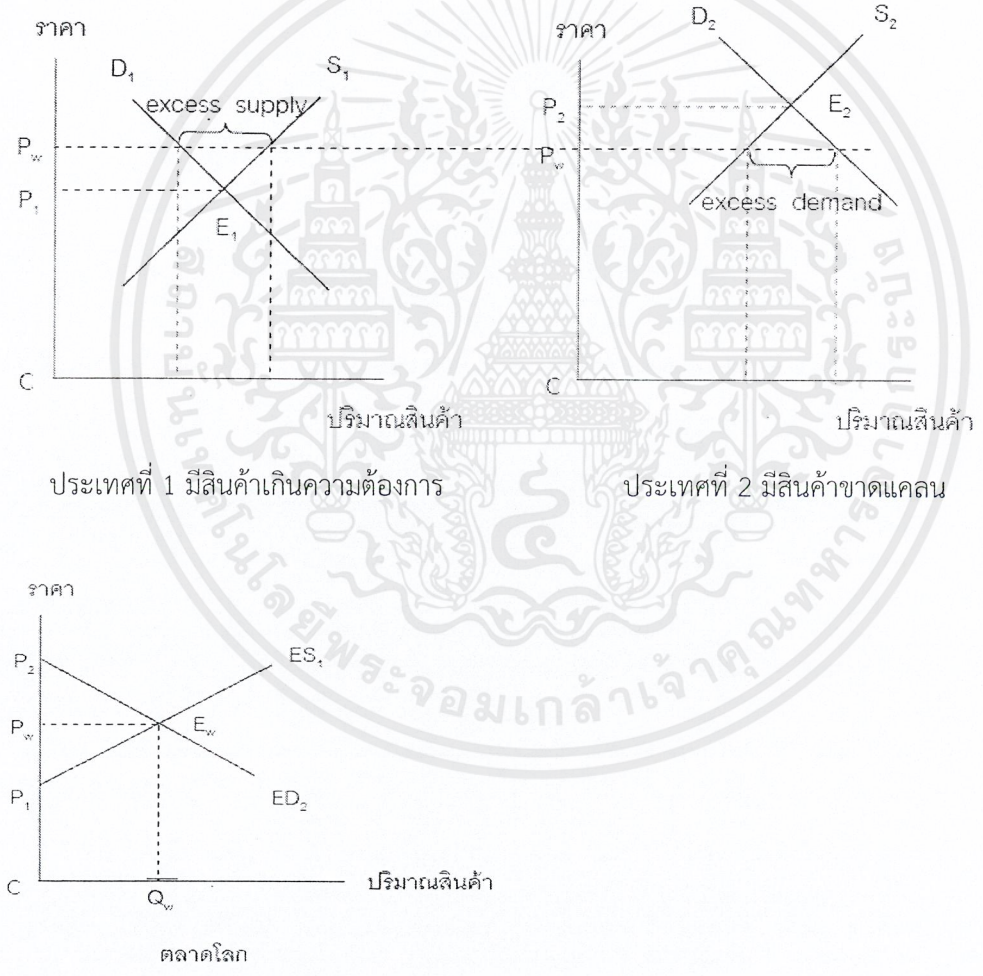
2. การผลิตและการบริโภคภายในประเทศหนึ่ง จะต้องเกิดขึ้นในพื้นที่เดียวกันและไม่มีค่าขนส่งสินค้าในประเทศเดียวกัน

3. สิ่งกีดขวางทางกายหรือสถาบันจะไม่ไปกีดขวางการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศที่ซื้อขายกัน

การค้าระหว่างประเทศที่เป็นผลมาจากความแตกต่างของฟังก์ชันอุปสงค์และอุปทานในกรณีที่สินค้าชนิดหนึ่งผลิตและบริโภคใน 2 ประเทศแล้วไม่มีการค้าขายระหว่างประเทศกันก่อนที่จะมีการค้าระหว่างกันเกิดขึ้นเส้นอุปสงค์และอุปทานระหว่างประเทศจะกำหนดราคาสินค้าของแต่ละประเทศโดยที่เส้น D_1 และ S_1 คือ เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 1 ส่วน D_2 และ S_2 คือเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 2 เมื่อเส้นอุปสงค์ D_1 ตัดกับเส้นอุปทาน S_1 จะทำให้ได้จุด E_1 คือ จุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 1 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_1 และเกิดอุปทานส่วนเกิน (excess supply) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าเกินความต้องการ เมื่อเส้นอุปสงค์ D_2 ตัดกับเส้นอุปทาน S_2 จะทำให้ได้จุด E_2 ซึ่งคือจุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 2 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_2 และเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าน้อยกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ประเทศที่ 1 ซึ่งมีอุปทานส่วนเกิน (excess supply) ก็จะทำการส่งออกปริมาณสินค้าที่เกินความต้องการ และในประเทศที่ 2 ซึ่งมีอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) ก็จะทำการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่ 1 หลังจากทำการค้าขายระหว่าง 2 ประเทศแล้ว ราคาสินค้าในประเทศที่ 1 จะสูงขึ้นจาก P_1 เป็น P_w ในขณะเดียวกันราคาสินค้าในประเทศที่ 2 จะลดลงจาก P_2 เป็น P_w การไหลเวียนของสินค้าประเทศที่ 1 ไปยังประเทศที่ 2 จะต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะทำให้ราคาสินค้าในทั้ง 2 ประเทศเท่ากันพอดีและกลายเป็นตลาดเดียวกัน (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 การค้าระหว่างประเทศ

ที่มา: (นภาพร และคณะ, 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศซึ่งเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1815 นักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกพยายามอธิบายว่า ประเทศควรจะผลิตและค้าสินค้าอะไร โดยมีแนวคิดเดียวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) คือ ประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตสูงกว่า หรือมีความได้เปรียบมากกว่า และนำเข้าสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตต่ำกว่าของประเทศอื่น แนวความคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตชนิดเดียว คือ แรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและแรงงานแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพต่างกัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น การอธิบายภายใต้แบบจำลองนี้มีข้อสมมติ คือ ความพอใจในการบริโภคของแต่ละประเทศเหมือนกัน ต่อมามีการพัฒนาเป็นแนวคิดของเฮคเชอร์ โอลีน นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิกซึ่งอธิบายว่า ความหายากง่ายหรือความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ จะเป็นปัจจัยพื้นฐานกำหนดโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรม ดังนั้นประเทศจะได้ประโยชน์จากการผลิตและทำการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยผลิตที่มีอยู่มากมายภายในประเทศ เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน จะมีสมมติฐานในการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยผลิตและผลผลิตแต่ละประเทศเหมือนกัน หรือปัจจัยผลิตสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศโดยไม่มีต้นทุน ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลิตกับผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน แนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าทุนจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมาก

ข้อจำกัดของ RCA มีอยู่หลายประการ คือ

1. ขนาดของประเทศที่นำมาพิจารณา ถ้าประเทศเล็กมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของประเทศจะมีค่าน้อยกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่า ดังนั้น RCA ของประเทศที่มีขนาดใหญ่ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศที่เล็กแล้วมักจะน้อยกว่า จึงไม่สามารถสรุปลงไปแน่ชัดว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

2. RCA ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมจะสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร

3. การที่ค่า RCA มากกว่า 1 หรือน้อยกว่า 1 ไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าความสามารถนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงแม้ว่าค่า RCA จะมีข้อจำกัดมาก แต่ค่า RCA ก็ยังแสดงการเปลี่ยนแปลงทิศทางการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งได้ โดยคำนวณหาค่า RCA ของหลายช่วงเวลาแล้วนำมาเปรียบเทียบกัน แต่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของ RCA (ณัทธร, 2544)

ทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์

หลักการได้เปรียบโดยสมบูรณ์ เกิดจากแนวคิดในเรื่องของการแบ่งงานกันทำของ อาดัมสมิธ (Adam Smith) โดยมีหลักการว่า การแบ่งงานระหว่างบุคคล จะก่อให้เกิดความชำนาญและทำให้แต่ละบุคคลสามารถผลิตสินค้าและบริการได้มากขึ้น เมื่อพิจารณาในระดับประเทศก็กล่าวได้ว่าการแบ่งงานระหว่างประเทศ คือ การที่แต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้าและบริการที่ตนมีความถนัดแล้วนำสิ่งที่ตนผลิตได้ไปแลกสินค้าและบริการชนิดอื่นที่ประเทศตนมีความต้องการ แต่ไม่มีความชำนาญในการผลิตจากประเทศอื่นที่มีความชำนาญมากกว่า ย่อมจะทำให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์เพราะผลผลิตรวมทั้งหมดที่เกิดจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากกว่าที่แต่ละประเทศจะผลิตสินค้าและบริการทุกอย่างที่ตนมีความต้องการขึ้นเองในการแบ่งงานระหว่างประเทศนั้น ประเทศหนึ่งจะได้เปรียบอีกประเทศหนึ่งโดยเด็ดขาดถ้าประเทศนั้นสามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้จำนวนมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เมื่อทั้ง 2 ประเทศ ใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน โดยมีสมมติฐานดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตมีเพียงอย่างเดียว คือ แรงงาน ดังนั้นแรงงานจึงเป็นตัวกำหนดต้นทุนในการผลิตของประเทศ คือ ต้นทุนการผลิตสินค้าจะวัดจากจำนวนแรงงานหรือเวลาการทำงานของแรงงาน
2. ปัจจัยการผลิตมีคุณภาพเหมือนกัน (Homogeneous)
3. ปัจจัยการผลิตเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศ แต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้
4. ทรัพยากรถูกใช้งานอย่างเต็มที่ (Full employment)
5. การผลิตอยู่ภายใต้ต้นทุนคงที่ (Constant opportunity)
6. การค้าเป็นไปอย่างเสรี ไม่มีข้อจำกัดทางการค้า ไม่มีค่าขนส่ง
7. ดุลการชำระเงินสมดุล คือ มูลค่าสินค้าส่งออกเท่ากับมูลค่าสินค้านำเข้า
8. ตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยมีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์

ทฤษฎีหลักการได้เปรียบโดยสมบูรณ์นี้ ยังคงมีความบกพร่องอยู่ เนื่องจากข้อสมมติต่างๆมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น การให้ความสำคัญกับปัจจัยการผลิตแรงงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยการผลิตและทรัพยากรอย่างอื่น ซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นในการผลิตสินค้าและบริการเช่นเดียวกันกับแรงงาน หรือการไม่พิจารณาเรื่องของค่าขนส่งระหว่างประเทศ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้หากอธิบายตามทฤษฎีนี้แล้ว ในกรณีที่ประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้า 2 ชนิด หรือหลายๆ ชนิดพร้อมกัน ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าหรือบริการแม้เพียงอย่างเดียว การค้าระหว่างประเทศก็จะไม่เกิดขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้วทั้ง 2 ประเทศยังคงมีการค้าระหว่างกันอยู่ ดังนั้นทฤษฎีจึงไม่สามารถอธิบายเรื่องของการค้าระหว่างประเทศได้เพียงพอ (วีนัส, 2546)

ทฤษฎีต้นทุนค่าเสียโอกาส

ศาสตราจารย์ฮาร์เบอร์เลอร์ (Prof. Harberler) ได้ทำการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องของทฤษฎีมูลค่าแรงงาน และเสนอแนวคิดให้ใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาสเป็นเครื่องมือในการอธิบายการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและการเสียโอกาสโดยเปรียบเทียบแทนต้นทุนแรงงานหรือประสิทธิภาพของแรงงาน เป็นการขยายขอบเขตทฤษฎีการค้าของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกที่เน้นความสำคัญของปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การค้าระหว่างประเทศได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ทฤษฎีสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน ซึ่งบุคคลสำคัญที่ได้สร้างแนวคิดเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ คือ อีไล เฮคเชอร์ (Eli Heckscher) และเบอร์ทิล โอห์ลิน (Bertil Ohlin) (วีนัส, 2546)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮคเชอร์-โอห์ลิน

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศที่พัฒนาโดยเฮคเชอร์-โอห์ลินให้แนวคิดว่าการค้าเกิดจากการที่แต่ละประเทศมีปริมาณทรัพยากรการผลิตที่แตกต่างกัน สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้า คือ ความแตกต่างในกรรมสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ (FactorEndownment) และราคาของปัจจัยการผลิต (Factor Prices) ระหว่างประเทศต่างๆ เหล่านั้น อีกทั้งในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด มีการใช้ปัจจัยการผลิตในสัดส่วนที่แตกต่างกัน จึงทำให้ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบต่างกันไปด้วย จะเห็นได้ว่าปัจจัยการผลิตเข้ามามีบทบาทอย่างชัดเจนในทฤษฎีนี้ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮกเชอร์-โอห์ลิน อยู่ภายใต้กฎข้อสมมติฐาน (Assumptions) ดังนี้

1. ในแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์จะมี 2 ประเทศทำการค้าระหว่างกัน ผลิตสินค้า 2ชนิด โดยใช้ปัจจัยการผลิต 2 ชนิด คือ ทุนและแรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างอุตสาหกรรมในประเทศทำได้อย่างสมบูรณ์ แต่การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศไม่สามารถกระทำได้เลย

3. ปัจจัยการผลิตในแต่ละประเทศมีราคาแตกต่างกัน เนื่องจากไม่สามารถเคลื่อนย้ายข้ามประเทศได้

4. ไม่มีต้นทุนค่าขนส่ง ภาษี หรืออุปสรรคใดๆ สำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

5. ตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยการผลิตเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์

6. เทคโนโลยีการผลิตที่ใช้จะเหมือนกันทุกประเทศ และในการผลิตสินค้าแต่ละประเทศจะเผชิญกับผลตอบแทนจากขนาดคงที่

7. ผู้บริโภคในแต่ละประเทศมีรสนิยมในการบริโภคเหมือนกัน

8. รายได้ของผู้บริโภคไม่เปลี่ยนแปลง

ทฤษฎีของเฮกเชอร์-โอห์ลิน จะกล่าวถึงการพยากรณ์ทิศทางการค้าและผลของการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อราคาปัจจัยการผลิต อาศัยการพยายามวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้แบบจำลอง 2 ประเทศ และ 2 ปัจจัยการผลิต คือ ทุน (Capital) กับแรงงาน (Labour) และทั้งสองประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตแตกต่างกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น กล่าวคือ ประเทศจะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างมากโดยเปรียบเทียบ และนำเข้าสินค้าที่เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่น้อยโดยเปรียบเทียบ นั่นคือ ถ้าประเทศใดเป็นประเทศที่มีแรงงานมาก ก็จะเน้นการผลิตและการส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (LabourIntensive Goods) และประเทศที่มีสินค้าประเภททุนมาก ก็จะผลิตและส่งออกสินค้าใช้ทุนเป็นปัจจัยหลัก (Capital Intensive Goods) จะเห็นว่าทฤษฎีของเฮกเชอร์-โอห์ลิน ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการพัฒนาการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศใดควรจะผลิตสินค้าอะไรเพื่อการส่งออกโดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ (วีนัส, 2546)

ในปี ค.ศ. 1914 แซมมวลสัน (Samuelson) ได้ปรับปรุงแนวความคิดของเฮกเชอร์-โอห์ลินโดยอธิบายว่า ประเทศต่างๆ มีปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดมากน้อยแตกต่างกัน ประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต และจะผลิตสินค้ารวมทั้งส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศนั้น (นุชนาถ, 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเบลา บาลาสซา

การวัดการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางการค้าของบาลาสซา จะพิจารณาจากต้นทุนเปรียบเทียบและความแตกต่างของปัจจัยที่มิใช่ด้านราคา เช่น ชื่อเสียงของสินค้าที่มีผลต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศด้วย และภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่าทุกประเทศมีรสนิยมเหมือนกัน มีภาระภาษีศุลกากรของแต่ละอุตสาหกรรมเหมือนกัน และอัตราส่วนมูลค่าการส่งออก-นำเข้า จะสะท้อนถึงการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและการนำเข้าในสินค้าประเภทเดียวกัน ดังนั้น ตามแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าของบาลาสซาประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งที่มีต้นทุนเปรียบเทียบต่ำสุด และจะให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าประเภทอื่น โดยที่การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างการส่งออกแนวความคิด เกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบาลาสซา ได้แสดงแนวความคิดในเรื่อง RCA โดยอาศัยทฤษฎีการแข่งขันและการอาศัยซึ่งกันและกัน (Competitiveness andcomplementarity)

1. ลักษณะการแข่งขัน (Competitiveness) หมายถึง การที่ประเทศสมาชิกผลิตสินค้าประเภทคล้ายๆกัน ซึ่งจะทำให้มีโครงสร้างการส่งออกและการนำเข้าคล้ายๆ กันทำให้ต้องแข่งขันกันเอง

2. ลักษณะการอาศัยซึ่งกันและกัน (Complementarity) หมายถึง การที่ประเทศสมาชิกผลิตสินค้าประเภทที่ต่างกัน ซึ่งจะทำให้มีโครงสร้างการส่งออกและการนำเข้าที่ต่างกัน ทำให้มีลักษณะอาศัยซึ่งกันและกันได้ดีซึ่งการพิจารณาระดับการแข่งขันกัน และการอาศัยซึ่งกันและกันเฉพาะสินค้าของประเทศสมาชิกจะใช้ Balassa's Revealed Comparative Advantage Index หรือบางครั้งเรียกย่อๆว่า RCA (นุชนาถ, 2551)

การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

เครื่องชี้วัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบทางการค้าระหว่างประเทศ สูตรที่ใช้คำนวณค่า RCA มีดังนี้

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

134785

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของโลก

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่ได้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้

ถ้าค่า RCA > 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังตลาด w หรืออยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k $\left(\frac{X_{ik}}{X_i} > \frac{X_{wk}}{X_w}\right)$

ถ้าค่า RCA < 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังตลาด w หรืออยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k $\left(\frac{X_{ik}}{X_i} < \frac{X_{wk}}{X_w}\right)$

