

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น
An Analysis on Export Potential of Thai Rubber Smoked Sheet Export to Japan



นางสาวกุลกัลยา

มณีท่าโพธิ์

นายเชษฐ

รัตนสุธีรานนท์

นายชาติ

เดชะวิจิตร

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย
ไปยังประเทศญี่ปุ่น

An Analysis on Export Potential of Thai
Rubber Smoked Sheet Export to Japan

โดย

นางสาวกุลกลัทยา	มณีท่าโพธิ์	51040759
นายเจษฎ์	รัตนสุธีรานนท์	51040767
นายชาติตรี	เตชะวิจิตร	51040773

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2555

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ 15 มีนาคม 2555
(อาจารย์ ประเมศร์ อัสวเรืองพิภพ)

ประธานสาขาวิชาวิทยาการจัดการ 15 มีนาคม 2555
(รองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ
ปีการศึกษา 2554

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) An Analysis on Export Potential of Thai Rubber Smoked Sheet Export to Japan

ชื่อ-สกุล นางสาวกุลกัลยา มณีท่าโพธิ์
นายเจษฎ์ รัตนสุธีรานนท์
นายชาติรี เตชะวิจิตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจเกษตร สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ 15 มีนาคม 2555

บทคัดย่อ

ยางแผ่นรมควันถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย ซึ่งอยู่ในหมวดของยางพาราธรรมชาติที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในหมวด และประเทศไทยยังเป็นประเทศผู้ส่งออกยางแผ่นรมควันรายหลักของโลก ในแต่ละปียางแผ่นรมควันสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งประเทศคู่ค้าหลักมีทั้งในทวีปยุโรป ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และทวีปเอเชีย ได้แก่ ประเทศ จีน และญี่ปุ่น ผลกระทบที่เกิดจากการแปรรูปไม้ยางพาราและยางพาราสามารถแบ่งได้หลากหลายชนิด อาทิเช่นยางแผ่นรมควันยางแท่งน้ำยางข้นยางผสมและอื่นๆยางแผ่นรมควันมีปริมาณการส่งออกมาเป็นอันดับที่ 1 จากการเรียงลำดับการส่งยางพาราแยกประเภทซึ่งในปี.ศ.2546 ยางแผ่นรมควันมีปริมาณการส่งออกที่มากที่สุดถึง 1,149,610 ตัน แต่ในช่วงปี.ศ.2547 ถึงปี.ศ.2552 ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นกลับมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องดังที่กล่าวมาปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงแต่ปริมาณความต้องการยางแผ่นรมควันของญี่ปุ่นยังคงมีอยู่เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นจำเป็นต้องใช้ยางแผ่นรมควันเพื่อเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงเป็นประเด็นปัญหาที่ต้องนำมาศึกษาหาข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ อัตราการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควัน

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า คือ เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่นโดยใช้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุติยภูมิประเภทอนุกรมรายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 - 2553 ที่ทำการเก็บรวบรวมจากกรมการส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่า ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ต่างก็มีค่า RCA มากกว่า 1 ของทุกช่วงการศึกษา แสดงให้เห็นว่าประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งอย่างแผ่รวมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่รวมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2553 ได้เปรียบเทียบมูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกอย่างแผ่รวมควันใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น 494.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบสมการเชิงซ้อน ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา และใช้รูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์เป็นแบบล็อกคู่ โดยจากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆด้วย T-test พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย คือ ราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ปริมาณการผลิตอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีความยืดหยุ่นมากต่อปริมาณการผลิตอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.505

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันนั้น พบว่า ปัจจัยทางด้านปริมาณการผลิตอย่างแผ่รวมควันของไทยนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออก แสดงให้เห็นแนวโน้มการส่งออกแผ่รวมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้นสืบเนื่องจากในสถานะเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศญี่ปุ่นเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการส่งออกอย่างแผ่รวมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มอัตราการผลิตให้เพิ่มสูงขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของอุตสาหกรรมยานยนต์

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยรวมทั้งประเทศคู่แข่งมีแนวโน้มลดลง ยกเว้นประเทศมาเลเซีย ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่รวมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ถึงแม้ว่าประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่เสถียรจากการแข่งขันมากที่สุด แต่ภาครัฐบาลควรมีนโยบายเพื่อที่จะรักษาสวนครองตลาดในประเทศญี่ปุ่น และรวมทั้งเป็นการเพิ่มส่วนครองตลาด และนโยบายที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการส่งออกได้ดีกว่าประเทศคู่แข่ง เพื่อรองรับการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งในอนาคต และรวมทั้งยังเป็นการเพิ่มส่วนครองตลาดอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้เรียบร้อยเป็นอย่างดี เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาและเอกสารทางวิชาการ เพิ่มเติมความรู้ในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ รวมทั้งชี้แจง ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ โดยละเอียดจนทำให้การปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ และอาจารย์ทุกๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ให้คำแนะนำในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่สำหรับความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทาง ให้คำปรึกษาค่าใช้จ่าย และกรรมการส่งออกที่ให้ค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาปัญหาพิเศษครั้งนี้ขอบคุณด้วยใจจริงแต่หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้จัดทำต้องขออภัยณโอกาสนี้ด้วย

นางสาวกุลกัลยา

นายเจษฎ์

นายชาติรี

มณีท่าโพธิ์

รัตนสุธีรานนท์

เตชะวิจิตร

มีนาคม 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำนิยม	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญรูปภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	7
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	9
แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	11
ทฤษฎีอุปสงค์เพื่อการส่งออก	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
กรอบแนวความคิด	21
สมมติฐานการศึกษา	23
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
สภาพทั่วไปในการผลิตยาง	29
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควัน ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	36
ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันในประเทศญี่ปุ่น	38
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น	43
สมการอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น	45
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไป ยังประเทศญี่ปุ่น	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	48
ข้อเสนอแนะ	50
เอกสารอ้างอิง	51
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการการคำนวณหาค่าดัชนีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	53
ภาคผนวก ข ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออก อย่างแผ่ نرمควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น	56
ภาคผนวก ค ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออก อย่างแผ่ نرمควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น	62
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่

	หน้า	
1	มูลค่าการส่งออกสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2554	1
2	อัตราการขยายตัวสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2550 - 2554	1
3	ปริมาณการส่งออกแยกตามประเภทในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2553	3
4	การส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญปี พ.ศ. 2548 - 2552	4
5	ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันและมูลค่าการส่งออก	29
6	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น	37
7	อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมทั้งหมดของโลก อัตราการขยายการส่งออกรวมของโลกในสินค้ายางแผ่นรมควัน และอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550 - 2553	41
8	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งยางแผ่นรมควันของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซียในตลาดญี่ปุ่น	42
9	เปรียบเทียบผลการประมาณสมการอุปสงค์ในรูปแบบฟังก์ชันต่างๆ เพื่อใช้ในสมการอุปสงค์การส่งยางแผ่นรมควันของประเทศไทยยังประเทศญี่ปุ่น	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

	หน้า
1 การค้าระหว่างประเทศ	9
2 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนส่งออกในตลาดโลกน้อย	16
3 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนในตลาดโลกมาก	17
4 กรอบแนวความคิดการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอย่างแม่นยำของประเทศไทยไปญี่ปุ่น	22



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 3 จากอันดับสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยเรียงตามมูลค่า 5 อันดับแรก โดยในปี พ.ศ. 2554 มีมูลค่าการส่งออกยางพารา 339,911 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากมูลค่าการส่งออกปี พ.ศ. 2550 เป็นมูลค่า 145,572 ล้านบาท (ตารางที่ 1) จะเห็นได้ว่าสินค้าที่ทำการส่งออกที่สำคัญโดยเรียงตามมูลค่าการส่งออกปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ. 2554 ของประเทศไทย ซึ่งสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออก 461,600 ล้านบาท สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกลำดับถัดมาคือ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออก 460,671 ล้านบาท สินค้าที่ทำการส่งออกเป็นลำดับถัดมา คือ ยางพารา มีมูลค่าการส่งออกถึง 339,911 ล้านบาทนอกจากนี้ยางพารายังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและประชาชนภายในประเทศ สร้างอาชีพให้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ยางพาราเป็นพืชที่ปลูกแพร่หลายในหลายๆภูมิภาคภายในประเทศ แต่ส่วนมากจะนิยมปลูกทางตอนใต้ของประเทศเนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมซึ่งเอื้ออำนวยในการเจริญเติบโตของยางพารา ซึ่งจะมีผลต่อปริมาณการผลิตและคุณภาพของน้ำยางที่สามารถกรีตได้ ยางพาราและผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพาราของประเทศไทยนั้นเป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพที่ดีได้มาตรฐานส่งผลทำให้การส่งออกสินค้าได้อย่างไร้ปัญหา