ถ้าค่า RCA = 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ I เท่ากับสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก k $\left(\frac{X_{ik}}{X_i} = \frac{X_{wk}}{X_w}\right)$

ดังนั้นสามารถที่จะใช้แนวคิดวิธีการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของประเทศไทยกับสินค้าส่งออกของประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะบ่งบอกถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในแต่ละสินค้าว่าเป็นอย่างไรในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา หากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าชนิดใดมีค่าสูงขึ้นเป็นลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิต และการส่งออกสินค้าของประเทศไทยจะมีอนาคตที่ดี และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในอนาคต ในทางตรงกันข้ามหากค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าใดมีค่าลดลงเป็นลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้านั้น ๆ ของประเทศไทยจะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขัน

ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งการตลาดเกิดขึ้นจากความสามารถในการขายสินค้าหนึ่งๆ ในตลาดแห่งหนึ่งเป็น สัดส่วนของการส่งออกมูลค่าสินค้า i ของประเทศ j ที่เข้าสู่ตลาด m เปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้า i ของโลกที่เข้าสู่ตลาด m ดังนี้

$$MS_{j-m} = \frac{Xi_{j-m}}{Xi_{w-m}}$$

โดยกำหนดให้

MS_{j-m} = ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า i ของประเทศ j

Xi_{j-m} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i จากประเทศ jไปประเทศ m

Xi_{w-m} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i จากโลกไปประเทศ m

i = รายการสินค้า

w = โลก

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันกันขายสินค้ามาก ซึ่งการขายได้มากดังกล่าวอาจมาจากปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยาของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดมากๆ คือ ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ซึ่งกล่าวได้ว่า ความได้เปรียบในลักษณะเช่นนี้ เป็นความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดจึงสะท้อนความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (นุชนาถ, 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

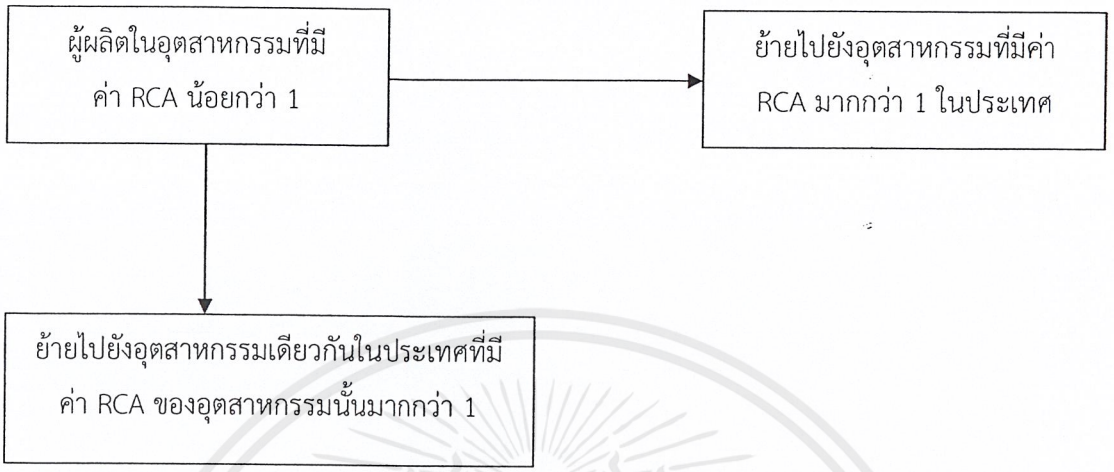
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด

โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด เพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าที่สำคัญต่างๆ ของประเทศ j ไปประเทศ m ในกรณีที่ประเทศ j มีส่วนแบ่งการตลาดของสินค้า i ในตลาด m มาก แต่มีค่า RCA น้อย จึงกล่าวได้ว่ามีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) แต่ไม่ค่อยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ซึ่งหมายความว่า ประเทศนี้เจาะตลาดสินค้า I ในประเทศ m จากความได้เปรียบด้านต้นทุน เป็นต้น แต่ไม่ค่อยมีความคุ้มค่าในการผลิตเมื่อเทียบกับการนำทรัพยากรไปผลิตสินค้าอื่นในประเทศเดียวกัน ซึ่งอาจจะทำผู้ผลิตจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ไม่ค่อยสนใจที่จะโยกย้ายทรัพยากรเข้ามาผลิตในอุตสาหกรรมนี้เท่าใดนัก ทำให้ผลผลิตสินค้า I ของประเทศ j ขยายตัวไม่มากนัก ส่วนแบ่งตลาดจึงมีแนวโน้มที่จะทรงตัว

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มีค่า RCA มากๆ แสดงว่ามีความคุ้มค่ามากที่จะโยกย้ายทรัพยากร จากอุตสาหกรรมอื่นๆ มาผลิตสินค้า I จึงทาให้ผลผลิตของอุตสาหกรรม I ขยายตัวมาก และจึงมีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า I มีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้นอีก

การโยกย้ายทรัพยากรมายังอุตสาหกรรม I นั้นไม่เพียงแต่ย้ายจากอุตสาหกรรมอื่นในประเทศเดียวกันเท่านั้น แต่ยังย้ายมาจากอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่นที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ได้อีกด้วย เพราะอุตสาหกรรมนั้นในประเทศดังกล่าวพบว่าไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินการผลิตแล้ว ผู้ผลิตเดิมจึงต้องตัดสินใจว่าจะย้ายไปผลิตสินค้าอย่างอื่นหรือ ย้ายไปผลิตในประเทศอื่นที่ยังมีความคุ้มค่าอยู่ดังแผนภาพต่อไปนี้ (ภาพที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 ทางเลือกของการโยกย้ายการผลิต ออกจากอุตสาหกรรมที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1
ที่มา: (คมสัน, 2544)

ในทางตรงกันข้ามหากค่า RCA น้อยกว่า 1 ก็หมายความว่าไม่คุ้มค่าที่จะผลิตสินค้านี้ใน ประเทศ I หากนำทรัพยากรไปผลิตสินค้าอื่นที่มีค่า RCA มากกว่า 1 จะมีความคุ้มค่ามากกว่า จึงจะมีการโยกย้ายออกจากอุตสาหกรรมนี้และทำให้ผลิตลดลง และทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงไปด้วย สำหรับการวิเคราะห์ค่า RCA ของสินค้าใดสินค้าหนึ่งของประเทศใดประเทศหนึ่งนั้นพบว่า

1. ถ้าค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าชนิดนั้นเมื่อเทียบกับอีกประเทศหนึ่งและมีความคุ้มค่าที่จะผลิตสินค้านี้ เมื่อพิจารณาจากต้นทุนค่าเสียโอกาสในการใช้ทรัพยากรแล้ว

2. ถ้าค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใน สินค้าชนิดนั้นเมื่อเทียบกับอีกประเทศหนึ่ง และไม่มีความคุ้มค่าที่จะผลิตสินค้านี้ เมื่อพิจารณาจากต้นทุนค่าเสียโอกาสในการใช้ทรัพยากรแล้ว โดยการแปลความหมายร่วมกันกับส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นดังตารางดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของ RCA และส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาด	RCA	หมายความว่า
มาก	มากกว่า 1 มาก	ครองตลาดได้มาก คือ มีความสามารถในการแข่งขันมาก และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น มี
	มากกว่า 1 เล็กน้อย	แนวโน้มทรงตัวถึงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
	เท่ากับ 1	ทรงตัว (คงที่)
	น้อยกว่า 1	มีแนวโน้มลดลง
น้อย	มากกว่า 1 มาก	ครองตลาดได้น้อย คือ มีความสามารถในการแข่งขันน้อย แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น
	มากกว่า 1 เล็กน้อย	ทรงตัวถึงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
	เท่ากับ 1	ทรงตัว (คงที่)
	น้อยกว่า 1	มีแนวโน้มลดลง

ที่มา: (คมสัน, 2544)

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยว่ามีความได้เปรียบ หรือสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ไม่ได้อธิบายว่าความสามารถนั้นเกิดจากสาเหตุใด ดังนั้นส่วนแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) จะถูกนำมาใช้เพื่อวัดการขยายตัวของการส่งออกในแต่ละสินค้าของประเทศ ในสองช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่า เป็นผลเนื่องจากการขยายตัวของตลาดโลก และเป็นผลของการกระจายตัวของตลาด หรือเป็นผลเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเอง หรือเป็นผลมาจากทิศทางของการส่งเสริมการส่งออก โดยมีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนข้อสมมติทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนด โดยปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านอุปทานและอุปสงค์ ซึ่งอุปทานจะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้ส่งออก และอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประผู้นำเข้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศผู้ส่งออก

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ตราบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานภายในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว

3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (infinite) นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวอยู่เสมอ

4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค

5. ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลกแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ตามแนวคิดของ Leamer and Stern มีแนวคิดในการวิเคราะห์ คือ ต้องพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกไว้เท่าเดิม ซึ่งแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ สามารถเขียนได้ดังนี้

$$A = W_i + C_i + D_i + P_i^* + (P_i - P_i^*)$$

กำหนดให้

A = การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการส่งออก

W_i = ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก หรือการส่งออกทั้งหมดของโลก

C_i = ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก

D_i = ผลจากการกระจายตลาด

P_i = ผลจากการแข่งขัน

P_i^* = ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง

$(P_i - P_i^*)$ = ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

i = ประเทศผู้ส่งออกหรือกลุ่มประเทศผู้ส่งออก

ในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศใดในตลาดโลกที่กำหนดให้คงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากการกระจายตลาดโดยพิจารณาการขยายตัวในแต่ละสินค้าของประเทศในสองช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศเปลี่ยนแปลงไป แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก และหรือปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก

1. ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก (world growth effect: W_i) การขยายตัวของอุปสงค์โลก หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก โดยสมมติให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศที่พิจารณาเท่ากับอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก กล่าวคือ ผลการขยายตัวดังกล่าวมีสาเหตุจากอัตราการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการที่ความต้องการสินค้าของโลกโดยรวมสูงขึ้น ตรงกันข้ามหากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่ามูลค่าการส่งออกที่ลดลงเป็นผลจากการที่ความต้องการสินค้าของโลกโดยรวมลดลง

2. ผลจากส่วนประกอบ (commodity composition effect: C_i) สำหรับการพิจารณาประเทศที่ส่งออกสินค้าหลายชนิด ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประเทศที่พิจารณานั้นมุ่งเน้นในการส่งออกสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของอุปสงค์สูงกว่า หรือต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของอุปสงค์ของโลกโดยรวมอย่างไร หากผลจากส่วนประกอบมีค่าเป็นบวกแสดงว่าสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่ของประเทศที่กำลังพิจารณามีอัตราการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลก แต่หากผลจากส่วนประกอบมีค่าเป็นลบแสดงว่าสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่ของประเทศที่กำลังพิจารณา มีอัตราการส่งออกต่ำกว่าอัตราการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการกระจายตลาด (directional effect: D_i) ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประเทศที่กำลังพิจารณาได้ส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่า หรือต่ำกว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของโลก หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่าประเทศผู้ส่งออกที่กำลังพิจารณาส่งสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของโลก แต่หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแล้ว แสดงว่าประเทศผู้ส่งออกที่กำลังพิจารณาส่งสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการเติบโตต่ำกว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของโลก

4. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (pure competitiveness effect: P^*_i) เป็นผลต่างระหว่างผลการส่งออกที่เป็นจริงกับผลการส่งออกที่เพียงพอเพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกที่กำลังพิจารณาสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดได้เท่าเดิม โดยผลต่างนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่าประเทศดังกล่าวมีความสามารถในการแข่งขัน กล่าวคือ การส่งออกที่เป็นจริงมากกว่าผลการส่งออกที่เพียงเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาด แต่หาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่าประเทศดังกล่าว มีความสามารถในการแข่งขันต่ำ กล่าวคือ การส่งออกที่เป็นจริงน้อยกว่าผลการส่งออกที่เพียงพอต่อการรักษาส่วนแบ่งในตลาด

5. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก (interaction effect: $(P_i - P^*_i)$ เป็นผลต่างระหว่างผลการส่งออกที่เพียงพอ เพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดกับผลการส่งออกที่เกิดจากการเติบโตของโลกโดยรวม หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่า การส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกนั้นสอดคล้องกับภาวการณ์เติบโตของอุปสงค์โลกกล่าวคือ การส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น หรือการส่งออกดังกล่าว ได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัวลง แต่หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่า การส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกนั้นไม่สอดคล้องกับภาวการณ์เติบโตของอุปสงค์โลก กล่าวคือ การส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัว หรือการส่งออกดังกล่าวได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัวผลรวมจากปัจจัยเหล่านี้แสดงผลการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริง (actual export: A_i)ซึ่งผลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกระหว่างปีสุดท้ายกับปีฐาน

การวิเคราะห์ด้วยวิธี CMS ยังสามารถระบุได้ว่า สัดส่วนของแต่ละปัจจัยทั้ง 4 ประการนั้นมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

$$\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} = \underbrace{\left[G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}\right]}_{(1)} + \underbrace{\left[\sum_j \left(G_{jk} X^0_{ijk}\right) - G_k \left(\sum_j X^o_{ijk}\right)\right]}_{(2)}$$
$$+ \underbrace{\left[\sum_j \left(G_{jk} X^1_{ijk}\right) - \sum_j X^0_{ijk}\right]}_{(3)}$$
$$+ \underbrace{\left[\left\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j \left(G_{jk} X^0_{ijk}\right)\right\} - \left\{\sum_j \left(G_{jk} X^1_{ijk}\right) - \sum_j X^0_{ijk}\right\}\right]}_{(4)}$$

โดยกำหนดให้

X	=	มูลค่าการส่งออก
i	=	ประเทศส่งออก i
j	=	ประเทศนำเข้า j
k	=	ชนิดสินค้า
0	=	ปีฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 = ปีที่กำลังพิจารณาหรือปีปัจจุบัน

โดยที่

$\sum_{jxijk}$ = ผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศส่งออก i ไปยังประเทศนำเข้า j ในช่วงปีที่ 1

$\sum_j X_{ijk}^0$ = ผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศส่งออก i ไปยังประเทศนำเข้า j ในช่วงปีที่ 0

G_k = สัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก

G_{jk} = สัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกในประเทศนำเข้า j

G_{jk}^* = ส่วนกลับของสัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกในประเทศนำเข้า j

จากสูตรข้างต้น สามารถปรับค่าเพื่อหาอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของโลก และอัตราการขยายตัวการส่งออกของเนื้อปูกระป๋องของโลกไปยังตลาด j ได้

โดยกำหนดให้

g = $G-1$

= $\left(\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 \div \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0\right)-1$

= อัตราการขยายตัวส่งออกรวมของตลาดโลก

G_k = $G_k - 1$

= $\left(\sum_i \sum_j X_{ijk}^1 \div \sum_i \sum_j X_{ijk}^0\right)-1$

= อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k

G_{jk} = $G_{jk}-1$

= $\left(\sum_i X_{ijk}^1 \div \sum_i X_{ijk}^0\right)-1$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

= อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k ในตลาด j

g^*_{jk} = $1-G^*_{jk}$

= $1-\frac{1}{\left(\sum_i X^1_{ijk} \div \sum_i X^0_{ijk}\right)}$

= $1-\frac{\sum_i X^0_{ijk}}{\left(\sum_i X^1_{ijk}\right)}$

= ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกในสินค้า k ในตลาด jจากช่วงเวลา t = 1 ไปสู่ช่วงเวลา t = 0 (ปีฐาน)

นอกจากการวิเคราะห์จะพิจารณาโดยรวมแล้ว การศึกษาครั้งนี้ยังวิเคราะห์ในตลาดเป้าหมายแต่ละตลาดอีกด้วย เพราะฉะนั้นแบบจำลองที่นำมาใช้วิเคราะห์ในแต่ละตลาดจึงเป็นแบบจำลองต่อไปนี้

$$X_{ijk}-X^0_{ijk} = \left(G_{jk}-1\right)X^0_{ijk}+\left(X_{ijk}-X^0_{ijk}\right)-\left(1-G^*_{jk}\right)X_{ijk}+\left(1-G^*_{jk}\right)X_{ijk} -\left(G_{jk}-1\right)X^0_{ijk}$$

ซึ่งจากแบบจำลองเป็นรายประเทศข้างต้นนี้ ในการวิเคราะห์รายประเทศไม่มีการนำผลจากการกระจายและผลจากส่วนประกอบมาวิเคราะห์ร่วมด้วย เนื่องจากเป็นการพิจารณาเพียงสินค้าเนื้อปูกระป๋องชนิดเดียว และพิจารณาเป็นรายประเทศเท่านั้น (กเรนทร์, 2546)

ข้อจำกัดของการวิเคราะห์ด้วยวิธี CMS

1. ถึงแม้วิธี CMS สามารถอธิบายได้ว่ามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในแต่ละช่วงเวลานั้นมีสาเหตุจากปัจจัยใด แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จำเป็นต้องนำปัจจัยอื่นๆ เข้ามาร่วมพิจารณาด้วย

2. วิธี CMS ไม่อาจทำนายได้ว่าส่วนแบ่งตลาดในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด เนื่องจากวิธีนี้เป็นเพียงการอธิบายข้อมูลในอดีตเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ข้อสรุปที่ได้จากการคำนวณภายใต้ข้อสมมติส่วนแบ่งตลาดคงที่ จะมีความสมเหตุสมผลมากน้อย เพียงใดขึ้นอยู่กับการเลือกช่วงเวลาในการศึกษา การจำแนกชนิดของสินค้าและตลาดที่แตก ต่างกันอาจได้ข้อสรุปที่แตกต่างกันไป

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคยินดีและสามารถซื้อได้ในระดับราคาต่าง ๆ ในระยะเวลาและสถานที่หนึ่ง โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ อุปสงค์จึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า (วันรักษ์, 2541) ความสัมพันธ์ดังกล่าวนั้นจึงเป็นไปตามกฎแห่งอุปสงค์ (law of demand)