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการแปรรูปไม้ยางพาราและยางพาราสามารถแบ่งได้หลากหลายชนิด อาทิ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางผสม และอื่นๆ (ตารางที่ 3) ในช่วงปี พ.ศ. 2543 ถึงปี พ.ศ. 2547 ยางแผ่นรมควันมีปริมาณการส่งออกมาเป็นอันดับที่ 1 จากการเรียงลำดับการส่งยางพาราแยกประเภทที่มีทั้งหมด 5 ประเภทซึ่งในปี พ.ศ. 2546 ยางแผ่นรมควันมีปริมาณการส่งออกที่มากที่สุดถึง 1,149,610 ตัน แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2547 ถึงปี พ.ศ. 2552 ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นกลับมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	2550	2551	2552	2553	2554
เครื่องคอมพิวเตอร์	597,060	605,314	545,469	596,678	461,600
อุปกรณ์ และส่วนประกอบ					
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	447,109	513,154	378,349	561,109	460,671
ยางพารา	194,339	223,628	146,188	249,263	339,911
อัญมณีและเครื่องประดับ	185,150	274,093	333,699	366,818	322,761
น้ำมันสำเร็จรูป	140,716	605,314	545,469	596,678	461,600

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2554)

ตารางที่ 2 อัตราการขยายตัวสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (หน่วย: ร้อยละ)

รายการ	2550	2551	2552	2553	2554
เครื่องคอมพิวเตอร์	5.52	1.38	-9.89	9.39	-7.63
อุปกรณ์ และส่วนประกอบ					
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	23.38	14.77	-26.27	48.3	-3.63
ยางพารา	-5.42	15.07	-34.63	70.51	70.13
อัญมณีและเครื่องประดับ	32.38	48.04	21.75	9.92	6.05
น้ำมันสำเร็จรูป	1.39	84.58	-28.92	20.86	24.64

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปริมาณการส่งออกแยกตามประเภทปี พ.ศ. 2543 ถึงปี พ.ศ. 2553 (หน่วย: ล้านบาท)

ปี	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553
ยางแผ่นรมควัน	1,006,144	870,419	1,049,995	1,149,610	1,003,309	920,972	938,984	861,326	796,549	694,510	719,442
ยางแท่ง	808,475	763,282	828,561	912,600	993,504	1,109,327	1,069,345	1,103,848	1,132,135	950,574	1,106,415
น้ำยางข้น	284,671	347,541	382,457	408,993	488,559	488,675	555,905	510,489	509,375	595,550	556,050
ยางผสม	9,626	5,344	6,886	36,608	82,443	36,700	129,564	105,151	165,164	417,499	427,661
อื่นๆ	57,237	55,493	86,517	65,639	60,236	76,724	77,875	77,948	72,060	68,060	56,879
รวม	2,166,153	2,042,079	2,354,416	2,573,450	2,627,442	2,632,398	2,771,673	2,703,762	2,675,283	2,726,193	2,866,447

ที่มา: (สมาคมยางพาราไทย, 2554)

ตารางที่ 4 การส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญปี พ.ศ. 2548–2552
(หน่วย: ล้านตัน)

ปี	จีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	อื่นๆ	รวม
2548	0.601	0.237	0.539	0.402	0.901	2.68
2549	0.778	0.207	0.492	0.436	0.917	2.83
2550	0.833	0.195	0.409	0.427	0.856	2.72
2551	0.836	0.215	0.386	0.415	0.838	2.69
2552	0.838	0.216	0.387	0.416	0.843	2.7
Growth Rate	7.65	-1.47	-8.66	0.19	-2.21	

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2552)

จากตารางที่ 4 การส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ ประเทศจีน ซึ่งมีปริมาณการส่งออกมากถึง 838,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 31.03 และมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 7.65 แต่ในทางกลับกันปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2548 มีปริมาณการส่งออกถึง 539,000 ตัน ได้ทำการส่งออกลดลงในปีพ.ศ. 2552 ซึ่งมีปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันเหลือเพียงแค่ 387,000 ตันดังที่กล่าวมาปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง แต่ปริมาณความต้องการยางแผ่นรมควันของญี่ปุ่นยังคงมีอยู่ เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นจำเป็นต้องใช้ยางแผ่นรมควัน เพื่อเป็นวัตถุดิบหลัก ในอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงเป็นประเด็นที่ทำการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางแผ่นรมควัน จากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยพิจารณาถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาด (CMS) ยางแผ่นรมควันและทำการพิจารณาถึงปัจจัยว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้การส่งออกประเทศญี่ปุ่นยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น ในประเทศญี่ปุ่นเพื่อที่จะนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในอนาคต และเพื่อนำไปประกอบการกำหนดแนวทางการส่งออกยางแผ่นรมควันให้มีประสิทธิภาพต่อไป (ณรงค์, 2549)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาด และการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย
3. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษาคำดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ทำให้ทราบว่าประเทศไทยและประเทศคู่แข่งมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือไม่ในแต่ละช่วงปี พ.ศ. 2543-2553
2. ผลการศึกษาแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ทำให้ทราบถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกยางแผ่นรมควัน และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการพิจารณาเพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้เพื่อการวางแผนในการแข่งขันการส่งออกและพัฒนาขีดความสามารถในการส่งออก
3. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นประโยชน์ในการพัฒนาตลาด และส่งเสริมการส่งออกยางแผ่นรมควัน

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาความได้เปรียบที่ปรากฏในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ ที่ส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น คือประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2553 ที่ทำการเก็บรวบรวมจากศุลกากร
2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2553 ทำการเก็บรวบรวมจากกระทรวงพาณิชย์
3. การศึกษาว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควัน ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยการศึกษาจะครอบคลุมยางแผ่นรมควัน ที่มีเลขรหัสตามระบบการแบ่งรหัสสินค้า ซึ่งรหัสสินค้าคือ HS (Harmonized Commodity Description and Coding System) 400121 และข้อมูลอนุกรมเวลาที่ใช้คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 เป็นเวลา 12 ปีจากกระทรวงพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

พิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี หมายถึง เป็นระบบจำแนกประเภทและระบุสินค้าปรับปรุง โดยองค์การศุลกากรโลก ประกอบไปด้วยประเภทย่อยประมาณ 5 รายการ แต่ละรายการระบุด้วยรหัสพิกัด 6 หลัก ทั้งนี้พิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนีมีการจำแนกตามโครงสร้างทางกฎหมาย มีที่มา และมีกฎเกณฑ์การจำแนกประเภทของสินค้าที่แน่นอน ได้นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดพิกัดศุลกากรและจัดเก็บสถิติการค้าระหว่างประเทศ (กรมศุลกากร, 2553)

ศักยภาพการส่งออก หมายถึงความสามารถสูงสุดของประเทศที่เป็นไปได้นั้นหากได้มีการเสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถ ซึ่งจะต้องเป็นทั้งการแข่งขันระดับต่างประเทศที่เป็นความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก (Export) ควบคู่ไปกับการแข่งขันในระดับชาติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

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

สิ่งที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าขึ้น คือ ความแตกต่างในผลิตภาพ (productivity) ต้นทุนการผลิต และพื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากร (factor endowment) เพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากรที่แตกต่างกัน ความเอื้ออำนวยของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ รวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ ๆ นำไปสู่การใช้สัดส่วนของทรัพยากรทุนที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากประเทศที่มีทรัพยากรที่แตกต่างกันจึงมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

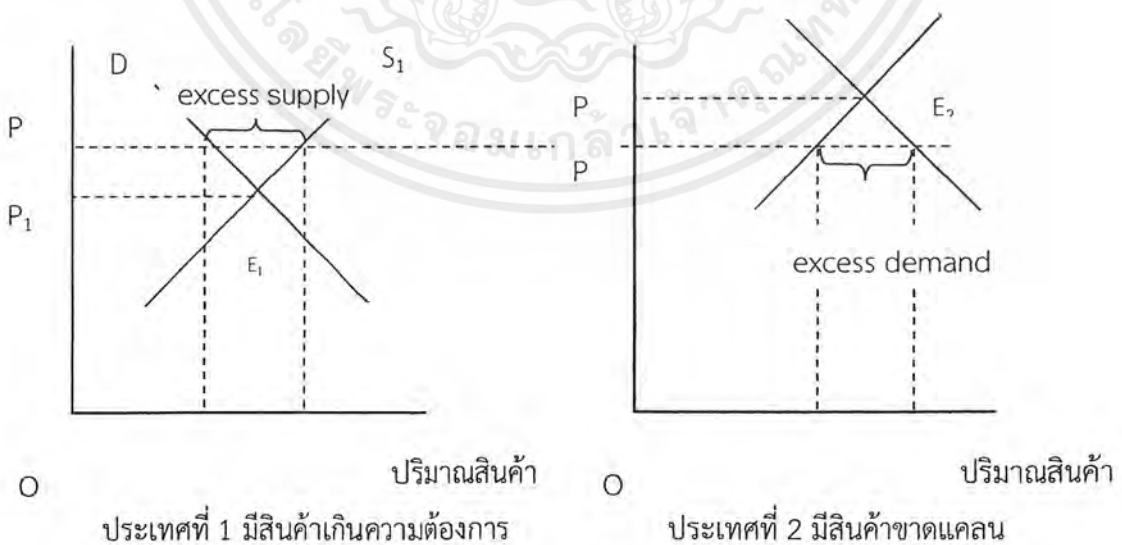
การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้เพราะ ความได้เปรียบโดยเด็ดขาด หรือความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) กล่าวคือ ประเทศที่สามารถทำการผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าก็จะส่งออกในสินค้าชนิดนั้น และในขณะเดียวกันก็จะนำเข้าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศแล้วมีต้นทุนการผลิตสูง และเมื่อมีการส่งออกและนำเข้าสินค้าหลายชนิดมากขึ้น ก็ได้นำเอาหลักเกณฑ์เรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (comparative advantage) โดยมองในแง่การผลิต ถ้าจะต้องผลิตสินค้าใดเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะต้องลดโอกาสที่จะผลิตสินค้าชนิดอื่นไปมากน้อยแค่ไหน หรือมองในด้านเสียโอกาส (opportunity cost) คือ ควรจะนำเข้าจากต่างประเทศ ถ้าสินค้าชนิดนั้นมีราคาต่ำกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิตขึ้นเองภายในประเทศ ขณะเดียวกันประเทศที่นำเข้าก็สามารถผลิตสินค้าชนิดอื่นที่มีความได้เปรียบกว่าแล้วส่งออก ด้วยหลักเกณฑ์นี้จะทำให้แต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่าง (specialization)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้นเป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี (free trade) แต่ในความเป็นจริงประเทศต่าง ๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออก โดยการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงของแต่ละประเทศ ตามแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศได้โดยทฤษฎีดุลยภาพราคาระหว่างประเทศ อยู่ภายใต้ข้อสมมติต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สินค้าทั้งหมดต้องมีลักษณะเหมือนกัน
2. การผลิตและการบริโภคภายในประเทศหนึ่งจะต้องเกิดขึ้นในพื้นที่เดียวกันและไม่มีค่าขนส่งสินค้าในประเทศเดียวกัน
3. สิ่งกีดขวางทางกายหรือสถาบันจะไม่ไปกีดขวางการเคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างประเทศที่ซื้อขายกัน