กฎของอุปสงค์

กฎแห่งอุปสงค์ ระบุว่าปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมจะแปรผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นในปริมาณน้อยลง และในทางตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นในปริมาณมากขึ้น

ฟังก์ชั่นอุปสงค์และเส้นอุปสงค์

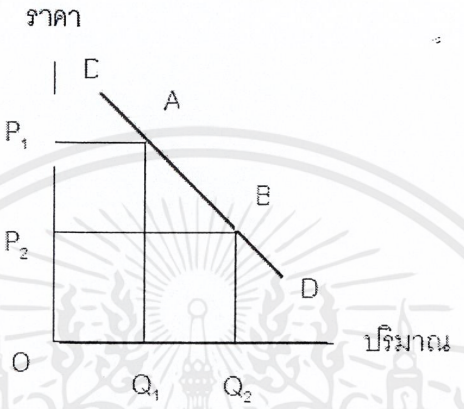
ฟังก์ชั่นอุปสงค์ (demand function) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อนั้นเส้นอุปสงค์ (demand curve) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ เส้นอุปสงค์จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของฟังก์ชันอุปสงค์ โดยกำหนดให้ตัวแปรทุกตัวที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อคงที่ ให้เปลี่ยนแปลงได้เฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ หมายถึง การที่ราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ สมมติว่าเดิมราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ ณ ระดับ P_1 ปริมาณซื้อเนื้อปูกระป๋องของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาจะเท่ากับ Q_1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมาเมื่อราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงมาอยู่ที่ P_2 ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 ซึ่งเป็นการเคลื่อนย้ายจากจุด A ไปยังจุด B บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน (ภาพที่ 3)

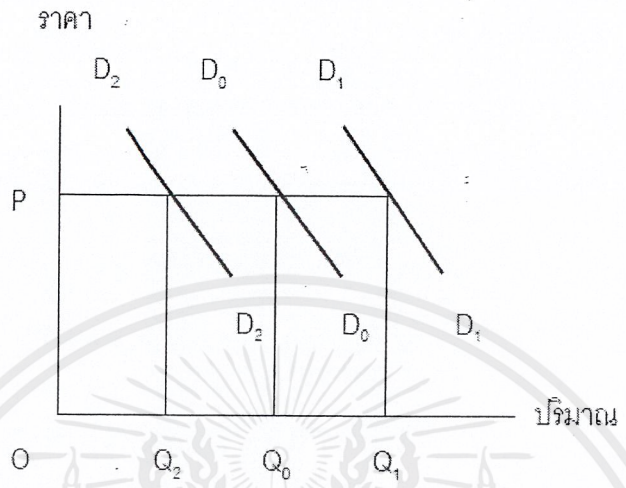


ภาพที่ 3 การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ
ที่มา: (สิรินธร, 2545)

การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

เมื่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ซึ่งไม่ใช่ราคาสินค้าหรือบริการนั้น เช่น รสนิยมของผู้บริโภค รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัวได้เปลี่ยนแปลงไป และมีผลทำให้ปริมาณซื้อของสินค้านั้นเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม เช่น การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกำหนดให้เส้น D คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มแรกเส้น D1 คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกที่เลื่อนระดับสูงขึ้น อันอาจเนื่องมาจากรายได้ของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ความต้องการเนื้อปูกระป๋องจากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ณ ระดับราคาเดิม ในขณะที่เส้น D2 คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกที่เลื่อนระดับต่ำลง อาจมีสาเหตุมาจากรายได้ของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ซึ่งจะทำให้ความต้องการเนื้อปูกระป๋องจากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ณ ระดับราคาเดิม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อเนื้อปูกระป๋องจากประเทศไทยของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาเนื้อปูกระป๋อง(ภาพที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์
ที่มา: (สิรินธร, 2545)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ คือ ค่าที่ใช้วัดเปอร์เซ็นต์ หรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่อเปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงตัวแปรอื่น ๆ ที่กำหนดปริมาณซื้อนั้น ๆ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาเป็นความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (elasticity of price demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น ๆ ถ้าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อไหวตัวมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหมายความว่า อุปสงค์ต่อสินค้านี้มีความยืดหยุ่นสูง (elastic) ถ้าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า หมายความว่า อุปสงค์ต่อสินค้านั้นมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) โดยแสดงเป็นสูตรดังนี้

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

$$= \frac{\%\Delta Q_1}{\%\Delta P_1}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (elasticity of income demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภค โดยแสดงเป็นสูตรดังนี้

$$E_I = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า}}$$

$$= \frac{\%\Delta Q}{\%\Delta P}$$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (elasticity of cross demand) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือทดแทนกัน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น หรือความยืดหยุ่นไขว้จึงหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y โดยแสดงเป็นสูตรดังนี้

$$E_C = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } X}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า } Y}$$

$$= \frac{\%\Delta Q_x}{\%\Delta P_y}$$

ดังนั้นความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่าง ๆ กัน และแต่ละค่าจะแสดงให้ทราบว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใดมีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่ปริมาณซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลง ถึงแม้ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าใดก็ตาม ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 0

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อเท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 1

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่าค่าอนันต์ (infinity)

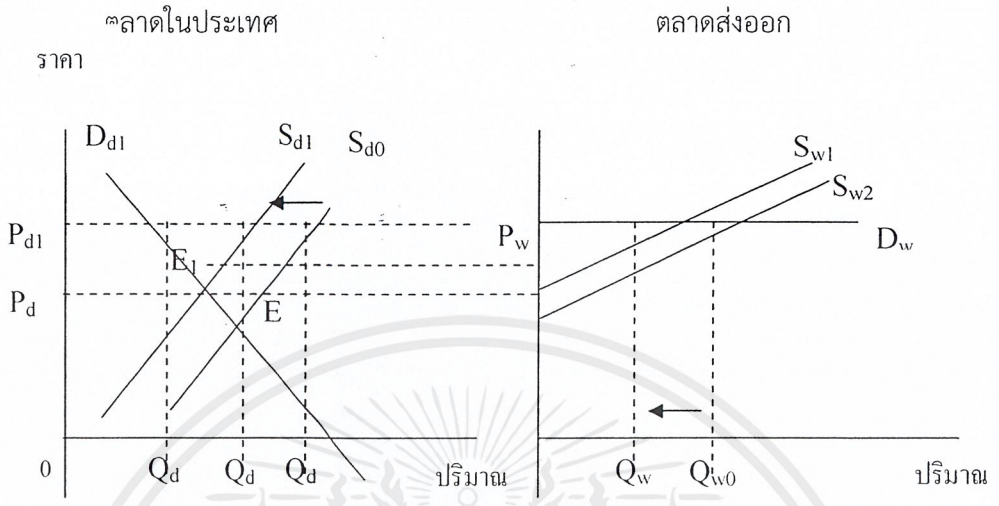
5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) หมายความว่าปริมาณการบริโภคสินค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ไม่ว่าปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับ ค่าอนันต์ (infinity)

อุปสงค์เพื่อส่งออก

สินค้าเกษตรขั้นต้น นอกจากจะใช้เพื่อบริโภคและแปรรูปภายในประเทศแล้ว ยังมีการส่งออกไปต่างประเทศด้วย เช่น ข้าวสาร ใช้บริโภคภายในประเทศประมาณร้อยละ 56 ส่งออกประมาณร้อยละ 44 ยางพาราจะใช้ในประเทศร้อยละ 10 ส่งออกถึงประมาณร้อยละ 90 และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งในอดีตส่งออกเกือบทั้งหมด ในตลาดโลกของสินค้าเกษตรแต่ละชนิดนั้นจะมีผู้ขายหลายรายโดยแต่ละรายอาจจะมีปริมาณขาย หรือส่งออกมากน้อยแตกต่างกัน ทำให้ลักษณะของเส้นอุปสงค์เพื่อส่งออกแตกต่างไปด้วย ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 2 กรณี

1.กรณีเส้นอุปสงค์เพื่อส่งออกขนานกับแกนนอน เป็นกรณีที่มีปริมาณส่งออกน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณซื้อขายในตลาดโลกทั้งหมด ปริมาณส่งออกมากน้อยจะไม่มีผลกระทบต่อตลาดโลก ผู้ส่งออกของไทยเป็นผู้รับราคาตลาดโลก (price taker) เส้นอุปสงค์ของผู้ส่งออกจะขนานกับแกนนอน ณ ระดับราคาตลาดโลก ซึ่งเหมือนกรณีผู้ขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยราคาขายจะถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด ปริมาณมากน้อยจึงไม่มีผลทำให้ตลาดเปลี่ยนแปลงไป เส้นอุปสงค์ของกรณีสัดส่วนปริมาณส่งออกน้อย หรือเป็นเส้นขนานกับแกนนอน (ภาพที่5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนส่งออกในตลาดโลกน้อย
ที่มา: (ประยงค์, 2550)

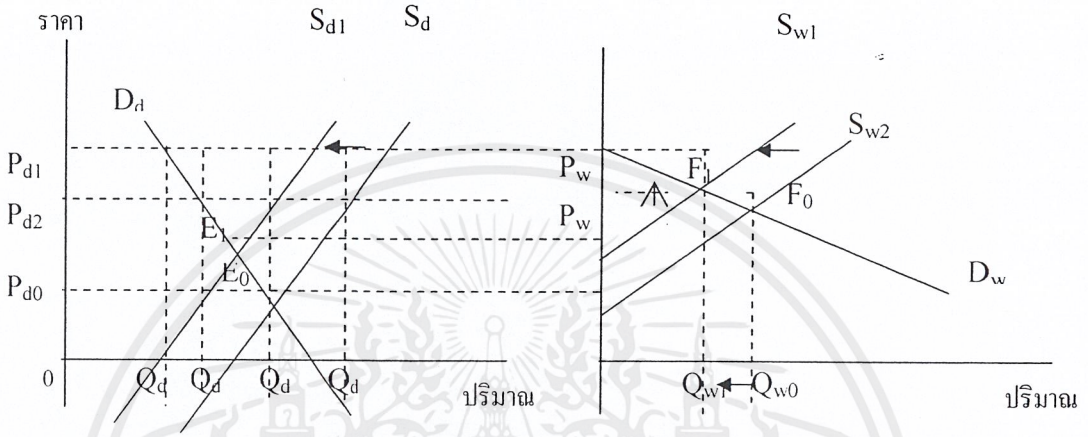
จากภาพที่ เส้น S_{d0} และเส้น D_{d0} เป็นเส้นอุปทานและเส้นอุปสงค์ภายในประเทศตามลำดับ เส้น S_{d0} และเส้น D_{d0} ตัดกันที่ E_0 กำหนดราคาภายในประเทศเท่ากับ P_{d0} และเมื่อลบ S_{d0} ด้วย D_{d0} ระดับราคา P_{d0} ขึ้นไป จะได้ส่วนต่างเป็นปริมาณส่งออก แสดงด้วยเส้น S_{w0} สมมติราคาส่งออกซึ่งกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก เท่ากับ P_{w0} เป็นกรณีส่งออกปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณส่งออกทั้งหมดในตลาดโลก ณ ระดับราคานี้ จึงเป็นเส้นอุปสงค์ในตลาดส่งออก แสดงด้วยเส้น D_{w0} เพื่อให้ง่ายแก่การวิเคราะห์ สมมติไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งออก ไม่มีการเก็บภาษีหรือกำหนอโควตาส่งออก ฉะนั้นราคาในตลาดโลกหรือราคาส่งออกจะเท่ากับราคาในประเทศ ($P_{d1} = P_{w0}$) ณ ระดับราคาภายในประเทศ P_{d1} นี้ ปริมาณผลผลิตทั้งหมดจะเท่ากับ Q_{d1} และปริมารเสนอซื้อเท่ากับ Q_{d0} ดังนั้น ส่วนต่างระหว่างปริมาณซื้อภายในประเทศ ซึ่งเท่ากับ $Q_{d1} - Q_{d0}$ จึงเป็นปริมารส่งออก โดยจะเท่ากับ Q_{w1} ในตลาดส่งออก

สมมติเกิดความแห้งแล้งหรือน้ำท่วม ทำให้ผลผลิตเสียหาย ทำให้เส้นอุปทานภายในประเทศเป็นเส้น S_{d1} ซึ่งทำให้เส้นอุปทานส่งออกเป็นเส้น S_{w1} ปริมารส่งออกจะลดลงเหลือเท่ากับ $Q_{d2} - Q_{d0}$ หรือ Q_{w1} จะเห็นได้ว่าปริมาณส่งออกที่ลดน้อยลงนี้จะไม่มีผลกระทบต่อราคาส่งออก หรือราคาตลาดโลกแต่อย่างใด การจะดำเนินนโยบายลดปริมาณการผลิตและส่งออกโดยมุ่งหวังที่จะทำให้ราคาตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น หรือเพื่อส่งออกในราคาที่สูงขึ้น จึงเป็นไปไม่ได้ในกรณีนี้

1. กรณีเส้นอุปสงค์เพื่อส่งออกทอดลงจากซ้ายไปขวา เป็นกรณีสัดส่วนปริมารส่งออกมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณซื้อขายทั้งหมดในตลาดโลก เช่น การส่งออกยางพาราของไทย ซึ่งส่งออกมาเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อันดับหนึ่งของโลก เส้นอุปสงค์ส่งออกจะทอดลงจากซ้ายไปขวา การเปลี่ยนแปลงปริมาณส่งออกจะมีผลกระทบต่อราคาตลาดโลก (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนในตลาดโลกมาก
ที่มา: (ประยงค์, 2550)

จากภาพที่ เส้น D_{w0} เป็นเส้นอุปสงค์ส่งออก ซึ่งลักษณะของเส้นจะทอดลงจากซ้ายไปขวาตามข้อสมมติ สัดส่วนปริมาณส่งออกเส้น D_{w0} ตัดกับเส้น S_{w0} ที่ F_0 กำหนดราคาส่งออกเท่ากับ P_{w0} ซึ่งจะเท่ากับ P_{d1} ด้วย และปริมารส่งออกเท่ากับ Q_{w0} หรือ $Q_{d1} - Q_d$

สมมติผลกระทบจากความแห้งแล้งหรือน้ำท่วมทำให้เส้นอุปทานย้ายเส้นเป็น S_{d1} และทำให้เส้นอุปทานส่งออกย้ายเส้นด้วยเป็นเส้น S_{w1} ตัดกับเส้น D_{w0} ที่ F_1 กำหนดราคาในตลาดโลกเพิ่มขึ้นเป็น P_{w1} โดยทำให้ราคาในตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น P_{d2} ด้วย และทำให้ปริมาณส่งออกลดลงเหลือเท่า Q_{w1} หรือ $Q_{d3} - Q_{d2}$ จะเห็นได้ว่า กรณีนี้การเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตและส่งออกจะมีผลต่อราคาตลาดโลกด้วย ฉะนั้นการดำเนินนโยบายเพื่อลดปริมาณการผลิตและส่งออก จึงเป็นไปได้ที่ส่งผลกระทบทำให้ราคาในตลาดโลกหรือราคาส่งออกเพิ่มสูงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตรวจสอบเอกสาร

ยะห์รินทร์ (2543) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาอาหารกระป๋องของไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง กุ้งกระป๋อง และปูกระป๋อง โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาช่วงปี พ.ศ. 2531-2534, 2535-2538, 2539-2540 และ 2540-2541 พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 5.0208 2.1181 1.0824 และ 1.6195 โดยมีประเทศคู่แข่งคือฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ส่วนตลาดสหภาพยุโรป พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 7.0275 3.7525 2.1571 และ 2.4199 มีประเทศคู่แข่งคือ สเปน และซีนีกัลป์ ขณะที่ในตลาดญี่ปุ่นพบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.2052 0.2631 0.3082 และ 0.2520 มีประเทศคู่แข่งคือ จีนและอินโดนีเซีย ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกุ้งกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2533-2535, 2536-2538, 2539-2540, 2540-2541 พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.6197 0.4346 0.7530 และ 0.9512 มีประเทศคู่แข่งคือ เม็กซิโกและอินโดนีเซีย ส่วนในตลาดสหภาพยุโรปในช่วงปี พ.ศ. 2531-2534, 2535-2538, 2539-2540 และ 2540-2541 พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 6.9253 3.3496 3.6617 และ 3.9637 มีประเทศคู่แข่งคือแคนาดา และชิลี ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2534 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2539-2540 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ผลการแข่งขัน ส่วนการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกุ้งกระป๋องของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2536-2537 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2538-2539 พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2539-2540 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ผลจากการแข่งขันส่วนผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2531-2534 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาด ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2539-2540 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนเดช (2544) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งของประเทศไทย ซึ่งอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งที่ศึกษาได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋อง กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง กุ้งแช่แข็งปลาและเนื้อปลาสดแช่แข็ง และปลาหมึกแช่แข็ง ในส่วนของการวิเคราะห์กุ้งกระป๋องนั้น การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในการส่งออก ได้แก่ ไอซ์แลนด์ เดนซ์มาร์ก เนเธอร์แลนด์ กรีนแลนด์และนอร์เวย์พบว่า ทุกประเทศต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตลอดช่วงปี พ.ศ. 2536-2540 โดยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทั้งหมด โดยประเทศกรีนแลนด์ มีค่า RCA สูงที่สุด คือ 1,080.82, 767.23,881.52, 800.35 และ 767.33 ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2536-2540 ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยมีค่าRCA อยู่ในอันดับสาม เท่ากับ 32.53, 34.89, 35.05, 39.60 และ 40.22 ตามลำดับ ส่วนการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งเป็นการอธิบายผลทางด้านต่างๆ ที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในแต่ละช่วงระยะเวลา ซึ่งประกอบไปด้วยผลกระทบ 4 ด้านคือ ผลอันเนื่องจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลอันเนื่องจากการกระจายตัวของตลาด ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายนอกหรือเป็นผลจากอุปสงค์ของประเทศนำเข้าเป็นสำคัญ และผลอันเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงและผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการส่งออก ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายในเป็นหลัก พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2537, 2537-2538 การขยายตัวของการส่งออกเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกมากที่สุด ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2538-2539, 2539-2540 การขยายตัวของการส่งออกเป็นผลมาจากการกระจายตัวของตลาดมากที่สุด ซึ่งตลอดช่วงปี พ.ศ.2536-2540 ผลจากการกระจายตัวของตลาดมีผลทำให้ประเทศไทยสามารถขยายมูลค่าการส่งออกได้มากขึ้น ส่วนผลจากการแข่งขันที่แท้จริงและผลจากทิศทางการเข้าสู่ตลาดมีผลทำให้ประเทศไทยขยายมูลค่าการส่งออกได้น้อยลง สรุปแล้วประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้านี้เนื่องจากระยะเวลาดังกล่าวประเทศไทยมีปริมาณการผลิต ปริมาณการส่งออกและมูลค่าการส่งออกอยู่ในอันดับ 1 ของโลกและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมาโดยตลอด การส่งออกมีทิศทางที่ดีเนื่องจากยังคงมีความต้องการในตลาดโลกอย่างต่อเนื่องและตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยก็ยังมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าเพิ่มขึ้น

เอกชัย (2544) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแปรรูปของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยซึ่งไม่ได้พิจารณาแยกเป็นสินค้าชนิดต่างๆในอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแปรรูป ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของราคาส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอังกฤษ มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงความต้องการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทย มีค่าเท่ากับ 1.925, 0.425 และ 3.516 ตามลำดับ และค่าความยืดหยุ่นของระดับรายได้ประชาชาติต่อบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและอังกฤษ ที่มีต่อปริมาณนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทย มีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างมากเท่ากับ 3.079, 6.781 และ 1.890 ตามลำดับ และจากการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้งสามประเทศ ในช่วง 4 ปี (พ.ศ. 2542-2545) โดยสมมติให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.99 ต่อปี ซึ่งอัตราการขยายตัวพิจารณาจากแนวโน้มอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องในช่วง 9 ปี คือ ปี พ.ศ. 2533-2541 พบว่า การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งสามประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มกำลังการผลิตให้มากขึ้นเพื่อให้เพียงพอกับการส่งออกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต ควรปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้สอดคล้องกับรสนิยมและรายได้ที่สูงของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย เพื่อให้อาหารทะเลกระป๋องของไทยเป็นที่ต้องการของประเทศคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น

พัชรินทร์ (2544) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกและการนำเข้าของไทยกับสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2538-2542 ซึ่งทางด้านการส่งออก สินค้าที่เลือกศึกษาคือ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง กุ้งกระป๋อง และฮาร์ดดิสก์ ทางด้านการนำเข้า สินค้าที่เลือกศึกษาคือ แผงวงจรไฟฟ้าไวนีลคลอไรด์ และตู้เย็นตู้แช่ โดยการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติ และกะประมาณค่าโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS) ใช้ข้อมูลรายไตรมาสระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 ผลการศึกษาพบว่า ทางด้านการส่งออกที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งกระป๋อง สินค้าทั้งสองชนิดนี้ยังได้รับสิทธิพิเศษ คือ การยกเว้นภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกานอกจากนี้ไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดของสหรัฐอเมริกาได้เป็นอันดับ 1 สำหรับฮาร์ดดิสก์มีมูลค่าส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาสูงเช่นกัน แต่พบว่าวัตถุดิบส่วนใหญ่ของไทยจำเป็นต้องนำข้าจากต่างประเทศ ทางด้านการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากสหรัฐอเมริกามีมูลค่าสูงขึ้นเป็นอันดับ และสหรัฐอเมริกาสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ1 ของไทย เช่นเดียวกับ ไวนีลคลอไรด์และตู้เย็นตู้แช่ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออก คือราคาสินค้าส่งออกปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนของสหรัฐอเมริกาเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย นอกจากสองปัจจัยนี้ยังขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงของสหรัฐอเมริกา ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้า คือ ราคาสินค้านำเข้าที่ปรับด้วยดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของสหรัฐอเมริกาเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย นอกจากสองปัจจัยนี้ยังขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงของไทยด้วย ดังนี้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าทุนเพื่อทดแทนการนำเข้าเพื่อเป็นการลดการขาดดุลการค้าของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาสกร (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศนาฟต้า โดยจะศึกษาเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาส่วนประเทศเม็กซิโกนั้นมีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของไทยเพียงเล็กน้อยและไม่ต่อเนื่อง ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศดังกล่าว โดยการประมาณค่าด้วยสมการกำลังสองน้อยที่สุดสองชั้น ซึ่งผลการทดสอบประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าปัจจัยทางด้านราคาส่งออก ปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศของไทยมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม โดยปัจจัยทางด้านอัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อดอลล่าร์สหรัฐและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกามีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยส่งผลกระทบต่อราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในทิศทางตรงกันข้าม โดยมีปัจจัยด้านราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในไตรมาสที่ผ่านมาและปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยในไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อราคาการส่งออกของไตรมาสปัจจุบันในทิศทางเดียวกันส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศแคนาดา พบว่าปัจจัยที่ศึกษาส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยเช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศแคนาดาและดัชนีผู้บริโภคภายในประเทศของไทยส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศแคนาดาในทิศทางเดียวกัน เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของสมการราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศแคนาดา พบว่าปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังแคนาดามีความสัมพันธ์กับราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปแคนาดาในทิศทางตรงกันข้ามเช่นเดียวกับที่ศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปแคนาดาในไตรมาสที่ผ่านมาและปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศแคนาดาในไตรมาสที่ผ่านมาก็ส่งผลกระทบต่อราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยในทิศทางตรงกันข้ามเช่นเดียวกับที่ศึกษาพบในประเทศสหรัฐอเมริกา จากการทดสอบความสัมพันธ์ของสมการที่ศึกษา พบว่าตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนนาดามีทิศทางของปัจจัยที่มีผลกระทบคล้ายคลึงกัน

ภาสวรา (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย เพื่อศึกษาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องกับประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และสเปน ในตลาดประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้า และอุปสงค์รวมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย รวมทั้งคำนวณหาความยืดหยุ่น สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และแบบจำลองทางเศษฐมิติ ในรูปของการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regressions) ในรูปกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least square) การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และสเปน ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2543 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ทั้งหมด คือ แสดงว่าประเทศเหล่านี้อยู่ในสถานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องและเมื่อพิจารณาแนวโน้มค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า มีค่าลดลงเป็นลำดับแสดงว่าความสามารถในการผลิตและส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของ 2 ประเทศนี้ จะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอนาคต ส่วนประเทศอินโดนีเซียค่า RCA มีความแปรปรวนแสดงว่าความสามารถในการผลิตและส่งออกมีความไม่แน่นอน ส่วนประเทศสเปนค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แสดงว่าความสามารถในการผลิตและส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ผลการศึกษาทางอุปสงค์การนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของไทยในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของไทยในประเทศญี่ปุ่น คือ ราคาทูน่ากระป๋อง โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม และรายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อบุคคล ระดับอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา คือราคาปลาทูน่ากระป๋อง รายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อบุคคล โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และระดับอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ ส่วนสหภาพยุโรป ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของไทย คือ ราคาปลาทูน่ากระป๋อง รายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อบุคคลโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รวมเพื่อการส่งออก ส่วนราคาปลาทูน่ากระป๋องของฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งแสดงว่าถ้าราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยลดลง จะทำให้อุปสงค์รวมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น และถ้าราคาส่งออกของฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น อุปสงค์รวมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

วรรณพร (2546) ศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกกุ้งกระป๋องจากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2539 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 คือ ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เท่ากับร้อยละ 102.90 และ 102.50 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดอินโดนีเซียในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เท่ากับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 261.42 และ 45.29 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันของไทยในตลาดดังกล่าวเท่ากับร้อยละ -2.90 และ -2.05 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลที่เกิดจากการแข่งขันของอินโดนีเซียในตลาดดังกล่าว เท่ากับร้อยละ -3.61.42 และ 54.71 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลที่เกิดจากขยายขนาดตลาดในตลาดรวม คือ รวมตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเข้าด้วยกันของไทยและอินโดนีเซียเท่ากับร้อยละ 100.00 และ 235.84 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดรวมดังกล่าวของไทยและอินโดนีเซียเท่ากับร้อยละ -2.68 และ -133.25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ และผลที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาดดังกล่าวของไทยและอินโดนีเซีย เท่ากับร้อยละ 2.68 และ -2.59 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย พบว่า ราคาส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย ราคาวัตถุดิบ และอัตราค่าจ้างแรงงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งกระป๋องของประเทศไทย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 2.10 -0.40 และ -0.37 ตามลำดับ

สุพัตรา (2546) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปสหภาพยุโรปเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในกลุ่ม ACP (ไอวอรี่โคสต์ ซีเชลส์และมอริเวียส) ADEAN (เอกวาดอร์) ASEAN (ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย) และEU (สเปน อิตาลี และฝรั่งเศส) ในระยะเวลา 16 ปี คือ พ.ศ. 2529-2544 โดยใช้ดัชนีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage-RCA) ศึกษาภาวการณ์ผลิต ภาวะการค้า และปริมาณความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยโดยวิเคราะห์ SWOT ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า RCA ของทุกประเทศมีค่ามากกว่า 1 ยกเว้นฝรั่งเศสและอิตาลี แสดงว่าประเทศเหล่านี้มีความสามารถโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าปลาทูน่ากระป๋อง อย่างไรก็ตาม ในระยะเวลา 16 ปี ค่า RCA ของไทย และฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มลดลง ค่า RCA ของไทยลดลงจาก 93.03 ในปี พ.ศ.2529 เหลือเพียง 30.69 ในปี พ.ศ. 2544 ในขณะที่เอกวาดอร์ ไอวอรีโสต์ มอริเชียส และซีเชลส์ มีค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะซีเชลส์มีค่า RCA เพิ่มขึ้นจาก 378.70 เป็น 1881.91 และ เอกวาดอร์เพิ่มขึ้นจาก 9.75 เป็น 101.78 สาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศเหล่านี้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเนื่องจากสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องที่ใหญ่ที่สุดของโลกและมีอิทธิพลต่อธุรกิจการค้าของโลก ดำเนินนโยบายให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่เป็นอดีตอาณานิคมเดิม และให้การสนับสนุนทางเศรษฐกิจแก่ประเทศที่เป็นแหล่งปลูกและกระจายยาเสพติด โดยยกเว้นภาษีนำข้าสินค้าจากประเทศเหล่านี้หลายรายการ ซึ่งรวมถึงปลาทูน่ากระป๋องด้วย ในขณะที่ประเทศไทยต้องเสียภาษีการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องในอัตราปกติ คือ ร้อยละ 24 ผลการวิเคราะห์ SWOT กำหนดค่าตัวแปรรวมของทุกตัวแปร อยู่ในช่วง 1.0 ถึงสูงสุด 4.0 โดยมีเกณฑ์คะแนนรวม 2.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นค่ามาตรฐานพบคะแนนรวมของการประเมินปัจจัยภายในมีค่าเท่ากับ 3.30 ซึ่งอยู่ในตำแหน่งจุดแข็ง หมายความว่าอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน คะแนนรวมของการประเมินปัจจัยภายนอกมีค่าเท่ากับ 2.60 ซึ่งอยู่ในตำแหน่งค่อนข้างไปทางระดับเฉลี่ย (2.50) หมายความว่า ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยค่อนข้างมาก โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการสร้างข้อกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ข้อได้เปรียบจากความร่วมมือและการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดของภาครัฐและภาคเอกชนไทย ทั้งภายในและต่างประเทศทำให้สามารถช่วยคลี่คลายอุปสรรคเหล่านี้บางส่วนได้

ธันวิน (2546) ได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยมีผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดโลกพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านความสามารถในการส่งออก และมีความได้เปรียบทางด้านความถนัดในการส่งออก โดยในช่วงปี พ.ศ. 2529-2539 พบว่าทั้งความสามารถในการส่งออกและความถนัดในการส่งออกมีค่าดัชนีที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 พบว่าความสามารถในการส่งออกและความถนัดในการส่งออกมีค่าดัชนีที่ถดถอยลง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2529-2543 พบว่า ในตลาดญี่ปุ่นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง คือ รายได้ต่อหัวของของญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและราคากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย สำหรับตลาดสหรัฐอเมริกาปัจจัยสำคัญที่ผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทย คือ รายได้ต่อหัวของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทั้งตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกา กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถเชิงแข่งขันการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งจากไทยไปตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกาตามแนวความคิดของ (Porter) โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีจุดแข็งซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี คุณภาพสินค้า มีการบริหารทางการเงินที่ดี ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ แต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต ไม่มีการแบ่งงานกันทำที่ชัดเจนและขาดการประเมินผลงาน มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้ ผู้ประกอบการควรประหยัดค่าใช้จ่ายในทุกๆ ด้านลงและภาครัฐบาลควรปรับลดภาษีที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งควรสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจเพื่อจะได้สร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ณรงค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหราชอาณาจักร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด การส่งออก อุปสรรคต่าง ๆ และวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันคือฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย รวมถึงการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 และศึกษาปัจจัยที่ผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยังประเทศสหราชอาณาจักร โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2545 ผลการศึกษาพบว่าค่า RCA ในปี พ.ศ. 2540-2545 ของประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1ทั้ง 3 ประเทศ โดยประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด แต่แนวโน้มค่า RCA ของทั้ง 3 ประเทศลดลง สำหรับผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปสหราชอาณาจักรมีมูลค่าลดลงโดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุดคือ ปัจจัยการแข่งขัน และผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปประเทศ สหราชอาณาจักร ได้แก่ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยและราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศฟิลิปปินส์ไปประเทศสหราชอาณาจักรโดยมีค่าความยืดหยุ่น เท่ากับ -1.434 และ 1.947 ตามลำดับ

อภิวัฒน์ (2547) ได้ทาการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันของสินค้า ส่งออกของไทยในสหรัฐอเมริกา ในช่วงการทำข้อตกลงเขตการค้าไทย - สหรัฐ ระหว่างปี พ.ศ. 2542- 2546 โดยเห็นว่า ในปัจจุบันการส่งออกสินค้าของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกานั้น มีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดของโลก หลายประเทศจึงมุ่งผลิตสินค้า เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดซึ่งกันและกัน ทำให้ประเทศไทยจาเป็นต้องมี การศึกษาตลาด และปรับปรุงคุณภาพการผลิตอยู่เสมอ เพื่อหาแนวทางเพิ่มศักยภาพและขีด ความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าส่งออกของไทย ในรายงานวิจัยได้แยกพิจารณาศึกษาถึงภาวะการค้าของไทยกับสหรัฐอเมริกาเพื่อให้ทราบ ถึงอัตราการขยายตัวของการส่งออก และสัดส่วนการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาต่อการ ส่งออกทั้งหมดของไทย รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นกับสินค้าไทยในการส่งออกไปสหรัฐฯ ซึ่งในการศึกษานี้เป็นการศึกษามูลค่าการส่งออกของสินค้าสำคัญ 10 รายการของไทยไป สหรัฐฯ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 จากหน่วยงานต่างๆ แสดงในรูป ของตารางและใช้ค่า RCA ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกมากที่สุด จากไทยไป สหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ยาง รองเท้าและ ชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์เซรามิก ตามลาดับ ส่วนสินค้าที่มีแนวโน้มที่จะมีศักยภาพในการส่งออก คือ มีค่า RCA มากกว่า 1 ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ส่วนประกอบอากาศยานและอุปกรณ์การบิน สำหรับสินค้าที่ไม่มีศักยภาพในการส่งออกจากไทยไปสหรัฐอเมริกา คือมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พลาสติก เหล็กและเหล็กกล้า ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ รถยนต์ อุปกรณ์และชิ้นส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วรัทยา (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มการค้าระหว่างประเทศไทย - อินเดีย เนื่องจากเห็นว่า ไทยและอินเดียเป็นประเทศคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาเป็นระยะ เวลานาน และภายใต้การดาเนินนโยบายปฏิรูปทางด้านเศรษฐกิจภายในประเทศของอินเดีย จาก ระบบกึ่งสังคมนิยมมาเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเสรี (Free Market Economy) โดยมีการเปิดตลาด ภายในประเทศ การปล่อยการค้าเสรี การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การลดภาษีและลด อัตราดอกเบี้ย ทาให้อินเดียเกิดการตื่นตัวทางด้านเศรษฐกิจและเป็นที่สนใจในการติดต่อค้าขายจาก นานาประเทศมากขึ้น ประกอบกับแนวโน้มอัตราการส่งออกของสินค้าไทยไปอินเดียก็มีการ ขยายตัวอยู่ในระดับที่ค่อนข้างมาก ดังนั้น การศึกษาถึงสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศอินเดียจึงเป็นประโยชน์ต่อการค้าของไทยอย่างมาก งานวิจัยนี้ได้ทาการศึกษา ถึงสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินเดีย รวมถึงแนวโน้มและลู่ทางการค้าระหว่างไทยกับอินเดียในอนาคต โดยทาการศึกษาข้อมูลการค้า ในช่วง 7 ปี ที่ผ่านมา คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2547 ได้แก่ มูลค่าการค้า มูลค่าการนาเข้า มูลค่าการส่งออก ดุลการค้า รวมถึงนโยบายและมาตรการทางการค้าระหว่างทั้งสองประเทศ โดยนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์ตามหลักสถิติเพื่อหาค่าการเคลื่อนไหวตามฤดูกาล(S) ค่าแนวโน้ม (T) ค่าการเคลื่อนไหว ตามวัฏจักร (C) ค่าการเคลื่อนไหวตามแบบผิดปกติ (I) และการพยากรณ์ (Y) เพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนกาลังสองของแบบจาลอง Y = T*S และ Y = T*S*C ผลจากการศึกษา พบว่ามูลค่าการค้าได้รับอิทธิพลจากฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้องทาให้มีมูลค่า สูงสุดในเดือนมีนาคมและต่ำสุดในเดือนพฤศจิกายน และมีนาคมเป็นเดือนที่มีค่าเคลื่อนไหวในทาง ผิดปกติในทางลบมากที่สุด พิจารณาทางด้านการส่งออก มีมูลค่าสูงสุดในเดือนกันยายนและต่ำสุด ในเดือนพฤศจิกายน มีเดือนพฤษภาคมเป็นเดือนที่มีค่าเคลื่อนไหวในทางผิดปกติในทางลบมาก ที่สุด สำหรับด้านการนำเข้ามีมูลค่าสูงสุดในเดือนมีนาคมและต่ำสุดในเดือนพฤษภาคม และเดือน มีนาคมเป็นเดือนที่มีค่าเคลื่อนไหวในทางผิดปกติในทางลบมากที่สุด ทั้งมูลค่าการค้า มูลค่าการส่งออก รวมทั้งมูลค่าการนำเข้าต่างมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเหมือนกัน และมีระยะเวลาของวัฏจักรเท่ากัน คือ 2 ปี นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่าการพยากรณ์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน กาลังสองของแบบจาลอง Y = T*S และ Y = T*S*C มีค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนกาลังสองน้อย กว่า Y = T*S ดังนั้นจึงสามารถนามาใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการค้าทั้ง 3 ประเภทได้