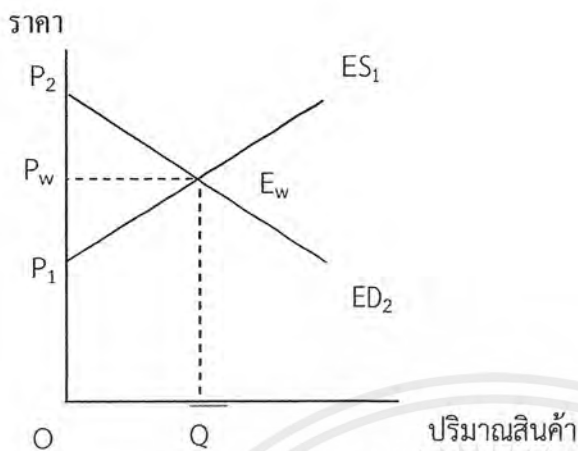
การค้าระหว่างประเทศที่เป็นผลมาจากความแตกต่างของฟังก์ชันอุปสงค์และอุปทานในกรณีที่สินค้าชนิดหนึ่งผลิตและบริโภคใน 2 ประเทศ แล้วไม่มีการค้าขายระหว่างประเทศกันก่อนที่จะมีการค้าระหว่างกันเกิดขึ้น เส้นอุปสงค์และอุปทานระหว่างประเทศจะกำหนดราคาสินค้าของแต่ละประเทศ โดยที่ เส้น D_1 และ S_1 คือ เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 1 ส่วน D_2 และ S_2 คือ เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 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 ซึ่งเป็นจุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 2 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_2 และเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าน้อยกว่าความต้องการ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ประเทศที่ 1 ซึ่งมีอุปทานส่วนเกิน (excess supply) ก็จะมีการส่งออกปริมาณสินค้าที่เกินความต้องการ และในประเทศที่ 2 ซึ่งมีอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) ก็จะมีการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่ 1 หลังจากทำการค้าขายระหว่าง 2 ประเทศแล้ว ราคาสินค้าในประเทศที่ 1 จะสูงขึ้นจาก P_1 เป็น P_w ในขณะเดียวกันราคาสินค้าในประเทศที่ 2 จะลดลงจาก P_2 เป็น P_w การไหลเวียนของสินค้าประเทศที่ 1 ไปยังประเทศที่ 2 ต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะทำให้ราคาสินค้าในทั้ง 2 ประเทศเท่ากันพอดี และกลายเป็นตลาดเดียวกัน (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 การค้าระหว่างประเทศ

ที่มา: (นภาพร และคณะ, 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 การค้าระหว่างประเทศ (ต่อ)
ที่มา: (นภาพร และคณะ, 2550)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศซึ่งเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1815 นักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกพยายามอธิบายว่า ประเทศควรจะผลิตและค้าสินค้าอะไร โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) คือ ประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตสูงกว่า หรือมีความได้เปรียบมากกว่า และนำเข้าสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยผลิตต่ำกว่าของประเทศอื่น แนวความคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตชนิดเดียว คือ แรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ และแรงงานแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพต่างกัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น การอธิบายภายใต้แบบจำลองนี้มีข้อสมมติ คือ ความพอใจในการบริโภคของแต่ละประเทศเหมือนกัน ต่อมามีการพัฒนาเป็นแนวคิดของเฮคเซอร์ โอสิน นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก ซึ่งอธิบายว่า ความหายากง่ายหรือความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ จะเป็นปัจจัยพื้นฐานกำหนดโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรม ดังนั้นประเทศจะได้ประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยผลิตที่มีอยู่มากภายในประเทศ เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน จะมีสมมติฐานในการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยผลิตและผลผลิตแต่ละประเทศเหมือนกัน หรือปัจจัยผลิตสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศโดยไม่มีต้นทุน ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลิตกับผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน แนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าทุนจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมาก (ฉัตร, 2544)

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของโลก

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก

k = สินค้า

i = ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

w = ตลาดนำเข้าสินค้า

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่ได้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้

ถ้าค่า $RCA > 1$ หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า 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 $RCA < 1$ หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า 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

$$\left(\frac{X_{ik}}{X_i} = \frac{X_{wk}}{X_w} \right)$$

ดังนั้นสามารถใช้แนวคิดวิธีการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของประเทศไทยกับสินค้าส่งออกของประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะบ่งบอกถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ในแต่ละสินค้าว่าเป็นอย่างไรในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา หากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าชนิดใดมีค่าสูงขึ้นไปลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยจะมีอนาคตที่ดี และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ กับประเทศคู่แข่งในอนาคต ในทางตรงกันข้ามหากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าใดมีค่าลดลงเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกสินค้านั้น ๆ ของประเทศไทยจะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

ข้อจำกัดของ RCA มีอยู่หลายประการคือ

1. ขนาดของประเทศที่นำมาพิจารณาถ้าประเทศเล็กมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของประเทศจะมีค่าน้อยกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่า ดังนั้น RCA ของประเทศที่มีขนาดใหญ่ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศที่เล็กแล้วมักจะน้อยกว่าจึงไม่สามารถสรุปลงไปแน่ชัดว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

2. RCA ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมจะสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร

3. การที่ค่า RCA มากกว่า 1 หรือน้อยกว่า 1 ไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าความสามารถนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด

ถึงแม้ว่าค่า RCA จะมีข้อจำกัดมาก แต่ค่า RCA ก็ยังแสดงการเปลี่ยนแปลงทิศทางการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งได้โดยคำนวณหาค่า RCA ของหลายช่วงเวลาแล้วนำมาเปรียบเทียบกันแต่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของ RCA

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยว่ามีความได้เปรียบ หรือสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ไม่ได้อธิบายว่าความสามารถนั้นเกิดจากสาเหตุใด ดังนั้นส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) จะถูกนำมาใช้เพื่อวัดการขยายตัวของส่งออกในแต่ละสินค้าของประเทศ ในสองช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) จะช่วยอธิบายสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่า เป็นผลเนื่องจากการขยายตัวของตลาดโลก และหรือเป็นผลของการกระจายตัวของตลาด และหรือเป็นผลเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเอง หรือเป็นผลมาจากทิศทางการส่งเสริมการส่งออก โดยมีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนข้อสมมติทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนด โดยปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านอุปทานและอุปสงค์ ซึ่งอุปทานจะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้ส่งออก และอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้นำเข้าแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศผู้ส่งออก

2. ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ ครอบคลุมที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานภายในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว

2.1. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (infinite) นั่นคือประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวอยู่เสมอ

2.2. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค

2.3. ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ตามแนวคิดของ Leamer and Stern มีแนวคิดในการวิเคราะห์คือต้องพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกไว้เท่าเดิมซึ่งแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่สามารถเขียนได้ดังนี้

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

กำหนดให้

A_i	=	การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการส่งออก
W_i	=	ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลกหรือการส่งออกทั้งหมดของโลก
C_i	=	ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก
D_i	=	ผลจากการกระจายตลาด
P_i	=	ผลจากการแข่งขัน
P_i^*	=	ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง
$(P_i - P_i^*)$	=	ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง
I	=	ประเทศผู้ส่งออกหรือกลุ่มประเทศผู้ส่งออก

ในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศใดในตลาดโลกที่กำหนดให้คงที่ซึ่งสามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขันผลจากส่วนประกอบของสินค้าและผลจากการกระจายตลาดโดยพิจารณาการขยายตัวในแต่ละสินค้าของประเทศในสองช่วงเวลาที่แตกต่างกันและถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศเปลี่ยนแปลงไปแบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกหรือปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก

1. ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก (world growth effect: W_i) การขยายตัวของอุปสงค์โลกหากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกโดยสมมติให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศที่พิจารณาเท่ากับอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก กล่าวคือผลการขยายตัวดังกล่าวมีสาเหตุจากอัตราการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการที่ความต้องการสินค้าของโลกโดยรวมสูงขึ้นตรงกันข้ามหากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่ามูลค่าการส่งออกที่ลดลงเป็นผลจากการที่ความต้องการสินค้าของโลกโดยรวมลดลง

2. ผลจากส่วนประกอบ (commodity composition effect: C_i) สำหรับการพิจารณาประเทศที่ส่งออกสินค้าหลายชนิด ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประเทศที่พิจารณานั้นมุ่งเน้นในการส่งออกสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของอุปสงค์สูงกว่า หรือต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของอุปสงค์ของโลกโดยรวมอย่างไร หากผลจากส่วนประกอบมีค่าเป็นบวกแสดงว่าสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศที่กำลังพิจารณามีอัตราการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลก แต่หากผลจากส่วนประกอบมีค่าเป็นลบ แสดงว่าสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่ของประเทศที่กำลังพิจารณา มีอัตราการส่งออกต่ำกว่าอัตราการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลก

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

4. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (pure competitiveness effect: P_i^*) เป็นผลต่างระหว่างผลการส่งออกที่เป็นจริงกับผลการส่งออกที่เพียงพอเพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกที่กำลังพิจารณาสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดได้เท่าเดิม โดยผลต่างนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกจาประเทศอื่น หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่าประเทศดังกล่าวมีความสามารถในการแข่งขัน กล่าวคือ การส่งออกที่เป็นจริงมากกว่าผลการส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาด แต่หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่าประเทศดังกล่าว มีความสามารถในการแข่งขันต่ำ กล่าวคือ การส่งออกที่เป็นจริงน้อยกว่าผลการส่งออกที่เพียงพอต่อการรักษาส่วนแบ่งในตลาด

5. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก (interaction effect: $(P_i - P_i^*)$) เป็นผลต่างระหว่างผลการส่งออกที่เพียงพอ เพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดกับผลการส่งออกที่เกิดจากการเติบโตของโลกโดยรวม หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นบวกแสดงว่าการส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกนั้นสอดคล้องกับภาวะการเติบโตของอุปสงค์โลก กล่าวคือ การส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นหรือการส่งออกดังกล่าวได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัวลง แต่หากผลดังกล่าวมีค่าเป็นลบแสดงว่าการส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกนั้นไม่สอดคล้องกับภาวะการเติบโตของอุปสงค์โลก กล่าวคือ การส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัว หรือการส่งออกดังกล่าวได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัว

ผลรวมจากปัจจัยเหล่านี้ แสดงผลการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริง (actual export: A_i) ซึ่งผลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกระหว่างปีสุดท้ายกับปีฐานจากแบบจำลอง CMS ที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้อธิบายถึงการขยายตัวของการส่งออกปลาหมึกสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยและประเทศคู่แข่งซึ่งเป็นการพิจารณาเป็นรายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ดังนั้นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จึงไม่มีปัจจัยของผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกพิจารณาด้วยเพราะฉะนั้นในแบบจำลอง CMS ที่ใช้วิเคราะห์นี้จึงมีเพียง 4 ปัจจัยเท่านั้นได้แก่ (1) ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก (2) ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (3) ผลจากการกระจายตลาด (4) ผลกระทบร่วมจากการปรับตัว

การวิเคราะห์ด้วยวิธี CMS ยังสามารถระบุได้ว่าสัดส่วนของแต่ละปัจจัยทั้ง 4 ประการนั้นมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมากน้อยเพียงใดซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= [G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0] + [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &\quad (1) \qquad (2) \\ &+ [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &\quad (3) \\ &+ \{[\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)] - [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0]\} \\ &\quad (4) \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

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

โดยที่

$\sum_j X_{ijk}$	=	ผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยัง j ในช่วงปีที่ 1
$\sum_j X_{ijk}^0$	=	ผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยัง j ในช่วงปีที่ 0
G_k	=	สัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก
G_{jk}	=	สัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกในประเทศ j
G_{jk}^*	=	ส่วนกลับของสัดส่วนระหว่างผลรวมของมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกในประเทศ j

จากสูตรข้างต้นสามารถปรับค่าเพื่อหาอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกอย่างแผ่รวมควันของโลกและอัตราการขยายตัวการส่งออกของสินค้าอย่างแผ่รวมควันของโลกไปยังตลาด j ได้

โดยกำหนดให้

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

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

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 &= \left(\sum_i X_{ijk}^1 \div \sum_i X_{ijk}^0 \right) - 1 \\
 &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k ในตลาด j} \\
 g_{jk}^* &= 1 - G_{jk}^* \\
 &= 1 - \frac{1}{\left(\sum_i X_{ijk}^1 \div \sum_i X_{ijk}^0 \right)} \\
 &= 1 - \frac{\sum_i X_{ijk}^0}{\left(\sum_i X_{ijk}^1 \right)} \\
 &= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกในสินค้า k ใน} \\
 &\text{ตลาด j จากช่วงเวลา } t = 1 \text{ ไปสู่ช่วงเวลา } t = 0 \text{ (ปีฐาน)}
 \end{aligned}$$

นอกจากการวิเคราะห์จะพิจารณาโดยรวมแล้วการศึกษาครั้งนี้ยังวิเคราะห์ในตลาดเป้าหมายแต่ละตลาดอีกด้วยเพราะฉะนั้นแบบจำลองที่นำมาใช้วิเคราะห์ในแต่ละตลาดจึงเป็นแบบจำลองต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 X_{ijk} - X_{ijk}^0 &= (G_{jk} - 1)X_{ijk}^0 + (X_{ijk} - X_{ijk}^0) \\
 &\quad - (1 - G_{jk}^*)X_{ijk} + (1 - G_{jk}^*)X_{ijk} \\
 &\quad - (G_{jk} - 1)X_{ijk}^0
 \end{aligned}$$

ซึ่งจากแบบจำลองเป็นรายประเทศข้างต้นนี้ในการวิเคราะห์รายประเทศจะไม่มีผลการนำผลจากการกระจายและผลจากส่วนประกอบมาวิเคราะห์ร่วมด้วยเนื่องจากการพิจารณาเพียงสินค้าอย่างแผ่นรมควันและพิจารณาเป็นรายประเทศเท่านั้น (เกรนท์, 2546)

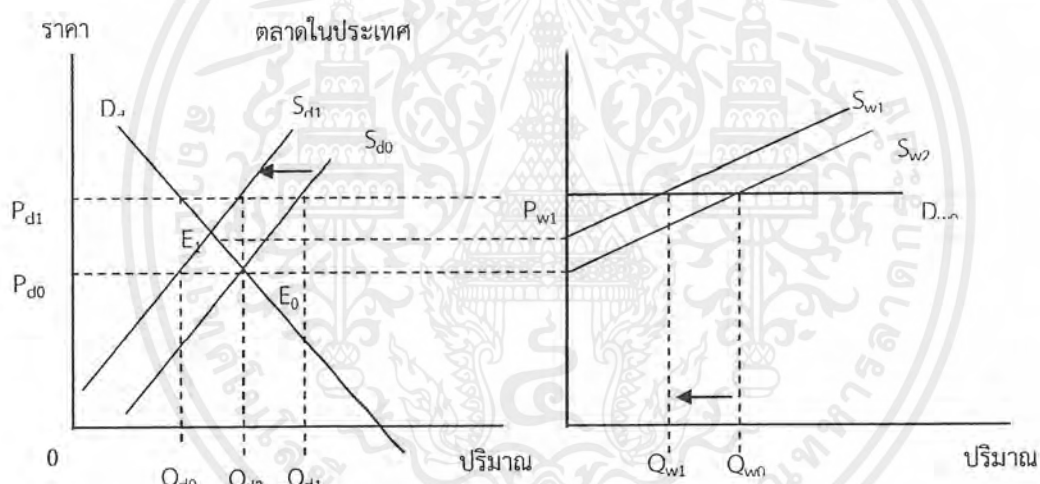
ข้อจำกัดของการวิเคราะห์ด้วยวิธี CMS

1. ถึงแม้วิธี CMS สามารถอธิบายได้ว่ามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในแต่ละช่วงเวลานั้นมีสาเหตุจากปัจจัยใดแต่ไม่สามารถบอกได้ว่าสาเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้นด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จำเป็นต้องนำปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาร่วมพิจารณาด้วย
2. วิธี CMS ไม่อาจทำนายได้ว่าส่วนแบ่งตลาดในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใดเนื่องจากวิธีนี้เป็นเพียงการอธิบายข้อมูลในอดีตเท่านั้น
3. ข้อสรุปที่ได้จากการคำนวณภายใต้ข้อสมมติส่วนแบ่งตลาดคงที่จะมีความสมเหตุสมผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับทางเลือกช่วงเวลาในการศึกษาการจำแนกชนิดของสินค้าและตลาดที่แตกต่างกันอาจได้ข้อสรุปที่แตกต่างกันไป

ทฤษฎีอุปสงค์เพื่อส่งออก

สินค้าเกษตรขั้นต้น นอกจากจะใช้เพื่อบริโภคและแปรรูปภายในประเทศแล้ว ยังมีการส่งออก ไปต่างประเทศ ซึ่งในอดีตส่งออกเกือบทั้งหมดตลาดโลกของสินค้าเกษตรแต่ละชนิดนั้นจะมีผู้ขาย หลายรายโดยแต่ละรายอาจจะมีปริมาณขาย หรือส่งออกมากน้อยแตกต่างกัน ทำให้ลักษณะของเส้น อุปสงค์เพื่อส่งออกแตกต่างไปด้วย ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 2 กรณี