ปิยนุช (2548) ทำการศึกษาถึงศักยภาพการแข่งขันของสินค้าส่งออกของไทยใน จีนในช่วงการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 ประเด็นสำคัญที่พิจารณา คือ การศึกษาการเปลี่ยนแปลงและวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกสินค้าสำคัญของประเทศไทยไป ยังประเทศจีนในช่วงระยะเวลาดังกล่าว รวมทั้งศึกษาถึงผลกระทบ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิด ขึ้นกับสินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปจีน อันเนื่องมาจากการค้าระหว่างประเทศของไทยและจีน ภายใต้เขต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้าเสรี โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 6 รายการ ได้แก่ ข้าว ยางพารา ผลไม้ คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับ รายงานวิจัยได้ใช้ดัชนี Revealed Comparative Advantage (RCA) เป็นเครื่องมือในการ วิเคราะห์ศักยภาพการส่งออก หรือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าของไทย โดยทำการวิเคราะห์ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพื่อดูความสามารถในการแข่งขันหรือ ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของไทยในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ผลจากการศึกษาพบว่า สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันประกอบด้วย ข้าว ยางและ ผลิตภัณฑ์ยาง และผลไม้ ในขณะที่สินค้าที่ไทย ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันคือ อัญมณีและ เครื่องประดับ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ คอมพิวเตอร์และ ส่วนประกอบ ดังนั้นภาครัฐบาลควรร่วมมือกับเอกชนในการเร่งรัดการเจรจากับจีนให้ผ่อนคลาย หรือยกเลิกมาตรการกีดกันทางการค้า ที่ไม่ใช่ภาษีสาหรับสินค้าบางชนิด เพื่อให้การส่งออกสินค้า ของไทยไปยังจีนขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะมาตรการด้านสุขอนามัย และสุขอนามัยพืชกับสินค้า เกษตรบางรายการที่สำคัญ เช่น ผลไม้ เป็นต้น นอกจากนี้รัฐควรมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาปรับปรุง คุณภาพสินค้าต่างๆของไทยที่ไม่สามารถแข่งขันได้และไม่สามารถผลิตได้ เพื่อเป็นการเพิ่ม มูลค่าเพิ่มและเพื่อเตรียมการรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สุชาดา (2548) ได้ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาเนื้อปลาสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ การวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแบบฟิลเลสดหรือแช่เย็น เนื้อปลาแบบฟิลเลแช่เย็นจนแข็งและเนื้อปลาอื่น ๆ สด แช่เย็นหรือแช่เย็นจนแข็ง โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของเนื้อปลาแบบฟิลเลสดแช่เย็นในตลาดญี่ปุ่นช่วงปี พ.ศ. 2537-2539, 2540-2542 และ 2543-2546 พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.0188 0.0110 และ 0.0125 ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.0105 0.0029 และ 0.0127ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของเนื้อปลาแบบอื่นๆ สดแช่เย็น หรือแช่เย็นจนแข่งในตลาดญี่ปุ่นช่วงปี พ.ศ. 2537-2539, 2540-2542 และ 2549-2546 พบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 6.9723 7.2410 และ 7.9730 ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.0445 0.0419 และ 0.1113 ผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแบบฟิลเลแช่เย็นจนแข็งของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2537-2539 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลง คือ ผลการแข่งขัน ส่วนในช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2543-2546 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออก เพิ่มขึ้นคือ ผลจากการกระจายตลาด ส่วนผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแบบอื่นๆสดแช่เย็น หรือแช่เย็นจนแข็งของประเทศไทยในช่วงปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ.ศ. 2537-2539 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกลดลงคือ ผลการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2542 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2543-2546 พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ผลการแข่งขัน

ภัทร (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงสถานการณ์ในการแข่งขันของอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปในตลาดโลกว่าอยู่ในสถานการณ์ที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือไม่โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Additive revealed Comparative: ARCA) ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวมีการใช้ปัจจัยภายในคือต้นทุนการผลิตอย่างไร โดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) อีกทั้งปัจจัยภายนอกอื่น ๆ โดยใช้ สมการถดถอยแบบหลายตัวแปร (Multiple Regreeion) จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยมีค่า ARCA เป็นบวกมาเป็นเวลานานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 ถึงปี พ.ศ. 2544 โดยช่วงปี พ.ศ. 2537 ถึงปี พ.ศ. 2544 มีค่า RCA ลดลง เมื่อมาพิจารณาปัจจัยภายในโดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) พบว่ามีค่าน้อยกว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง แสดงว่าประเทศไทยนั้นยังมีความสามารถในการแข่งขันอยู่เช่นกันเป็นการยืนยันผลของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(Additive revealed Comparative: ARCA) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกจากการใช้ สมการถดถอยแบบหลายตัวแปร(Multiple Regreeion) นั่นก็คือ อัตราการคุ้มครอง (nominal protection coefficient: NPC) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (real Exchange Rate: RER) มีความสัมพันธ์กับ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Additive revealed Comparative: ARCA) ในทางตรงกันข้ามทั้งสองตัวแปร

วราลักษณ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่นซึ่งได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ โดยการใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของ Balassa และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดของ Ochsner และ Cramer เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของปลาทูน่ากระป๋องของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2549 การคำนวณ RCA ของการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ พบว่าทั้งประเทศไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง คือค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 แต่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ปรากฏว่า ประเทศไทยได้ประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผลการขยายขนาดของตลาดและการแข่งขันในตลาด ทำให้ปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น สำหรับอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ได้ประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาด แต่เสียประโยชน์จากการแข่งขันในตลาด จึงทำให้ปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปญี่ปุ่นลดลง

ธนวรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดโลกและตลาดญี่ปุ่น และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2549 โดยการประมาณแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นคือ ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 100 เยน โดยมีนัยสำคัญที่ร้อยละ 99 และ 95 ตามลำดับ ทั้งนี้ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องมีทิศทางเดียวกันกับปริมาณส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานเนื่องจากปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นและในส่วนของปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 100 เยน มีทิศทางเดียวกันกับปริมาณส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปญี่ปุ่นเช่นกัน และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อิฐิรัตน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 ประการคือ หนึ่ง เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา สอง เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ สามเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้ค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด (Marketshare) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจาก U.S. International Trade Commission ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2550 โดยใช้ปี พ.ศ. 2537 เป็นปีฐานเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงโดยแบ่งช่วงที่ต้องการศึกษาออกเป็น 4 ระยะจากการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออก พบว่าสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่ลดลงโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ผลิตภัณฑ์หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด และผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกา มีดังนี้ ประเทศไทยขาดแรงงานที่มีทักษะในการผลิต ด้านการออกแบบ นักตลาด นักวิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ และขาดแคลนนักวิจัยและพัฒนาเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอขาดเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ขาดแคลน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมหนังฟอก หนังดิบที่มีคุณภาพภายในประเทศ อุปสรรคของการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปสหรัฐอเมริกาที่สำคัญคือ วิกฤตปัญหา Subprime นโยบายการกีดกั้นทางการค้าของประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐอเมริกาตลอดจนระเบียบทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น การตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) การใช้มาตรฐานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรการแรงงานสากลการวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นพบว่า ประเทศไทย มีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้า ไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตรองเท้าและมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดีที่สุด คือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศเวียดนาม เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำและแรงงานที่มีราคาถูก ประเทศอิตาลีและประเทศบราซิล มีแนวโน้มที่ทรงตัว ส่วนประเทศอินโดนิเซีย มีแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศไทยมีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในผลิตภัณฑ์เครื่องหนังค่อนข้างน้อย และมีแนวโน้มการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลงประเทศอาร์เจนตินาและประเทศอิตาลีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเครื่องหนังและมีส่วนแบ่งทางการตลาดดีที่สุด รองลงมาคือประเทศ บราซิล จีน และประเทศเม็กซิโก

ภัทราพร (2550) การศึกษาการค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทย วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มของวัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย ซึ่งมาตราการทางการค้าที่มิใช่ภาษีของประเทศผู้นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องที่สำคัญ และศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของสินค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญพบว่า ราคาวัตถุดิบภายในประเทศลดลง ทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ประกอบกับต้นทุนด้านอื่นๆ เพิ่งสูงขึ้น จึงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ประเทศคู่ค้ายังมีการนำมาตราการทางการค้าที่มิใช่ภาษีมาใช้เพิ่มมากขึ้น คือ มาตรการสุขอนามัยและมาตรการสุขอนามัยพืช มาตรการอุปสรรคทางด้านเทคนิค มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และกฎแหล่งกำเนิดสินค้า การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง พบว่า มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องมีค่าลดลงในปี พ.ศ. 2543 – 2544 แต่มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 ในช่วงปี พ.ศ. 2539 – 2548 มูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของปูกระป๋องมีมูลค่าลดลงอย่างต่อเนื่อง และส่วนมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของของเนื้อปูกระป๋องได้มีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะมีมูลค่าไม่มากนัก โดยที่มาตราการทางการค้าที่มิใช่ภาษีมีผลต่อมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของปลาทูน่ากระป๋อง กุ้งกระป๋องและปูกระป๋องในช่วงแรกๆก่อนการประกาศใช้มาตราการเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปิยนุช (2550) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปของประเทศไทย วัตถุประสงค์ คือศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต และตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปส่งออก วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และการวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปของประเทศไทยและคู่แข่งใน 3 ช่วงเวลาคือ ปี พ.ศ. 2537 – 2539 ปี พ.ศ. 2541 - 2543 และปี พ.ศ. 2544 - 2548 เป็นช่วงก่อนและหลังการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของไทย และช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาด้านคู่แข่ง พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏทั้ง 3 ช่วงเวลา แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2544 - 2548 ไทยมีแนวโน้มสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปทั้งตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่นทั้งกรณีพิจารณาทุกสินค้าที่ส่งออกและกรณีพิจารณาเฉพาะสินค้าเกษตร พบว่า ประเทศคู่แข่งที่ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏทั้ง 3 ช่วงเวลามีแนวโน้มได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้น ได้แก่ ประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย และอินเดีย และในตลาดญี่ปุ่นได้แก่ ประเทศเวียดนามและอินโดนีเซีย ส่วนการส่งออกกุ้งแปรรูปในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศคู่แข่งส่วนใหญ่ได้เริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลา และในตลาดญี่ปุ่นประเทศเวียดนามเป็นประเทศเดียวที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในทั้ง 3 ช่วงเวลาและมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้น ส่วนผลการศึกษาการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปของประเทศไทยและคู่แข่ง พบว่า อัตราการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งรวมของโลกลดลงทั้ง 2 ช่วงเวลา (ปี พ.ศ. 2541 – 2543 และปี พ.ศ. 2544 - 2548) ขณะที่กุ้งแปรรูปเพิ่มขึ้นในทั้ง 2 ช่วงเวลา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2548 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นลดลงจากปัจจัยด้านการแข่งขันที่ลดลงเป็นสำคัญ ขณะที่ประเทศคู่แข่งส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นในช่วงเวลาเดียวกันเพิ่มขึ้นจากปัจจัยด้านการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดเป็นสำคัญ ได้แก่ ประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย จีน และเวียดนาม ยกเว้นการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกุ้งแปรรูปในตลาดสหรัฐอเมริกาของประเทศเอกวาดอร์และแคนาดา ดังนั้นภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรวางแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์กุ้ง โดยลดต้นทุนการผลิตทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กุ้งมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สายพิน (2550) การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกถุงมือยางของประเทศไทย วัตถุประสงค์หลักเพื่อประเมินศักยภาพการส่งออกถุงมือยางของประเทศไทย วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ (สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร) โดยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ และแบบจำลองเศรษฐมิติอุปสงค์เพื่อการส่งออกถุงมือยางของไทย ได้ถูกนำมาพัฒนาและนำมาใช้เป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแสดงให้เห็นว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกถุงมือยางในตลาดโลกของประเทศไทยและอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกถุงมือยางในตลาดโลกของประเทศมาเลเซียมีแนวโน้มลดลงส่วนผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบบตลาดคงที่ในถุงมือยางของไทย แสดงให้เห็นว่าปัจจัยหลักในการสนับสนุนการขยายส่วนแบ่งตลาดถุงมือยางของไทยในตลาดโลก คือ ผลกระทบการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือยางของไทยของประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา เยรมนี และสหราชอาณาจักร พบว่าปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การส่งออกถุงมือยางของไทย เป็นผลเนื่องมาจากราคาส่งออกและรายได้ของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

นววรรณ (2550) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์ปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ส่งผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ศึกษาโครงสร้างการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ผู้นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย พบว่าปริมาณนำเข้าปลาซาร์ดีนรมควันกระป๋องในน้ำมัน ราคา $1 ต่อกระป๋อง หรืออื่นๆ ราคา $1.10 ต่อกระป๋อง ขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศโมรอคโค ประเทศโปรตุเกส และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.109 0.612 1.244 และ 7.899 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าซาร์ดีนลอกหนังและถอดกระดูกในน้ำมันบรรจุภาชนะอัดลมขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย และประเทศเอกวาดอร์ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.886 และ 1.035 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าปลาทูน่าและปลาโอแถบในน้ำมันบรรจุภาชนะอัดลมขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ แลรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -5.735 3.785 และ 16.882 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าปลาทูน่า ปลาทูน่าครีบยาวไม่แช่น้ำมันบรรจุภาชนะอัดลมน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัม ไม่ประทับตราสหรัฐอเมริกาขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.272 และ 1.522 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าปลาทูน่าอื่นๆ ไม่แช่น้ำมันบรรจุภาชนะ อัดลมน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัม ไม่ประทับตราสหรัฐอเมริกา ขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศฟิลิปปินส์ และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -5.224 3.389 และ 13.487 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าปลาทูน่า ปลาทูน่าครีบยาวไม่แช่น้ำบรรจุภาชนะอัดลมน้ำหนักเกิน 7 กิโลกรัม ขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -6.354 6.290 และ 22.189 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าปลาทูน่า/ปลาโอแถบไม่แช่น้ำมันบรรจุภาชนะอัดลมน้ำหนักเกิน 7 กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเอกวาดอร์ และไต้หวัน โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.273 1.005 1.506 และ 0.850 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าเนื้อปู king crabmeat ปรุงแต่งบรรจุภาชนะอัดลมขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย ราคานำเข้าของญี่ปุ่น ราคานำเข้าของประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.487 0.581 0.461 และ 0.441 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าเนื้อปูปรุงแต่งพร้อมรับประทานบรรจุภาชนะอัดลม ขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศแคนาดา และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.665 1.057 และ 26.166 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้ากุ้งแช่แข็งบรรจุภาชนะอัดลม ขึ้นอยู่ราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -1.571 0.373 และ 15.019 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้ากุ้งกระป๋อง (กุ้งที่ทำให้สุกแล้ว) ขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.332 1.982 และ 7.796 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าหอยลายบรรจุภาชนะอัดลม ขึ้นอยู่กับราคานำเข้าของประเทศไทย และรายได้ประชาชาติต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -1.522 และ 8.527 ตามลำดับ

บุษรา (2550) การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกกาแฟของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกกาแฟของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ บราซิล เวียดนาม อินโดนีเซีย โคลัมเบีย เม็กซิโก และแคนาดา โดยใช้แนวคิดและวิธีการศึกษา และวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage RCA Index) ของการส่งออกกาแฟของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2550 ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกกาแฟของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 มาตลอด ระยะเวลาที่ศึกษาซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตหรือไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้าดังกล่าว จากการที่กาแฟเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้กับประเทศไทยอีกชนิดหนึ่งรวมถึงศักยภาพในการผลิตที่ประเทศไทยเป็นประเทศอุตสาหกรรม ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรเร่งเพิ่มศักยภาพและพัฒนาปรับปรุงอุตสาหกรรมกาแฟเพื่อการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้กาแฟของไทยเป็นกาแฟที่มีคุณภาพทัดเทียมกับคู่แข่งขันอีกทั้งตรงต่อความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นริศ (2550) ปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ส่งผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ส่งผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ศึกษาโครงสร้างกรผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ข้อมูลที่ใช้ในการวะเคราะห์เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondarty data) แบบอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาที่เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยโดยทั่วไปตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่างๆ การวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติและประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่าง ด้านอุปสงค์ที่ส่งผลที่ส่งผลต่อการส่งออกปลาทูน่าของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square ,2550) ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐาน และ ราคาส่งออกปลากระป๋องทูน่าของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกากับปริมาณการส่งออก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับสมมติฐาน และ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของสหรัฐอเมริกากับปริมาณการส่งออกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับสมมติฐาน และดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกากับปริมาณการส่งออกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ สมมติฐาน และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ) กับปริมาณการส่งออก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ 99

ณัฏฐวดี (2549) การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาดสินค้าของประเทศไทยและสินค้าของประเทศจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้าของประเทศไทยและสินค้าของประเทศจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา จำแนกตามรายกลุ่มสินค้าโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และความสามารถในการแข่งขันสินค้าของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มากกว่าสินค้าของประเทศจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา จำแนกตามรายกลุ่มสินค้า ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในตลาดสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547 พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศไทยที่มีค่ามากกว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศจีน มีทั้งหมด 35 รายกลุ่มสินค้า โดยในจำนวนดังกล่าวมีกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นมี 13 รายกลุ่มสินค้า กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ลดลงมี 17 รายกลุ่มสินค้า และกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ไม่แน่นอนมี 5 รายกลุ่มสินค้า ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันกลุ่มรายการสินค้าของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่า สินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้น มีทั้งสิ้น 23 รายกลุ่มสินค้า ในขณะที่สินค้าที่มีการขยายตัวการส่งออกลดลงส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกาลดการนำเข้า มีทั้งสิน 12 รายกลุ่มสินค้า จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นสำคัญ

เพื่อให้สอดคล้องกับคำว่าศักยภาพการส่งออกที่หมายถึง ความสามารถในการส่งออกสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก การมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นและอุปสงค์เพื่อการส่งออกของสินค้าชนิดนั้นมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้เครื่องมือทั้งหมด 4 เครื่องมือในการศึกษาดังต่อไปนี้ เครื่องมือที่ 1 การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยว่ามีความได้เปรียบหรือสูญความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าความสามารถนั้นเกิดจากสาเหตุใด เครื่องมือที่ 2 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด เพื่อให้สามารถอธิบายถึงความสามารถในการแข่งขันความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดจึงสามารถสะท้อนความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เครื่องมือที่ 3 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่จะถูกนำมาใช่เพื่อการขยายตัวของการส่งออกในสินค้าของแต่ละประเทศ และจะช่วยอธิบายถึงสาเหตุการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าว่ามีผลเนื่องมาจากอะไรแต่ไม่สามารถบอกได้ว่าแล้วผลที่เกิดเป็นเพราะปัจจัยใด จึงต้องใช้เครื่องมือที่ 4 คือการวิเคราะห์อุปสงค์ที่สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำมาพัฒนาศักยภาพการส่งออกให้เป็นไปตามคำนิยามข้างต้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น ผู้ศึกษาจึงได้มีการนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อให้สามารถอธิบายได้ว่าการส่งออกนั้นมีความได้เปรียบหรือไม่ และมีความได้เปรียบมากน้องเพียงใด จึงทำให้ต้องศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยจะวิเคราะห์ได้จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยตัวแปรอิสระที่เลือกนำมาศึกษาในครั้งนี้ คือ มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา และมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการวัดที่ว่า ถ้าค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นๆ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

และเพื่อบอกถึงความสามารถในการครองส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริการวมถึงแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดว่าจะเป็นอย่างไรในอนาคตเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกจึงได้มีการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด สำหรับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดได้เลือกตัวแปรอิสระที่เลือกนำมาศึกษาในครั้งนี้คือมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ

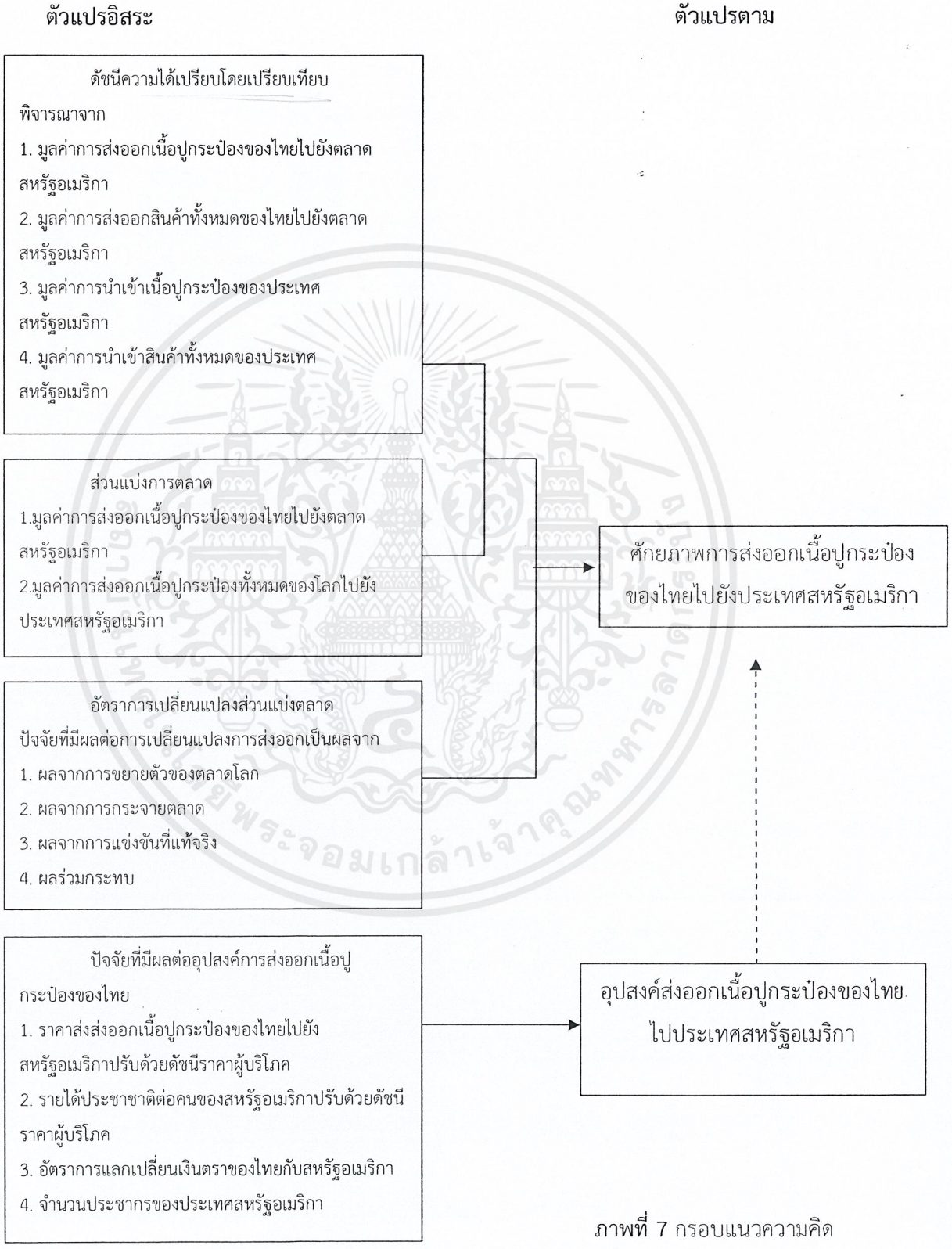
อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพียงอย่างเดียวนั้นก็อธิบายไม่ได้ว่า ศักยภาพการส่งออกนั้นเกิดจากสาเหตุใด ดังนั้นจึงต้องใช้การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดร่วมด้วย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เพราะแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่สามารถอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ว่าเป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงหรือผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกซึ่งมีหลักวิธีการวิเคราะห์โดยพิจารณาถึงผลการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดโลกไว้เท่าเดิม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาให้มากยิ่งขึ้นด้วย

แต่การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดก็ไม่สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษาอุปสงค์การส่งออกสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกบ้างที่มีผล จึงได้ทำการการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรอิสระที่ได้เลือกมาทำการศึกษาใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งนี้ ได้แก่ ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้ามถ้าราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะลดลงรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ารายได้ประชาชาติที่ ใช้บริโภคของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นก็จะทำให้ปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น และในทิศทางตรงกันข้ามถ้ารายได้ประชาชาติที่ใช้ในการบริโภคของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงจะทำให้ปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของไทยมายังประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาคาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้น ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะลดลงด้วย จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าจำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้น และในทิศทางตรงข้ามถ้าจำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง จะทำให้ปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะลดลง ส่วนตัวแปรตามที่นำมาศึกษาในส่วนนี้คือ ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ภาพที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานของการศึกษา

1. ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

2. ประเทศไทยไม่มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

3. ส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาไม่มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาด ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขันทางการตลาด และผลจากการปรับตัวของการส่งออก

4. ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

5. รายได้ประชาชาติต่อคนของสหรัฐอเมริกาปรับด้วนดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

6. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราของไทยกับสหรัฐอเมริกาไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

7. จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็นสองส่วนซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร รายงานการศึกษา บทความ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลทางสถิติจากหน่วยงานราชการ และเอกชนที่ได้เก็บรวบรวมไว้ ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) แบบ อนุกรมเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553 ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก Global Trade Atlas

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก Global Trade Atlas

3. ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก Global Trade Atlas

4. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกรมศุลกากร กองทุนการเงินระหว่างประเทศ ธนาคารแห่งประเทศไทย และ Global Trade Atlas

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วนคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งไปสหรัฐอเมริกา (Revealed Comparative Advantage: RCA) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศแคนาดาและอินโดนีเซีย โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อชี้ให้เห็นว่าไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปสหรัฐอเมริกาหรือไม่ โดยใช้สูตร ดังนี้

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าเนื้อปูกระป๋องของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

K = เนื้อปูกระป๋อง

I = ประเทศไทย

W = ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.2 การวิเคราะห์ RCA ของประเทศแคนาดา

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดา ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศแคนาดา ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าเนื้อปูกระป๋องของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

K = เนื้อปูกระป๋อง

I = ประเทศแคนาดา

W = ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3 การวิเคราะห์ RCA ของประเทศอินโดนีเซีย

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซีย

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซีย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซีย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าเนื้อปูกระป๋องของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

K = เนื้อปูกระป๋อง

I = อินโดนีเซีย

W = ประเทศสหรัฐอเมริกา

2. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญจึงทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) เพื่อชี้ให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋อง และทิศทางแนวโน้มของตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$MSi_{j-m} = \frac{Xi_{j-m}}{Xi_{w-m}}$$

โดยกำหนดให้

MSi_{j-m} = ส่วนแบ่งตลาดของเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย

Xi_{j-m} = มูลค่าการส่งออกสินค้าเนื้อปูกระป๋องจากประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

Xi_{w-m} = มูลค่าการส่งออกสินค้าเนื้อปูกระป๋องจากโลกไปประเทศสหรัฐอเมริกา

i = รายการสินค้า

w = โลก

1.3 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญว่าเกิดจากผลกระทบด้านใดบ้าง แล้วนำผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์รายประเทศ และพิจารณาเพียงสินค้าเนื้อปูกระป๋องชนิดเดียวเท่านั้น ดังนั้นจะไม่มีการนำผลจากการกระจายและผลจากส่วนประกอบมาวิเคราะห์ร่วมด้วย ดังนั้นแบบจำลอง CMS ที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้อธิบายถึงการขยายตัวของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องและประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นการพิจารณาเป็นรายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ดังนั้น แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จึงไม่มีปัจจัยของผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกพิจารณาด้วย เพราะฉะนั้นในแบบจำลอง CMS ที่ใช้วิเคราะห์นี้จึงมีเพียง 4 ปัจจัยเท่านั้น ได้แก่ (1) ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก (2) ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (3) ผลจากการกระจายตลาด (4) ผลกระทบร่วมจาการปรับตัว (กเรนทร์, 2546) จึงสามารถเขียนแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$A_i = W_i + D_i + P_i^* + (P_i - P_i^*)$

กำหนดให้

A_i = การขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริง

W_i = ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก หรือการส่งออกทั้งหมดของโลก

D_i = ผลจากการกระจายตลาด

P = ผลจากการแข่งขัน

P_i^* = ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง

$(P_i - P_i^*)$ = ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

i = ประเทศผู้ส่งออกหรือกลุ่มประเทศผู้ส่งออกได้แก่ ประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศแคนาดาและอินโดนีเซีย

1.4 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression model) (กัลยา, 2548) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่นำมาประยุกต์เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร และนำผลที่ได้จากการศึกษามาคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาโดยใช้แบบจำลอง

$Qd_t = f(FOB_t, EXCH_t, NI_t, POP_t)$

กำหนดให้

Qd_t = ปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่ t มีหน่วยเป็นตัน

FOB_t = ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่ t มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐฯต่อตัน

NI_t = รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่ t มีหน่วยเป็นดอลล่าร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$EXCH_t$ = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ในปีที่ t มีหน่วยเป็นบาทต่อดอลล่าร์

POP_t = จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกาในปีที่ t มีหน่วยเป็นล้านคน

แบบจำลองสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งจำเป็นต้องใช้การกะประมาณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Leas Square: OLS) เพราะจะทำให้ไม่เกิดปัญหาอคติ (bias) และไม่เที่ยงตรง (inconsistency)

รูปแบบฟังก์ชั่นที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการการส่งออกเนื้อปูของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกามี 4 รูปแบบ ดังนี้

1. ฟังก์ชั่นอุปสงค์แบบเส้นตรง

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

2. ฟังก์ชั่นอุปสงค์แบบกึ่งล็อค

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

3. ฟังก์ชั่นอุปสงค์แบบล็อคคู่

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

4. ฟังก์ชั่นอุปสงค์แบบอินเวอร์สล็อค

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

กำหนดให้

Y_t = ตัวแปรผันตามปีที่ t

X_{it} = ตัวแปรอิสระชนิด i ปีที่ t

a = ค่าคงที่

b_i = ค่าสัมประสิทธ์ของตัวแปรอิสระชนิด i

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อน

สำหรับการศึกษาผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปสมการถดถอยเชิงพหุ (multiple regression modthod) ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

least square) ในรูปแบบฟังก์ชั่นอุปสงค์แบบล็อกคู่เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาซึ่งประกอบด้วยสามส่วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือส่วนที่หนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเนื้อปูกระป๋องของไทยกับประเทศคู่แข่งขัน ได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย และแคนาดาในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยพิจารราค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดร่วมกับค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนที่สามวิเคราะห์ผลกระทบด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่มาทำการวิเคราะห์ และส่วนที่สี่เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ และใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

สำหรับการวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะพิจารณาการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ คือประเทศแคนาดา และอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือไม่ จากการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้น จะทำให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทั้งสอง โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

จากการคำนวณค่า RCA จากตารางภาคผนวกที่ 1, 2 และ 3 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ประเทศไทยนั้นมีค่า RCA เฉลี่ยที่คำนวณได้ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีค่าเท่ากับ 2.22 และ 2.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) ซึ่งค่า RCA ทั้งสองช่วงเวลาดังกล่าวมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษาเช่นเดียวกัน โดยค่า RCA ที่ได้จากการคำนวณในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีค่าเท่ากับ 16.38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และ 5.08 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเช่นกัน

ส่วนประเทศแคนาดามีค่า RCA มากกว่า1ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษาเช่นเดียวกันจึงกล่าวได้ว่าประเทศแคนาดามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งจากการคำนวณได้ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีค่าเท่ากับ2.30 และ 4.19 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปว่า ทั้งประเทศไทย แคนาดา และอินโดนีเซีย ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกานั่นคือทั้งสามประเทศมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเนื้อปูกระป๋องปังตลาดสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 6 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย แคนาดา และอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2546 – 2553

ช่วงปี พ.ศ.	ไทย	แคนาดา	อินโดนีเซีย
2546 - 2549	2.22	2.30	16.38
2550 - 2553	2.25	4.19	5.08

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวก 1, 2 และ 4)

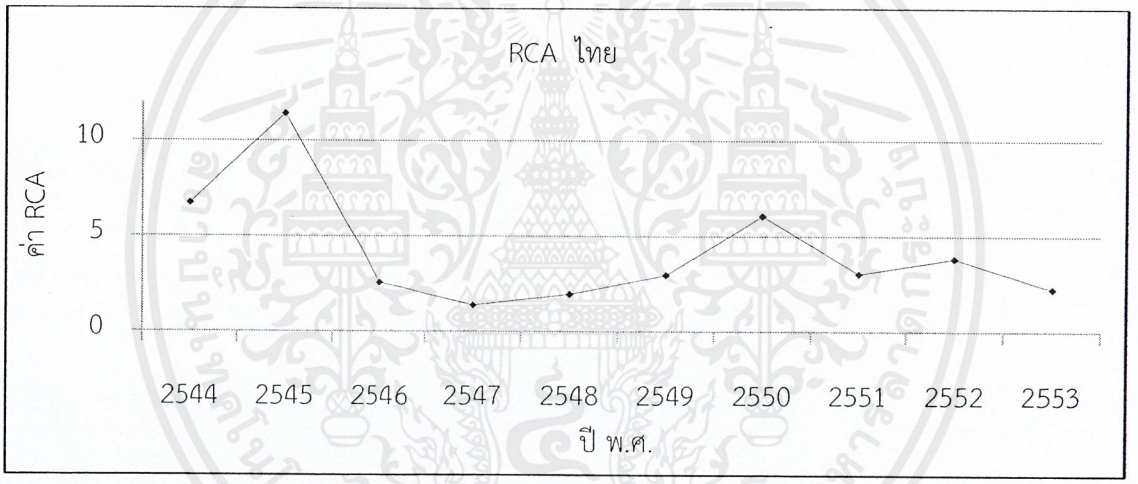
ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วยประเทศ อินโดนีเซียและแคนาดา ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้ สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ จากการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะพิจารณาการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ คือประเทศแคนาดา และอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากน้อยเพียงใดและแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของตลาด โดยจะทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี พ.ศ. 2544-2553 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