1. กรณีเส้นอุปสงค์เพื่อส่งออกขนานกับแกนนอน เป็นกรณีที่มีปริมาณส่งออกน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณซื้อภายในตลาดโลกทั้งหมด ปริมาณส่งออกมากน้อยจะไม่มีผลกระทบต่อ ตลาดโลก ผู้ส่งออกของไทยเป็นผู้รับราคาตลาดโลก (Price Taker) เส้นอุปสงค์ของผู้ส่งออกจะขนาน กับแกนนอน ณ ระดับราคาตลาดโลก ซึ่งเหมือนกรณีผู้ขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยราคาขายจะ ถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด ปริมาณมากน้อยจึงไม่มีผลทำให้ตลาดเปลี่ยนแปลงไป เส้นอุปสงค์ของกรณีสัดส่วนปริมาณส่งออกน้อย หรือเป็นเส้นขนานกับแกนนอน



ภาพที่ 3 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนส่งออกในตลาดโลกน้อย

ที่มา: (สุธินี, 2554)

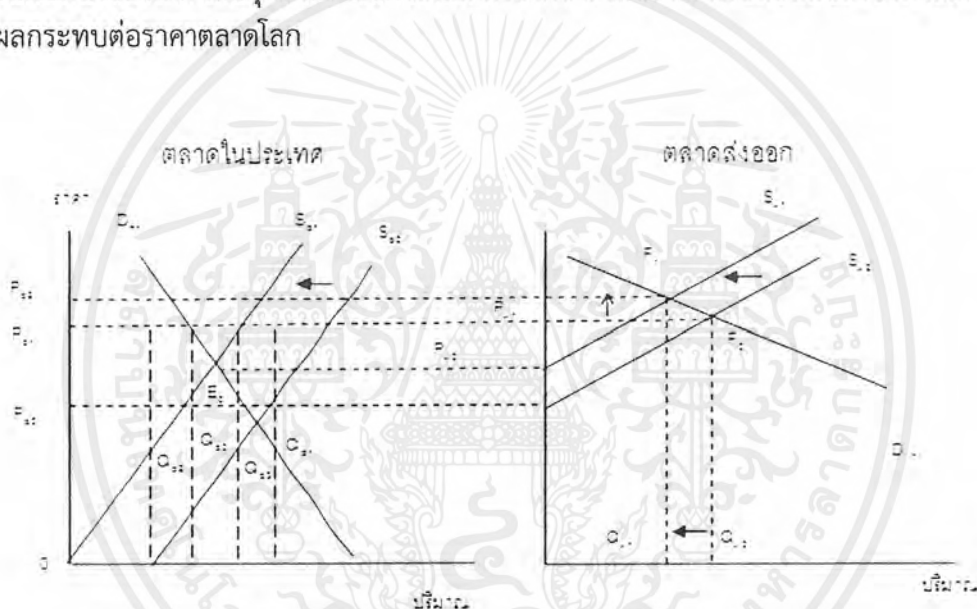
จากภาพที่ 2 เส้น S_{d0} และเส้น D_{d0} เป็นเส้นอุปทานและเส้นอุปสงค์ภายในประเทศ ตามลำดับ เส้น S_{d0} และเส้น D_{d0} ตัดกันที่ E_0 กำหนดราคาภายในประเทศเท่ากับ P_{d0} และเมื่อลบ S_{d0} ด้วย D_{d0} ระดับราคา P_{d0} ขึ้นไป จะได้ส่วนต่างเป็นปริมาณส่งออก แสดงด้วยเส้น S_{w0} สมมติราคา ส่งออกซึ่งกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก เท่ากับ P_{w0} เป็นกรณีส่งออกปริมาณน้อยเมื่อ เทียบกับปริมาณส่งออกทั้งหมดในตลาดโลก ณ ระดับราคานี้ จึงเป็นเส้นอุปสงค์ในตลาดส่งออก แสดง ด้วยเส้น D_{w0} เพื่อให้ง่ายแก่การวิเคราะห์ สมมติไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งออก ไม่มีการเก็บภาษี หรือ กำหนดโควตาส่งออก ฉะนั้นราคาในตลาดโลกหรือราคาส่งออกจะเท่ากับราคาในประเทศ ($P_{d1} = P_{w0}$) ณ ระดับราคาภายในประเทศ P_{d1} นี้ ปริมาณผลผลิตทั้งหมดจะเท่ากับ Q_{d1} และปริมาณเสนอซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ Q_{d0} ดังนั้น ส่วนต่างระหว่างปริมาณซื้อภายในประเทศ ซึ่งเท่ากับ $Q_{d1} - Q_{d0}$ จึงเป็นปริมาณส่งออก โดยจะเท่ากับ Q_{w1} ในตลาดส่งออก

สมมติเกิดความแห้งแล้งหรือน้ำท่วม ทำให้ผลผลิตเสียหาย ทำให้เส้นอุปทานภายในประเทศเป็นเส้น S_{d1} ซึ่งทำให้เส้นอุปทานส่งออกเป็นเส้น S_{w1} ปริมาณส่งออกจะลดลงเหลือเท่ากับ $Q_{d2} - Q_{d0}$ หรือ Q_{w1} จะเห็นได้ว่าปริมาณส่งออกที่ลดน้อยลงนี้จะไม่มีผลกระทบต่อราคาส่งออก การจะดำเนินนโยบายลดปริมาณการผลิตและส่งออกโดยมุ่งหวังที่จะทำให้ราคาตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น หรือเพื่อส่งออกในราคาที่สูงขึ้น จึงเป็นไปได้ในกรณีนี้

2. กรณีเส้นอุปสงค์เพื่อส่งออกทอดลงจากซ้ายไปขวา เป็นกรณีสัดส่วนปริมาณส่งออกมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณซื้อภายในประเทศในตลาดโลก เช่น การส่งออกยางพาราของไทย ซึ่งส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก เส้นอุปสงค์ส่งออกจะทอดลงจากซ้ายไปขวา การเปลี่ยนแปลงปริมาณส่งออกจะมีผลกระทบต่อราคาตลาดโลก



ภาพที่ 4 ตลาดส่งออกกรณีมีสัดส่วนในตลาดโลกมาก

ที่มา: (สุจินี, 2547)

จากภาพที่ 3 เส้น D_{w0} เป็นเส้นอุปสงค์ส่งออก ซึ่งลักษณะของเส้นจะทอดลงจากซ้ายไปขวา ตามข้อสมมติ สัดส่วนปริมาณส่งออกเส้น D_{w0} ตัดกับเส้น S_{w0} ที่ F_0 กำหนดราคาส่งออกเท่ากับ P_{w0} ซึ่งจะเท่ากับ P_{d1} ด้วย และปริมาณส่งออกเท่ากับ Q_{w0} หรือ $Q_{d1} - Q_{d0}$

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 กรณีนี้การเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตและส่งออกจะมีผลต่อราคาตลาดโลกด้วย ฉะนั้นการดำเนินนโยบายเพื่อลดปริมาณการผลิตและส่งออก จึงเป็นไปได้ที่ส่งผลกระทบต่อทำให้ราคาในตลาดโลกหรือราคาส่งออกเพิ่มสูงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภาพร (2549) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการส่งออกของประเทศไทย ยางพารา นับเป็นสินค้าเกษตรที่ทำรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศเป็นอย่างมาก โดยเห็นจากปริมาณการส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 สามารถส่งออกได้ 1.76 ล้านตัน เป็น 2.63 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2547 (สถาบันยาง, 2548) ซึ่งยางที่ส่งออกแยกเป็นประเภทต่างๆ คือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และอื่นๆ ดังนั้นถ้าหากปีใดที่ปริมาณส่งออกยางพาราขยายตัวสูงขึ้นก็จะช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นด้วยนอกจากนี้ได้มีการทดสอบ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศไทยนั้น เป็นการทดสอบเพื่อที่จะหาคำตอบว่าการส่งออกของประเทศไทยทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวหรือไม่ หรือเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศไทยโดยนำเอาตัวแปรทั้งสองที่แปลงให้อยู่ในรูปของ Logarithms ไปทำการทดสอบทางสถิติ และได้ทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Unit Root Test) ทดสอบโคอินทิเกรชัน (Cointegration Model) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพในระยะสั้น ระหว่างผลผลิตมวลรวมภายในประเทศการส่งออกของประเทศไทย ผลการทดสอบ Unit Root Test ของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศพบว่าข้อมูลมีลักษณะนิ่ง ผลการทดสอบ Cointegration พบว่าผลผลิตมวลรวมภายในประเทศและการส่งออกของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระยะยาว

ธนาพร (2549) ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของยางธรรมชาติของไทยในตลาดบราซิล อิตาลี และสเปน ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยในตลาดบราซิล ปัจจัยที่มีผลกระทบการส่งออกของไทย คือ ราคาส่งออก ส่วนอิตาลี คือปริมาณการผลิตล้อยรถยนต์ และตลาดสเปน คือ ราคาส่งออกยางสังเคราะห์ และปริมาณการผลิตยางล้อยรถยนต์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกน้ำยางข้นในตลาดบราซิล คือ อัตราการแลกเปลี่ยน และผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ส่วนตลาดอิตาลี คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และตลาดสเปน คือ ราคาส่งออกน้ำยางข้น และปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางแท่งในตลาดสเปน คือ ราคาส่งออกยางแท่ง และอัตราแลกเปลี่ยน