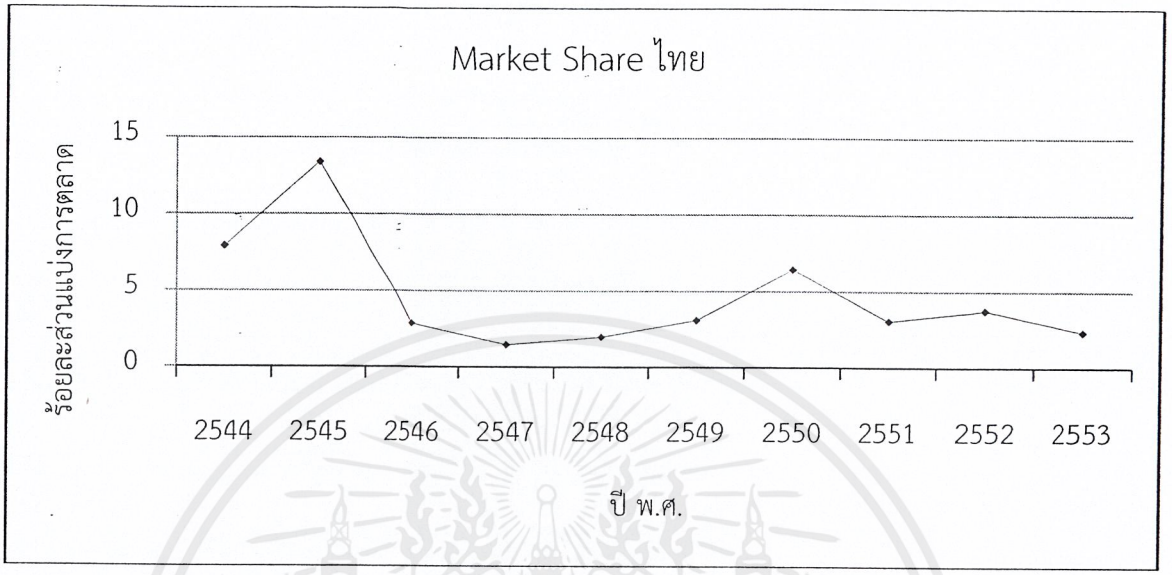


ภาพที่ 8 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2544-2553

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวก 1)

ค่า RCA ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 มีค่าเท่ากับ 6.74, 11.42, 2.57, 1.39, 1.95, 2.97, 6.07, 3.04, 3.83 และ 2.25 ตามลำดับ จากค่า RCA นี้แสดงให้เห็นว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปไปยังตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยดูได้จากค่า RCA มีค่ามากกว่า 1มาโดยตลอด (ภาพที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 ส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2544-2553

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวก 4)

ส่วนแบ่งทางการตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขัน ประเทศที่มีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดอันดับหนึ่งคือ ประเทศแคนาดา อันดับสองคือประเทศอินโดนีเซีย ในด้านส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 มีค่าเท่ากับร้อยละ 7.92, 13.41, 2.88, 1.49, 2.00, 3.10, 6.44, 3.07, 3.76 และ 2.36 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดยังถือว่าน้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศแคนาดา ที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 25.6, 39.18, 33.09, 41.01, 49.82, 41.32, 44.44, 62.74, 76.78 และ65.09ตามลำดับ โดยจะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 (ภาพที่ 9)

เมื่อพิจารณาทั้งค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาด จะได้ผลว่าค่า RCA มากกว่า 1 แต่ส่วนแบ่งการตลาดน้อย หมายความว่า ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาประเทศไทยถือครองส่วนแบ่งตลาดได้น้อยคือมีความสามารถในการแข่งขันน้อย แต่มีแนวโน้มที่จะครอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดได้มากขึ้น มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลก สินค้าชนิดนี้จึงมีความชะลอตัว

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วยประเทศ อินโดนีเซียและแคนาดา ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้ สามารถทดสอบสมติฐานได้ดังนี้ คือ จากการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ถือครองส่วนแบ่งตลาดคือมีความสามารถในการแข่งขันน้อย แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้นได้น้อยซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งว่าเพิ่มขึ้นหรือว่าลดลง โดยจะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลจากการปรับการส่งออก โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี พ.ศ. 2546-2553 โดยทำการเปรียบเทียบในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และ ปี พ.ศ. 2550-2553 ซึ่งได้ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกากรณีประเทศไทย

มูลค่าเฉลี่ยการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 มีมูลค่าเท่ากับ 5.64 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 5.22 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกเนื้อปูกระป๋อง ใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า มีการส่งออกที่ลดลง 0.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยใช้ข้อมูลจากตารางภาคผนวกที่ 7, 8 และ 9 พบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยที่ลดลงมีผลมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 0.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าอัตราการขยายตัวในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มากกว่าอัตราการขยายตัวในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของตลาดโลก เป็นผลเนื่องมาจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกมีค่าร้อยละ 43 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องมีค่าร้อยละ 8 (ตารางที่ 7)

2. ผลจากการกระจายตลาด มีมูลค่าเท่ากับ 0.55 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยส่วนใหญ่ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ -0.75 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 4) จากการที่ผลการแข่งขันมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศไทยได้ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยลดลงเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆในตลาดโลก

4. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ -0.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นลบ หมายความว่าประเทศไทยส่งออกสินค้าเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเนื้อปูกระป๋องที่สูง

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าลดลง 0.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลจากการแข่งขัน รองลงมาได้แก่ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกากรณีประเทศอินโดนีเซีย

มูลค่าเฉลี่ยการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 มีมูลค่าเท่ากับ 77.43 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 74.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกเนื้อปูกระป๋อง ใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า มีการส่งออกที่ลดลง 2.96 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลจากตารางภาคผนวกที่ 7, 8 และ 11 พบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียที่ลดลงมีผลมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 6.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าอัตราการขยายตัวในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มากกว่าอัตราการขยายตัวในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของตลาดโลก เป็นผลเนื่องมาจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกมีค่าร้อยละ 43 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องมีค่าร้อยละ 8 (ตารางที่ 7)

2. ผลจากการกระจายตลาด มีมูลค่าเท่ากับ 29.28 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยส่วนใหญ่ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศอินโดนีเซียสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการแข่งขันมีมูลค่าเท่ากับ -23.78 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) จากการที่ผลการแข่งขันมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศอินโดนีเซียได้ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียลดลงเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆในตลาดโลก

4. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ -14.86 ล้านเหรียญสหรัฐ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นลบ หมายความว่าประเทศอินโดนีเซียส่งออกสินค้าเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเนื้อปูกระป๋องที่สูง

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในช่วงปีพ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าลดลง 2.96 ล้านเหรียญสหรัฐฯ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลจากการแข่งขัน รองลงมาได้แก่ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาดตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกากรณีประเทศแคนาดา

มูลค่าเฉลี่ยการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 มีมูลค่าเท่ากับ 29.69 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 50.97 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ตารางที่8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกเนื้อปูกระป๋อง ใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า มีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น 21.28 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยใช้ข้อมูลจากตารางภาคผนวกที่ 7, 8 และ 10 พบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาที่เพิ่มขึ้นมีผลมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 2.46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าอัตราการขยายตัวในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มากกว่าอัตราการขยายตัวในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของตลาดโลก เป็นผลเนื่องมาจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกมีค่าร้อยละ 43 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องมีค่าร้อยละ 8 (ตารางที่ 7)

2. ผลจากการกระจายตลาด มีมูลค่าเท่ากับ 10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าประเทศแคนาดามีการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาส่วนใหญ่ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศแคนาดาสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการแข่งขันมีมูลค่าเท่ากับ -8.41 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) จากการที่ผลการแข่งขันมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศแคนาดาได้ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาลดลงเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆในตลาดโลก

4. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ 17.23 ล้านเหรียญสหรัฐ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นบวก หมายความว่าประเทศแคนาดาส่งออกสินค้าเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวสูง โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเนื้อปูกระป๋องที่สูง

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 21.28 ล้านเหรียญสหรัฐฯ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก รองลงมาได้แก่ ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และ ผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย อินโดนีเซีย และแคนาดาในตลาดสหรัฐอเมริกา ปรากฏว่าประเทศผู้ส่งออกทั้ง สามประเทศ ประเทศแคนนาดามีผลการเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดเพิ่มขึ้น โดยได้รับผลประโยชน์จากผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามประเทศแคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก็เสียประโยชน์จากผลจากการแข่งขัน และสำหรับประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียมีผลการเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดลดลง โดยทั้งสองประเทศไทยได้รับจากผลกระทบจากผลกระทบจากการแข่งขันมากที่สุด

ตารางที่ 7 อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมทั้งหมดของโลก และอัตราการขยายการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเนื้อปูกระป๋อง และอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553

อัตราการขยายตัว ($g = G-1$)		ร้อยละ
การส่งออกรวมของตลาดโลก (g)	$G = 1.43$	43
การส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋อง ($g_k = G_k-1$)	$G_k = 0.08$	8
การส่งออกรวมของโลกในเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา	$G_{jk} = 1.51$	51

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวกที่ 7 และ 8)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของไทยและคู่แข่ง คือประเทศอินโดนีเซีย และแคนาดาในตลาดสหรัฐอเมริกา สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดที่ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขัน และผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ผลจาการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาดซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย อินโดนีเซีย และแคนาดาในตลาดสหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	ประเทศไทย	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศแคนาดา
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
ผลจาการขยายตัวของตลาดโลก	0.47	6.40	2.46
ผลจากการกระจายตลาด	0.55	29.28	10.00
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง	-0.75	-23.78	-8.41
ผลกระทบร่วม	-0.69	-14.86	17.23
มูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลง	-0.42	-2.96	21.28
มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปี พ.ศ. 2546-2549	5.64	77.43	29.69
มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปี พ.ศ. 2550-2553	5.22	74.47	50.97

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวกที่ 7, 8, 9, 10 และ 11)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2553 โดยรูปแบบสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผลจากการประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยสุดแบบธรรมดา ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ได้รู้แบบฟังก์ชันที่เหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา พบว่ารูปแบบฟังก์ชันที่เหมาะสมที่สุดเป็นรูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ (double-log demand function) โดยพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อน (MSE) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.09 ค่า R^2 เท่ากับ 0.89 และมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.41 จึงเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดกับการวิเคราะห์ข้อมูล (ตารางที่ 9)

ทั้งนี้สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกามีตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา และมีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัว คือ ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา รายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา และจำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆดังต่อไปนี้

$$\ln QD = 157.278 - 0.7378\ln FOB + 1.264\ln IN + 2.414\ln EXCH + 7.605\ln POP$$

t-value = $(-5.419)^{***}$ $(0.154)^{NS}$ $(1.062)^{NS}$ $(1.530)^{NS}$

R^2 = 0.89 S.E. = 0.31

F = 12.54 D.W = 2.41

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

NS ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จำนวนปีที่ใช้ในการวิเคราะห์ (n) = 11

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติของสมการอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาดังสมการข้างต้น พบว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา (Qd) สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา และ จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรอิสระเหล่านี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาได้ร้อยละ 89.00 (R^2) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 11.00 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งไม่ได้นำมาพิจารณาในสมการ และเมื่อพิจารณาค่าสถิติ F เท่ากับ 12.54 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆ ในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 จากการทดสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ พบว่า ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกาและราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาไปประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นัยสำคัญทางสถิติ สำหรับค่า เดอร์บิล-วัตสัน (Durbin-Watson: D.W.) มีค่าเท่ากับ 2.41 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.50-2.50 แสดงว่าการวิเคราะห์ไม่เกิดปัญหาเกี่ยวกับการคลาดเคลื่อนของตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยต่างๆ เหล่านี้พบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ กล่าวคือ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกามีค่าเป็นบวก หมายความว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกามีค่าเป็นบวก หมายความว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกามีค่าเป็นบวก หมายความว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ และเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกามีค่าเป็นลบ หมายความว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว และความมีนัยสำคัญของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า รายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

2. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า จำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกา ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

4. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 มีค่าเป็นลบ และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์กับปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

เนื่องจากความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาอยู่ในรูปแบบของฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถนำมาอธิบายค่าความยืดหยุ่นได้ ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆได้จากสมการข้างต้น ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกากับราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาเป็นไปในทางลบ โดยความยืดหยุ่นอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกามีค่า -0.74 หมายความว่าเมื่อราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ – 0.74 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบผลการประมาณสมการอุปสงค์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อใช้ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

รูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา			
	เครื่องหมายสัมประสิทธิ์ของตัวแปลอิสระ	ค่าส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ย (MSE)	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	มีนัยสำคัญ
แบบเส้นตรง	เป็นไปตามสมมติฐาน 4 ตัว	4979.35	0.75	มี 1 ตัวที่ 0.05
แบบกึ่งล็อค	เป็นไปตามสมมติฐาน 4 ตัว	3394.37	0.83	มี 1 ตัวที่ 0.05
แบบล็อกคู่	เป็นไปตามสมมติฐาน 4 ตัว	0.09	0.89	มี 1 ตัวที่ 0.01
แบบอินเวอร์สล็อค	เป็นไปตามสมมติฐาน 4 ตัว	0.13	0.85	มี 1 ตัวที่ 0.05

ที่มา: (จากการคำนวณ)

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลของประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 4 ในเอเชียรองจากประเทศญี่ปุ่น จีน และอินเดีย สินค้าที่ผลิตได้มากกว่าร้อยละ 90 เพื่อการส่งออก รูปแบบสินค้าที่ส่งออกเป็นสินค้าอาหารกระป๋องแช่แข็งประมาณร้อยละ 80 โดยจากการพิจารณามูลค่าสินค้าที่ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีมูลค่าจัดเป็นอันดับที่ 1 และที่ 2 ของการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทย และเมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปส่งออกของไทยจะพบว่า สินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋องปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง หอยลายกระป๋อง และปลาหมึกกระป๋อง (ตารางที่ 2) ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลเนื้อปูกระป๋อง จะไม่ได้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกที่สำคัญที่สุด แต่ผลิตภัณฑ์เนื้อปุกระป๋องก็สร้างมูลค่าการส่งออกของไทยเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่อยู่ในรูปเนื้อปูกระป๋อง โดยในปี พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมาการส่งออกเนื้อปูกระป๋องมีมูลค่าประมาณ 1,670.95 ล้านบาทซึ่งแสดงถึงมูลค่าที่เพิ่มขึ้นประมาณ 338.76 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2552 ที่มีมูลค่าการส่งออกถึง 1,332.19 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก โดยตลาดหลักที่มีการส่งออกคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และสหราชอาณาจักร แต่ตลาดหลักของประเทศไทยอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีประเทศคู่แข่งทางการส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ประเทศแคนาดา และประเทศอินโดนีเซีย ดังนั้นจึงทำการศึกษาถึงศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่ไทยส่งออกเนื้อปูกระป๋องมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้คือ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2543-2553 การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2544-2553 และศึกษาการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2546-2553 และได้ทำการแบ่งการศึกษาออกเป็นสองช่วงเวลา คือช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เพื่อช่วยลดการผันแปรของข้อมูลเป็นการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกาในปีใดปีหนึ่งเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศไทยนั้นมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน โดยมีค่า RCA เท่ากับ 2.22 และ 2.25 ตามลำดับแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากกว่า 1แสดงให้เห็นว่า ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเช่นกัน และประเทศแคนนาดามีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ประเทศแคนนาดามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกากล่าวโดยสรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเทศที่ได้ทำการศึกษามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า เมื่อพิจารณาทั้งค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาด จะได้ผลว่าค่า RCA มากกว่า 1 แต่ส่วนแบ่งการตลาดน้อย หมายความว่า ในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยถือครองส่วนแบ่งตลาดได้น้อยคือมีความสามารถในการแข่งขันน้อย แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกสินค้าชนิดนี้จึงมีความชะลอตัว

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าลดลง 0.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลจากการแข่งขัน รองลงมาได้แก่ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาดตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2543-2553 ในรูปสมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา มีอิทธิพล ต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกามีค่าเท่ากับ –0.74

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยสังเกตได้จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา แต่มีส่วนแบ่งการตลาดน้อย ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ แต่มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องที่ลดลงพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลจากการแข่งขันแต่ไม่สามารถอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่น นั้น ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงจำเป็นต้องนำปัจจัยอื่นๆเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย จึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ที่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้นำเข้า พบว่าราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนแบ่งตลาด การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา จึงมีข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และค่ายืดหยุ่นของเนื้อปูกระป๋องมีค่าน้อยแสดงว่าถ้าผู้ส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยเพิ่มราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา จะทำให้มีรายรับจากการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยก็จะเปลี่ยนแปลงลดลงไม่มาก และรายได้รวมจะเพิ่มมากขึ้นจนทดแทนปริมาณการขายที่ลดลงไป ดังนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยจึงควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งการพัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างโดดเด่นจากสินค้าของคู่แข่งเนื่องจากตลาดสหรัฐอเมริกาสามารถขายเนื้อปูกระป๋องได้มูลค่าสูงจึงควรมี

2. จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเนื้อปูของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศไทยเสียประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากที่สุด ดังนั้นรัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านการส่งออก ควรใช้นโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทำการเจรจากับรัฐบาลอเมริกาเพื่อลดภาษีการนำเข้าเนื้อปูจากไทยหรือการปรับลดค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกเนื้อปูกระป๋องไปสหรัฐอเมริกา และการพัฒนาข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดทั้งของประเทศคู่ค้า และคู่แข่งที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกให้ดียิ่งขึ้นและควรดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออก โดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของกลุ่มผู้นำเข้าในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น จัดงานแสดงสินค้าอาหารไทยตามเทศกาลต่าง ๆ ของประเทศผู้นำเข้า เพื่อยืนยันถึงคุณภาพที่ดีของสินค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าเนื้อปูกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น

3. การขยายสายผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ความเข้มข้นของการแข่งขันเพิ่มระดับความรุนแรงขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมากกว่าเช่นนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อระดับราคาของกิจการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เช่น การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ โดยการขยายสายผลิตภัณฑ์เนื้อปูกระป๋องออกไป ผลิตภัณฑ์ที่เสริมเข้ามานี้อาจจะเป็นอุปกรณ์ประกอบที่ใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์เดิม การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยยกระดับราคาของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะให้มีผลประกอบการที่สูงขึ้นและมีส่วนครองตลาดที่เพิ่มมากขึ้น

4. เพื่อให้ประเทศไทยมีสามารถมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากขึ้นผู้ส่งออกเนื้อปูกระป๋องจึงควรรักษาความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นจึงควรมีการให้ส่วนลดการค้า คือ ส่วนลดที่กำหนดให้คนกลางทางการตลาดซึ่งทำหน้าที่ด้านการจัดกระจายผลิตภัณฑ์ให้แก่องค์กรในระดับต่าง ๆ เช่น การกำหนดส่วนลดให้แก่ผู้ค้าปลีกในอัตราร้อยละ 15 เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กเรนทร์ ถาวร. 2546. **องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกข้าวของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กุณฑลี เวชสาร. 2545. **การวิจัยตลาด.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คมสัน สุริยะ.2544. **"เทคนิคการแปลความหมายค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด".** วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 5 (กันยายน-ธันวาคม): น.10-15.

ชัยธวัฒน์ มอญขันธ์. 2549. **การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกมังคุดของไทยไปฮ่องกง.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณรงค์ สวรรค์โพธิ์พันธุ์. 2547. **การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหราชอาณาจักร.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฏฐวดี ไทยเจริญ. 2549. **การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ณัทธร กสิบุตร. 2544. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดรุณวรรณ บุญสนอง. 2549. **การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกกล้วยไม้ของไทย.** สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. 2548. **ศัพท์หน้ารู้.** [Online]. Available: www.afet.or.th/knowledgeglossary. 24 สิงหาคม 2554

ธนวรรณ สมจิตร. 2551. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตรเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนเดช องอาจบรรณกร. 2544. **การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็งของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธันวิน รุ่งเรืองฤทธิ์. 2546. **การวิเคราะห์ความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นภาพร กตัญญู และคณะ. 2550. **ศักยภาพการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องของประเทศไทย.** ปัญหาพิเศษปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. คณะเทคโนโลยีการเกษตรสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นววรรณ มณีเทศ 2550: **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย** ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นราทิพย์ ชุติวงศ์. 2546. **หลักเศรษฐศาสตร์.** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นริศ ยงชยานันทกุล. 2550 **ปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ส่งผลต่อการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา.** สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิสิต พันธมิตร. 2547. **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ: การค้าระหว่างประเทศ.** (พิมพ์ครั้งที่1). เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นุชนาถ ราชคมน์. 2551. **ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในออสเตรเลียในช่วงการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย –ออสเตรเลีย ระหว่างปี2546-2550.** การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุษรา มุ้ยอิ้ง. 2550. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกกาแฟของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา.** สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประยงค์ เนตยารักษ์. 2550. **เศรษฐศาสตร์การเกษตร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปิยนุช ประกอบกิจ .2550.**การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งกุ้งแปรรูปของประเทศไทยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปิยนุช เรืองขจร. 2549 **ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในจีนในช่วงการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน ระหว่างปี 2543-2547.** การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปิริยะ เจริญขวัญ 2546 **. การวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกของผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พัชรินทร์ ประทานพรทิพย์. 2544. **การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกและการนำ เข้าของไทยกับสหรัฐอเมริกา.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภัทร มาลากุล ณ อยุธยา. 2549. **การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภัทราพร เลิศสวัสดิ์. 2550. **การศึกษาการค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทย.**วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาสกร มณีวาศ. 2544. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังกลุ่มตลาดนาฟต้า**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาสวรา อภิมุขวราสกุล. 2545. **ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยะห์รินทร์ มะสกุล. 2543. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดที่คงที่ กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรัทยา ชินกรรม. 2548. **การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าเหล็กและเหล็กกล้าของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวทยาลัยเชียงใหม่.

วราลักษณ์ สนิทพจน์. 2550. **การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น**. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วรรณพร หาญวิริยะพันธ์. 2546. **การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทย.**วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2541. **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วีนัส ฤาชัย. 2546. **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.** (พิมพ์ครั้งที่ 1 ฉบับปรับปรุง). เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ เอ็นการพิมพ์.

สายพิน กัณบุญ. 2550. **การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกถุงมือยางของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2554 ก. **การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า ปี 2550 – 2554**. [Online]. Available: http://www.ops3.moc.go.th/infor/Export/recode_export_rank/report.asp. 24 ธันวาคม 2554.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2554 ข. **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2551-2554**. [Online]. Available: http://www.ops3.moc.go.th/export/recode_export/report.asp 24 ธันวาคม 2554.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2554 ค. **มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศ ปี พ.ศ. 2543 -2553**. [Online]. Available: http://www.ops.moc.go.th. 21 สิงหาคม 2554.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2554 ง. **รายชื่อประเทศตลาดส่งออกเนื้อปูกระป๋อง 10 อันดับแรกของไทย 2543-2553**. [Online]. Available: http://www.ops.moc.go.th. 24 สิงหาคม 2554.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง. **พิกัดศุลกากร.** [Online]. Available: http://www.lcbcustoms.net. 20 มีนาคม 2555

สิรินธร เจริญวงศ์. 2545. **การวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋องของเทคโนโลยีการเกษตร**. ปัญหาพิเศษปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. คณะเทคโนโลยีการเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุพัตรา ริ้วไพโรจน์. 2546. **ศักยภาพการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปสหภาพยุโรป.** สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุชาดา ลิขิตธรรมรัตน์. 2548. **ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาเนื้อปลาสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวิมน แม้นจริง. 2546. **การจัดการการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

อภิวัฒน์ นิ่มละมัย. 2547. **ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในสหรัฐในช่วงการทำข้อตกลงเขตการค้าไทย–สหรัฐ ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2547.** การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อิฐิรัตน์ ตาปวน. 2552. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา**.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกชัย คามิค. 2544. **ปัจจัยที่มีผลกระทบของการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแปรรูปของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย**. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมอาหารไทย. 2554. ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม. [Online]. Available: http://www.industry.go.th/Lists/eServices/Attachments/.pdf 17 กุมภาพันธ์ 2555.

Global Trade Atlas. 2000-20011. **Statistics Database.** [Online]. Available: http://www.gtis.com/gta/secure/gateway.cfm. 24 August 2011.

Internationnal Monetary Fund. **Data and Statistics** . [Online]. Available: http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=us&v=21. 24 August 2011.

USA Historical Price Index. **USA-Consumer Price Index.** [Online]. Available: http://www.rateinflation.com/consumer-price-index/usa-historical-cpi.php?form=usacpi. 24 August 2011.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการการคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2543	0.35	13,599.49	38.25	1128735	0.76
2544	4.86	14,332.30	61.37	1219910	6.74
2545	7.60	13,004.90	56.66	1106375	11.42
2546	1.30	13,667.40	45.15	1216795	2.57
2547	0.88	14,392.18	59.13	1347829	1.39
2548	1.32	16,022.84	66.06	1566271	1.95
2549	1.66	18,499.97	53.63	1779672	2.97
2550	2.65	20,048.95	41.13	1890422	6.07
2551	1.20	21,060.19	39.05	2080406	3.04
2552	1.36	17,340.76	36.18	1759034	3.83
2553	0.84	18,405.82	35.55	1750388	2.25

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2543	0.76	7,637.27	38.25	1128735	2.92
2544	1.71	8,553.10	61.37	1219910	3.99
2545	3.05	7,529.73	56.66	1106375	7.92
2546	1.98	7,478.39	45.15	1216795	7.14
2547	8.75	7,567.42	59.13	1347829	26.34
2548	7.09	9,400.41	66.06	1566271	17.89
2549	4.39	10,298.53	53.63	1779672	14.14
2550	2.26	11,463.51	41.13	1890422	9.08
2551	1.22	12,303.57	39.05	2080406	5.30
2552	0.52	11,869.02	36.18	1759034	2.13
2553	0.95	12,222.48	35.55	1750388	3.83

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียมีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 3 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2543-2553

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2543	14.37	227,075.78	38.25	1,128,734.68	1.87
2544	15.71	243,469.36	61.37	1,219,909.62	1.28
2545	22.20	214,606.14	56.66	1,106,375.42	2.02
2546	14.94	226,724.70	45.15	1,216,794.74	1.78
2547	24.25	248,973.07	59.13	1,347,829.43	2.22
2548	32.91	280,171.04	66.06	1,566,270.73	2.78
2549	22.16	319,591.84	53.63	1,779,671.89	2.30
2550	18.28	319,461.40	41.13	1,890,421.99	2.63
2551	24.50	352,879.74	39.05	2,080,406.25	3.70
2552	27.78	280,113.43	36.18	1,759,034.38	4.82
2553	23.14	271,941.90	35.55	1,750,388.33	4.19

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดามีต่อประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศแคนาดาไปประเทศสหรัฐอเมริกา

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการการคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 4 ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553

ปี	$X_{iThai\text{-}USA}$	$X_{iWorld\text{-}USA}$	Market Share
2544	4.86	61.37	7.92
2545	7.60	56.66	13.41
2546	1.30	45.15	2.88
2547	0.88	59.13	1.49
2548	1.32	66.06	2.00
2549	1.66	53.63	3.10
2550	2.65	41.13	6.44
2551	1.20	39.05	3.07
2552	1.36	36.18	3.76
2553	0.84	35.55	2.36

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: Market Share = การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดเป็นการหาสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

$X_{iThai\text{-}USA}$ = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปประเทศสหรัฐอเมริกา

$X_{iWorld\text{-}USA}$ = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 5 ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553

ปี	$X_{iIndo\text{-}USA}$	$X_{iWorld\text{-}USA}$	Market Share
2544	1.71	61.37	2.79
2545	3.05	56.66	5.39
2546	1.98	45.15	4.39
2547	8.75	59.13	14.79
2548	7.09	66.06	10.74
2549	4.39	53.63	8.18
2550	2.26	41.13	5.51
2551	1.22	39.05	3.13
2552	0.52	36.18	1.44
2553	0.95	35.55	2.67

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: Market Share = การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดเป็นการหาสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

$X_{iThai\text{-}USA}$ = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปประเทศสหรัฐอเมริกา

$X_{iWorld\text{-}USA}$ = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 6 ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2553

ปี	$X_{iCanada}$	$X_{iWorld-USA}$	Market Share
2544	15.71	61.37	25.60
2545	22.2	56.66	39.18
2546	14.94	45.15	33.09
2547	24.25	59.13	41.01
2548	32.91	66.06	49.82
2549	22.16	53.63	41.32
2550	18.28	41.13	44.44
2551	24.5	39.05	62.74
2552	27.78	36.18	76.78
2553	23.14	35.55	65.09

ที่มา: (จากการคำนวณ)

หมายเหตุ: Market Share = การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดเป็นการหาสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

$X_{iThai-USA}$ = มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศแคนาดาไปประเทศสหรัฐอเมริกา

$X_{iWorld-USA}$ = มูลค่าการนำเข้าเนื้อปูกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 7 มูลค่าการส่งออกทุกชนิดของโลกปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	มูลค่า
2546	6,969,184.43
2547	8,444,157.01
2548	9,492,302.49
2549	10,908,569.27
เฉลี่ยปี 2546-2549	8,953,553.30
2550	12,680,774.84
2551	14,421,952.89
2552	11,374,940.97
2553	13,857,613.03
เฉลี่ยปี 2550-2553	13,083,820.43

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของโลกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	รวม
2546	19.35	265.28	284.63
2547	16.64	346.44	363.08
2548	18.29	344.75	363.03
2549	20.14	288.88	309.02
เฉลี่ยปี 2546-2549	18.61	311.34	329.94
2550	25.81	323.25	349.05
2551	25.50	335.48	360.99
2552	24.60	308.48	333.09
2553	36.34	349.51	385.85
เฉลี่ยปี 2550-2553	28.06	329.18	357.24

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 9 มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	รวม
2546	1.30	2.91	4.21
2547	0.88	3.99	4.86
2548	1.32	4.97	6.29
2549	1.66	5.54	7.20
เฉลี่ยปี 2546-2549	1.29	4.35	5.64
2550	2.65	4.04	6.69
2551	1.20	4.73	5.93
2552	1.36	3.83	5.20
2553	0.84	2.23	3.08
เฉลี่ยปี 2550-2553	1.51	3.71	5.22

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศแคนาดาไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	รวม
2546	14.94	2.86	17.80
2547	24.25	5.44	29.69
2548	32.91	6.15	39.06
2549	22.16	10.06	32.22
เฉลี่ยปี 2546-2549	23.57	6.13	29.69
2550	18.28	17.24	35.52
2551	24.50	21.33	45.83
2552	27.78	25.99	53.77
2553	23.14	45.63	68.77
เฉลี่ยปี 2550-2553	23.43	27.55	50.97

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 11 มูลค่าการส่งออกเนื้อปูกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	รวม
2546	68.49	5.39	73.89
2547	59.59	5.26	64.85
2548	79.14	10.47	89.61
2549	68.20	13.18	81.38
เฉลี่ยปี 2546-2549	68.86	8.58	77.43
2550	67.08	13.60	80.68
2551	61.33	14.05	75.38
2552	62.62	12.00	74.62
2553	52.95	14.24	67.19
เฉลี่ยปี 2550-2553	60.99	13.47	74.47

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 12 รายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี 2543-2553

ปี พ.ศ.	รายได้ประชาชาติ (ดอลลาร์สหรัฐ)
2543	36,200
2544	36,300
2545	37,600
2546	37,800
2547	40,100
2548	41,600
2549	44,000
2550	45,800
2551	46,900
2552	46,000
2553	47,200

ที่มา: (Internationtional Monetary Fund, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 13 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินบาทไทยต่อดอลลาร์สหรัฐของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2543-2553

ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)
2543	40.11
2544	44.43
2545	42.96
2546	41.49
2547	40.22
2548	40.22
2549	37.88
2550	34.52
2551	33.31
2552	34.29
2553	31.69

ที่มา: (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 14 จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากร (ล้านคน)
2543	275.56
2544	278.06
2545	280.56
2546	290.34
2547	293.03
2548	295.73
2549	298.44
2550	301.14
2551	303.82
2552	307.21
2553	310.23

ที่มา: (Internationtional Monetary Fund, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 15 ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553

ปี พ.ศ.	ดัชนีราคาผู้บริโภค
2543	172.20
2544	177.10
2545	179.90
2546	184.00
2547	188.90
2548	195.30
2549	201.60
2550	207.30
2551	215.30
2552	214.50
2553	218.10

ที่มา: (USA Historical Price Index, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 16 ปริมาณการส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)
2543	42
2544	237
2545	371
2546	63
2547	74
2548	156
2549	218
2550	298
2551	86
2552	107
2553	66

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 17 ราคาส่งออกเนื้อปูกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543-2553

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก F.O.B (ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน)
2543	54,003.68
2544	11,377.38
2545	9,828.315
2546	73,496.56
2547	75,701.75
2548	13,656.69
2549	22,246.92
2550	7,432.86
2551	50,858.59
2552	42,233.01
2553	71,622.42

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 18 ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกเนื้อปูกระป๋องของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
lnQ	4.8198	.72187	11
lnFOB	10.2710	.89348	11
lnEXCH	3.6393	.11255	11
lnNI	9.9661	.02460	11
lnPOP	19.4984	.04048	11

Correlations

		lnQ	lnFOB	lnEXCH	lnNI	lnPOP
Pearson Correlation	lnQ	1.000	-.921	.238	.119	-.098
	lnFOB	-.921	1.000	-.295	-.068	.249
	lnEXCH	.238	-.295	1.000	-.814	-.875
	lnNI	.119	-.068	-.814	1.000	.750
	lnPOP	-.098	.249	-.875	.750	1.000
Sig. (1-tailed)	lnQ	.	.000	.241	.364	.387
	lnFOB	.000	.	.189	.421	.230
	lnEXCH	.241	.189	.	.001	.000
	lnNI	.364	.421	.001	.	.004
	lnPOP	.387	.230	.000	.004	.
N	lnQ	11	11	11	11	11
	lnFOB	11	11	11	11	11
	lnEXCH	11	11	11	11	11
	lnNI	11	11	11	11	11
	lnPOP	11	11	11	11	11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	lnPOP, lnFOB, lnNI, lnEXCH[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: lnQ

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945[a]	.893	.822	.30466	2.425

a. Predictors: (Constant), lnPOP, lnFOB, lnNI, lnEXCH

b. Dependent Variable: lnQ

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.654	4	1.163	12.536	.004[a]
	Residual	.557	6	.093		
	Total	5.211	10			

a. Predictors: (Constant), lnPOP, lnFOB, lnNI, lnEXCH

b. Dependent Variable: lnQ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-157.278	125.022		-1.258	.255
	lnFOB	-.737	.136	-.913	-5.419	.002
	lnEXCH	2.414	2.274	.376	1.062	.329
	lnNI	1.264	8.204	.043	.154	.883
	lnPOP	7.605	4.969	.427	1.530	.177

a. Dependent Variable: lnQ

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.9812	5.8188	4.8198	.68220	11
Residual	-.50562	.38350	.00000	.23599	11
Std. Predicted Value	-1.229	1.464	.000	1.000	11
Std. Residual	-1.660	1.259	.000	.775	11

a. Dependent Variable: lnQ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้