ณรงค์ (2549) วิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้ายางพาราไทย ของประเทศจีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย การนำเข้ายางพาราไทยของจีน ญี่ปุ่นและมาเลเซียมีความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งความต้องการนำเข้ายางพาราไทยของจีน ญี่ปุ่นและมาเลเซีย ได้นำไปใช้ในการสร้างถนน อุตสาหกรรมรถยนต์ และการผลิตถ่านหินในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ายางพาราไทยของจีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2547 และพยากรณ์อุปสงค์การนำเข้ายางพาราไทยของจีน ญี่ปุ่นและมาเลเซียในปี พ.ศ. 2548-2557 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ายางพาราไทยของประเทศไทยและมาเลเซีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสองประเทศปริมาณการนำเข้ายางพาราไทยในปีก่อนหน้าและมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกของประเทศไทยนอกจากนี้การนำเข้ายางพาราของประเทศไทยยังมีความสัมพันธ์ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศทางเดียวกันกับปริมาณผลผลิตยานพาหนะและรถจักรยานยนต์ในจีนส่วนปัจจัยที่ผลกระทบต่อ การนำเข้ายางพาราไทยของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์มวลรวมใน ประเทศของญี่ปุ่นปริมาณการนำเข้ายางพาราไทยของญี่ปุ่นในปีก่อนหน้าและราคาส่งออกยางพารา ของราคาส่งออกยางพาราของไทยการที่ราคายางพาราของไทยกับการนำเข้าของญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันอาจเป็นเพราะการนำเข้ายางพาราของญี่ปุ่นขึ้นกับการขยายตัวของเศรษฐกิจของ ประเทศญี่ปุ่นประกอบกับราคายางพาราในตลาดโลกถูกกำหนดโดยประเทศผู้บริโภคนิยมยางพารา รายใหญ่ของโลกอย่างสหรัฐอเมริกาและจีนส่วนอัตราการแลกเปลี่ยนของญี่ปุ่นเยนต่อดอลลาร์ สหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางตรงข้ามกันเมื่อทำการพยากรณ์ ปริมาณการนำเข้ายางพาราไทยของจีน ญี่ปุ่น และมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ. 2548-2557 พบว่ามี ปริมาณเฉลี่ย 1595.81, 647.10 และ 786.29 พันตันตามลำดับหรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 16.2, 3.5 และร้อยละ 14.4 ต่อปีตามลำดับ

ธันนรัตน์ (2549) ศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยัง ประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาครอบคลุมระยะเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2526-2547 ซึ่งวิธีการศึกษาเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบกำลัง สองน้อยที่สุด (Ordinary least Squares - OLS) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่กำหนดอุปทานการ ส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนประกอบด้วย ราคาส่งออกยางพาราของประเทศไทย ไปต่างประเทศ และปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย รวมกันร้อยละ 90.56 โดยราคา ส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทย และปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน

ภานุวัฒน์ (2550) วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศของ ยางพารา และวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่าง ประเทศไทยของยางพารา โดยเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ใน ตลาดประเทศคู่ค้าที่สำคัญซึ่งประกอบด้วย จีน สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2533-2548 ผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งในยางธรรมชาติ ประเภท ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางธรรมชาติ ในเกือบทุกตลาดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้งในส่วน ของความสามารถในการแข่งขันในเชิงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและศักยภาพในการส่งออกของ ยางธรรมชาติทั้งสองประเภทนี้ ในขณะที่ในยางธรรมชาติประเภท ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทาง เทคนิค และยางธรรมชาติอื่น ๆ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าประเทศคู่แข่ง อย่างชัดเจนในตลาดสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ทั้งในส่วนของความสามารถในการแข่งขันเชิง ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและศักยภาพในการส่งออกของยางธรรมชาติทั้งสองประเภทนี้ โดยที่ราคา ส่งออกยางธรรมชาติประเภทต่างๆของไทยและคู่แข่งมีราคาอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า ผลผลิตเฉลี่ยของยางธรรมชาติเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันใน ยางธรรมชาติของประเทศไทยและมาเลเซียในตลาดคู่ค้าที่สำคัญ

ธัญญรัตน์ (2551) จากการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราของไทย วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2550 และเพื่อพยากรณ์แนวโน้มปริมาณการส่งออก ยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลา 5 ปีข้างหน้า ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2555 ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศญี่ปุ่น พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินเยนญี่ปุ่น และราคาส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยมีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

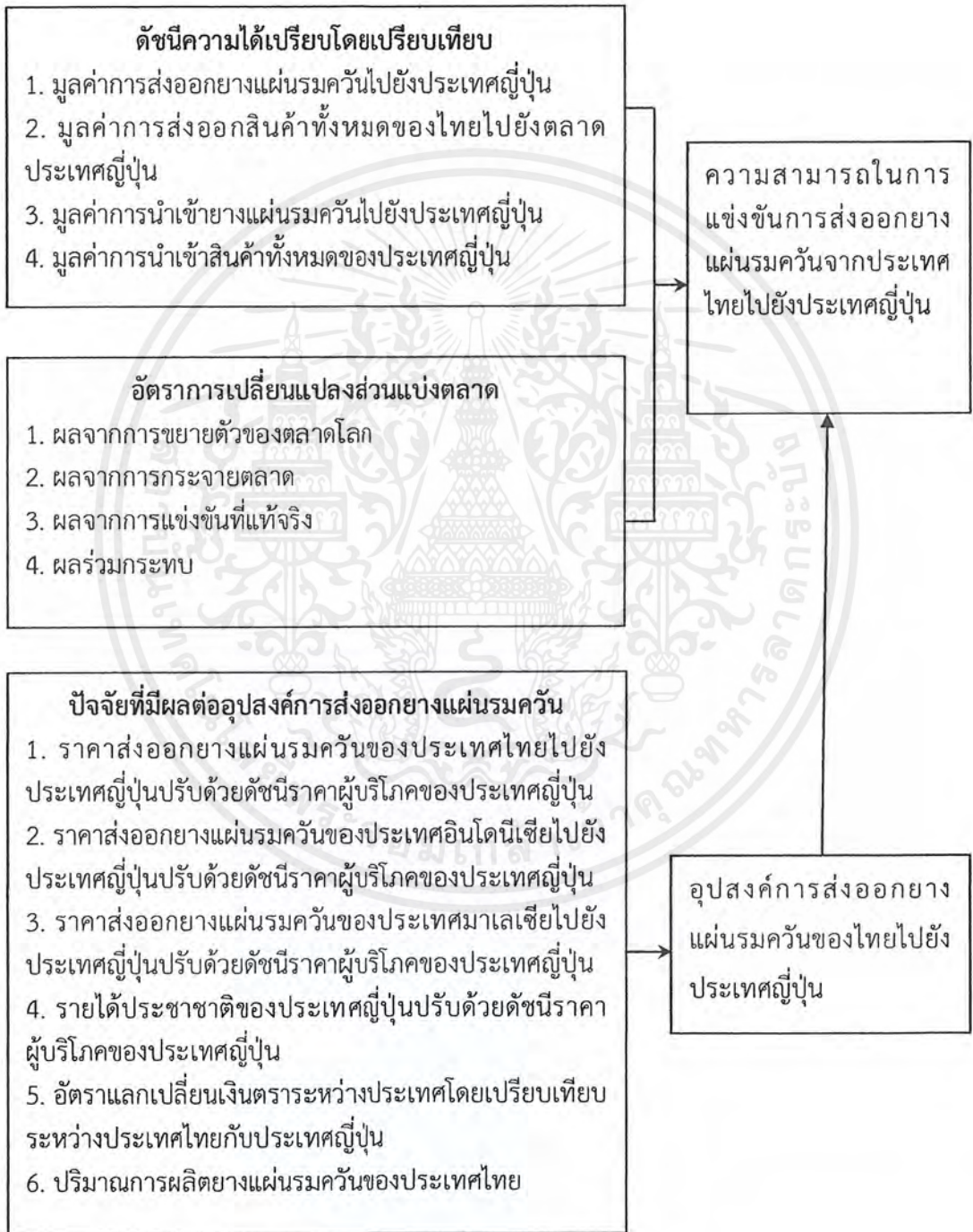
ศุภกาญจน์ (2553) ศึกษาปัจจัยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปญี่ปุ่น การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2552 เป็นรายปี รวมระยะเวลา 16 ปีซึ่งจะพิจารณาในภาพรวมของสินค้าทั้งหมดที่ไทยส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น และเลือกสินค้าอีก 2 พิกัดศุลกากร คือ อุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ (HS85) และ ผลิตภัณฑ์จากยางพารา (HS40) มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least squares - OLS) ผลการศึกษาปัจจัยกำหนดมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางพารา (HS40) พบว่ารายได้ต่อหัวญี่ปุ่น (GDP per-capita) ดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปญี่ปุ่น (ผลิตภัณฑ์จากยางพารา) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ มีเพียงพการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางพารา (HS40) ไปตลาดโลก ที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีนัยสำคัญ

กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น ทำให้ทราบถึงงานวิจัยในอดีตผู้ศึกษาจึงได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเหล่านั้นมาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อให้สามารถอธิบายได้ว่าการส่งออกนั้นมีความได้เปรียบหรือไม่ และมีความได้เปรียบมากน้อยเพียงใด โดยตัวแปรอิสระที่เลือกนำมาศึกษาในครั้งนี้ คือ มูลค่าการส่งออกยกยวณแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่น มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น มูลค่าการนำเข้ายกยวณแผ่นรมควันของประเทศญี่ปุ่น และมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพียงอย่างเดียวนั้นก็อธิบายไม่ได้ว่า ศักยภาพการส่งออกนั้นเกิดจากสาเหตุใด ดังนั้นจึงต้องใช้การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดร่วมด้วย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เพราะแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่สามารถอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของไทยในตลาดญี่ปุ่น ว่าเป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงหรือผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกซึ่งมีหลักวิธีการวิเคราะห์โดยพิจารณาถึงผลการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดโลกไว้เท่าเดิม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มอุปสงค์การส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น แต่การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดก็ไม่สามารถอธิบายได้ว่าแล้วปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการศึกษาอุปสงค์การส่งออกสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกบ้างที่มีผล จึงได้ทำการการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยตัวแปรอิสระที่ได้เลือกมาทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ราคาส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของอินโดนีเซียปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น และราคาส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของประเทศมาเลเซียปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นคู่แข่งรายใหญ่สำคัญที่ส่งออกยกยวณแผ่นรมควัน ซึ่งมีปริมาณการส่งออกและสภาพการณ์ใกล้เคียงกับการส่งออกของประเทศไทย รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น ปริมาณการผลิตยกยวณแผ่นรมควันของประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยกยวณแผ่นรมควันจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น และนำการศึกษาที่ได้มาใช้ในการส่งเสริมการส่งออกยกยวณแผ่นรมควันของไทยต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 5 กรอบแนวความคิดการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานการศึกษา

1. ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
2. ส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาด ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขันทางการตลาด และผลจากการปรับตัวของการส่งออก
3. ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
4. ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
5. ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศมาเลเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
6. รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
7. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
8. ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันมีความสัมพันธ์อุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทอนุกรมเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2542-2553 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ งานวิจัย บทความและรายงานทางวิชาการที่พิมพ์เผยแพร่ตามหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการได้รวบรวมไว้ เช่นกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร กรมการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนคือ

1.1 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางแผ่นรมของไทยและประเทศคู่แข่งไปยังประเทศญี่ปุ่น (Revealed Comparative Advantage: RCA) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อชี้ให้เห็นว่าไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่นหรือไม่ โดยใช้สูตร ดังนี้

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า ยางแผ่นรมควันของประเทศไทย

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศ ญี่ปุ่น

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้ายางแผ่นรมควันของโลก

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

I = ประเทศที่ส่งออกรยางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศอินโดนีเซีย

W = ประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่นนมควีน ของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่เกิดจากผลกระทบด้านใดบ้าง แล้วนำผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่นนมควีนของไทยมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์รายประเทศ และพิจารณาเพียงสินค้าอย่างแผ่นนมควีนชนิดเดียวเท่านั้น ดังนั้นจะไม่มีกรนำผลจากการกระจายและผลจากส่วนประกอบมาวิเคราะห์ร่วมด้วย (เกรนท์, 2546) จึงสามารถเขียนแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ได้ดังนี้

กำหนดให้	A_i	=	$W_i + D_i + P^*_i + (P_i - P^*_i)$
	A_i	=	การขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริง
	W_i	=	ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลกหรือการส่งออกทั้งหมดของโลก
	D_i	=	ผลจากการกระจายตลาด
	P_i	=	ผลจากการแข่งขัน
	P^*_i	=	ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง
	$(P_i - P^*_i)$	=	ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง
	i	=	ประเทศผู้ส่งออกหรือกลุ่มประเทศผู้ส่งออกได้แก่ประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศอินโดนีเซีย

1.3 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) และใช้วิธีกำลังสองน้อยสุดแบบธรรมดา ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่นำมาประยุกต์เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร และนำผลที่ได้จากการศึกษามาคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยใช้แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของประเทศไทยไปยังญี่ปุ่น

$$Q_t = f(P_t, P_i, P_m, NI, EX, R)$$

กำหนดให้

Q_t = ปริมาณการส่งออกอย่างแผ่นนมควีน ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (ตัน)

P_t = ราคาส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น

P_i = ราคาส่งออกอย่างแผ่นนมควีนของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- P_m = ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศมาเลเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น
- NI = รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น
- EX = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น
- R = ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทย

สำหรับการศึกษาผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least square) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปยังญี่ปุ่น โดยผลการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่า R^2 , Adjust R^2 , t-statistics, F-statistic และค่า Durbin-Watson โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

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

ค่า t-statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด

ค่า F-statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด ในกรณีที่สมการมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป

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

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาซึ่งประกอบด้วยสามส่วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือส่วนที่หนึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของยางแผ่นรมควันของไทยกับประเทศคู่แข่งได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย ในตลาดญี่ปุ่น โดยพิจารณาราคาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนที่สองวิเคราะห์ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่มาทำการวิเคราะห์ และส่วนที่สามเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปญี่ปุ่น โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ และใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ

สภาพทั่วไปในการผลิตยางพาราในประเทศไทย

ยางธรรมชาติเป็นสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมที่สำคัญ และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยปีละหลายหมื่นล้านบาท อุตสาหกรรมยางพาราของไทยเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2443 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2534 ประเทศไทยสามารถผลิตยางธรรมชาติได้มากที่สุดในโลก จากสภาพอากาศร้อนชื้นที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของยางพารา และจากการขยายพื้นที่การปลูกยางอย่างสม่ำเสมอ ประเทศไทยจึงสามารถผลิตน้ำยางดิบได้เป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องเกี่ยวกับยางพาราเกิดขึ้นมากมาย ไทยจึงสามารถส่งออกยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลกถึงปัจจุบัน

การผลิตยางแผ่นรมควันไทย

การผลิตยางแผ่นรมควันน้ำยางสดเป็นวัตถุดิบสำคัญ ซึ่งน้ำยางสดที่ใช้ ต้องผ่านกรรมวิธีการกรองแยกสิ่งสกปรกออกเพื่อให้ได้น้ำยางที่สะอาดหลังจากนั้น จะใส่กรดฟอร์มิก หรืออะซิติก เพื่อทำให้น้ำยางจับตัวเป็นก้อน เมื่อได้น้ำยางก้อนแล้ว จะนำมานวด และรีดด้วยจักรรีดยางให้เป็นแผ่น จนยางมีแผ่นประมาณ 2-3 เซนติเมตร และชั้นสุดท้ายก่อนที่จะได้ยางแผ่นรมควันคือ การนำแผ่นยางไปรมควันที่อุณหภูมิ 50-60 องศาเซลเซียส เป็นเวลาประมาณ 4-10 วัน

สถานการณ์ยางแผ่นรมควันไทยปัจจุบัน

ไทยเป็นผู้ผลิตยางแผ่นรมควันอันดับ 1 ของโลกโดยในปี พ.ศ. 2552 มีการส่งออกยางแผ่นรมควันประมาณ 719.4 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 2,309 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดย อินโดนีเซียสามารถผลิตได้เป็นอันดับ 2 มีการส่งออกยางแผ่นรมควันประมาณ 60.8 คิดเป็นมูลค่า 192.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 5) และไทย ส่วนใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จักรยานยนต์ และจักรยาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากความสำคัญของยางแผ่นรมควันแล้ว ไม้ยางจากต้นยางพารายังมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกปีละประมาณหมื่นล้านบาท

ไม้ยางกลายเป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญ หลังจากรัฐบาลไทยมีนโยบายปิดป่าในปี พ.ศ. 2532 ชาวสวนยางจะโค่นต้นยางพาราที่มีอายุประมาณ 18-23 ปี ที่ให้ผลผลิตน้ำยางต่ำ จนไม้คும்ที่จะกรีตน้ำยางแล้วขายให้โรงงานแปรรูปไม้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2550)

การตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทย

ยางแผ่นรมควันของประเทศไทยนั้นถูกนำไปใช้บริโภคทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ดังนั้นหากพิจารณาด้านการตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยแล้วก็จะพิจารณาทั้งตลาดภายในประเทศ และการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังต่างประเทศ และเนื่องด้วยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเรื่องการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น จึงได้ทำการพิจารณาการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นด้วย

ตารางที่ 5 ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันและมูลค่าการส่งออก (มูลค่า: ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	ไทย		อินโดนีเซีย		มาเลเซีย	
	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า
2550	796.5	1,992	137.8	560.42	3.9	10.74
2551	694.5	2,109	77.10	365.54	1.2	2.47
2552	719.4	1,260	60.8	126.43	11.1	35.01

ที่มา: (สมาคมยางพาราไทย, 2553)

ตลาดภายในประเทศ

ตลาดกลางยางพาราของไทยระดับประเทศ เป็นเพียงตลาดซื้อขายยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควันโดยวิธีการประมูล และห้องค้ายางชนิดต่าง ๆ เป็นการซื้อขายเฉพาะสมาชิกห้องค้าเท่านั้น ตลาดกลางยางพาราไทยจึงไม่เป็นระบบสากลที่เชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศ ทำให้การซื้อขายต้องอิงราคาในตลาดโลก ทั้งที่ไทยเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลก

ตลาดยางพาราระดับท้องถิ่น เป็นตลาดที่มีผู้ค้าจำนวนมากกระจายตัวอยู่ในระดับตำบล หมู่บ้าน ทำให้ระบบคนกลางในตลาดยางพารามีขั้นตอน ส่งผลให้มูลค่าที่เกษตรกรชาวสวนยางพาราได้ต่ำกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น ส่วนตลาดประมูลยางท้องถิ่นที่รัฐดำเนินการยังกระจายไปไม่ทั่วถึง และแต่ละตลาดที่มีอยู่มีมาตรฐานการดำเนินงานต่างกันทั้งในแง่คุณภาพ บุคลากร ประสิทธิภาพการทำงาน และราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรชาวสวนยางไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ตลาดกลาง และตลาดประมูลท้องถิ่นรวมถึงมาตรการด้านการตลาดของรัฐ ที่เป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทำให้ชาวสวนยางขาดโอกาสในการเข้ามามีบทบาทในระบบตลาด การเรียนรู้ในการจัดการ ผลผลิตจึงมีอยู่อย่างจำกัด ขณะเดียวกันโครงสร้าง และขอบข่ายการดำเนินงานของตลาดกลาง และตลาดประมูลท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมเข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดราคา และการซื้อขายขาดแคลนระบบข้อมูลข่าวสาร ที่เชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศของการตลาดกลาง และตลาดประมูลท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลทางด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย ส่งผลให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบจากผู้ค้าที่เป็นตนกลางในตลาด

ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากปัจจุบันตลาดต่างประเทศมีลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อ โดยการซื้อขายส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 เป็นการซื้อขายโดยตรง (direct trade) และร้อยละ 20 เป็นการซื้อขายผ่านตลาดกลางทำให้ราคายางถูกกำหนด โดยประเทศผู้ซื้อหลักของโลกเพียง 4-5 ประเทศ เป็นผลให้ราคายางในตลาดโลกไม่สะท้อนความเป็นจริงของการผลิต และใช้ยางตลาดส่งออกส่งออกของไทยร้อยละ 70 ส่งออกไปยัง 5 ประเทศหลัก คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ จีน ดังนั้นสภาวะด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของแต่ละประเทศจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย จะส่งผลโดยตรงต่อปริมาณการซื้อยาง เพราะไทยส่งออกในรูปแบบแผ่นรมควัน มีตลาดหลักอยู่ในเอเชียคือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี

ระบบตลาดของไทย

สวนยางขนาดเล็กของไทยซึ่งมีจำนวนมากกว่า 1 ล้านราย กระจายอยู่ในภาคใต้ประมาณร้อยละ 90 ที่เหลือร้อยละ 10 อยู่ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ สวนยางขนาดเล็กมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 95 ของสวนยางทั้งหมดของประเทศ สวนยางขนาดเล็กส่วนใหญ่ผลิตยางในรูปแบบของยางแผ่นดิบ นอกจากนี้จะผลิตยางแผ่นดิบแล้ว ยังมีสวนยางในบางจังหวัดนิยมผลิตยางก้อนถ้วย (cup lump) หรือเศษยางซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งชั้น 20 ประมาณ ร้อยละ 83 ของสวนยางทั้งหมด ผลิตยางในรูปแบบแท่ง (ยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย เศษยาง ชี้อยาง) และเพียงร้อยละ 17 ของสวนยางทั้งหมดขายยางในรูปแบบของน้ำยางสด ระบบตลาดยางของประเทศไทยมี 3 ระบบ คือ ระบบตลาดท้องถิ่น ระบบตลาดกลางยางพารา และระบบตลาดซื้อขายล่วงหน้าระบบตลาดยางที่ซื้อขายโดยมีการส่งมอบยางจริง (physical market) ภายในประเทศแยกออกเป็นระบบตลาดท้องถิ่น และระบบตลาดกลางยางพารา (บริษัท แอโกรเวลท์ จำกัด, 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบตลาดกลางยางพารา

ตลาดกลางยางพาราใช้ระบบตลาดที่มี การส่งมอบอย่างจริง เช่นเดียวกับระบบตลาดทองถิ่น เริ่มเกิดขึ้นในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2534 ตลาดกลางยางพาราแห่งแรกจัดตั้งที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 ตลาดกลางยางพาราสุราษฎร์ธานี ก็ได้เริ่มเปิดดำเนินการ และในปี พ.ศ. 2544 ตลาดกลางยางพารา นครศรีธรรมราชก็ได้ให้บริการซื้อขายยาง นอกจากนี้ ให้บริการซื้อขายยางประเภทต่าง ๆ เช่น ยางแผ่นดิบ ยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นผึ่งแห้ง ยางก้อนถ้วย และน้ำยางสด และตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ยังให้บริการซื้อขาย ผ่านห้องค้ายาง และตลาดกลางยางพาราทั้ง 3 แห่งมีคลังสินค้าขนาดความจุประมาณ 16,000 ตัน ให้บริการเก็บฝากยางแก่เกษตรกร เอกชน และการเก็บฝากยางตามโครงการ แทรกแซงตลาดยางพาราของรัฐบาลด้วย และการให้บริการของตลาดกลางยางพาราทั้ง 3 แห่ง

บทบาทของตลาดกลางยางพาราดต่อการซื้อขายยางภายในประเทศทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้จากปริมาณ และมูลค่ายางที่ซื้อผ่านตลาดกลางยางพารา และจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น โดยตลอด (บริษัท แอโกรเวลท์ จำกัด, 2551)

ระบบตลาดซื้อขายล่วงหน้า

นอกจากซื้อขายยางในตลาดที่มีการส่งมอบอย่างจริง (physical market) แล้วยังมีการซื้อขายล่วงหน้า (future market) อีกด้วยเช่นกัน ตลาดสินค้าล่วงหน้า (AFET) ได้เปิดดำเนินการซื้อขายยางแผ่นรมควัน เมื่อเดือนพฤษภาคม 2547 ซื้อขายสัญญาล่วงหน้าระยะเวลา 2-6 เดือน ในระยะแรกที่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเปิดดำเนินการปริมาณสัญญาซื้อขายยาง ยังมีจำนวนไม่มากนัก แต่ในอนาคตคาดว่า บทบาทของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าต่อการค้า และราคาของจะมีมากขึ้น (บริษัท แอโกรเวลท์ จำกัด, 2551)

ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ประเทศสหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้นำเข้ายางธรรมชาติรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่นำเข้ายางธรรมชาติจากไทยน้อย เนื่องจากประเทศไทยผลิตได้เป็นยางแผ่นรมควัน แต่สหรัฐนิยมให้ยางแท่งมากกว่า เนื่องจากขนย้ายสะดวก และสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ผลิตผลิตภัณฑ์ยางแท่งเป็นวัตถุดิบเป็นส่วนมากปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติจากไทยของสหรัฐอเมริกาน้อยมาก เมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งส่งออกยางแท่งให้กับสหรัฐอเมริกามากที่สุด

2. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยที่ภาวะเศรษฐกิจจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการนำเข้ายางพาราเพื่อนำมาผลิตเป็นยางรถยนต์ อุปกรณ์ชิ้นส่วนรถยนต์ รวมทั้งถุงยางอนามัย ภายในประเทศจีน ก็มีขยายตัวสูงขึ้นด้วย เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จีนมีแหล่งปลูกยางพาราในเขตมณฑลไหหลำ และเขตปกครองตนเอง กวางสี แต่ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอความต้องการใช้ภายในประเทศ จึงยังต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเข้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากประเทศไทย ในแต่ละปีจีนมีการนำยางพาราจากประเทศไทยประมาณ 800,000-1,000,000 ตัน เริ่มจากวันที่ 5 มีนาคม 2547 เป็นต้นไป ประเทศจีนได้เปลี่ยนระเบียบการนำเข้ายางพารา จากเดิมที่ใช้ระบบการกำหนดโควตานำเข้าเป็นรายปี มาเป็นระบบอนุญาตการนำเข้าได้โดยใช้สัญญาการซื้อขายยางพารา รวมทั้งหลักฐานการจดทะเบียนของบริษัทผู้นำเข้าเป็นเอกสารประกอบในการขออนุญาตการนำเข้าแต่ละครั้ง

1.1 ผู้นำเข้ายางพาราของจีนจะต้องเป็นบริษัทที่รัฐบาลจีนกำหนด หรือบริษัทร่วมทุนต่างชาติที่นำเข้ามาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทดังกล่าว

1.2 ผู้นำเข้ายางพาราของจีนต้องขอใบอนุญาตนำเข้าโดยอัตโนมัติก่อนนำเข้า และต้องใช้เวลาในการขอประมาณ 10 วันที่ทำการ ใบอนุญาตนำเข้าโดยอัตโนมัติอายุใช้ได้ไม่เกิน 6 เดือน นับจากวันที่ได้รับอนุญาตการนำเข้า

1.3 ผู้ส่งออกยางพาราไทยจะต้องเตรียมเอกสารให้กับผู้นำเข้าจีนเพื่อผู้นำเข้าใช้เป็นหลักฐานในการดำเนินการนำเข้า (quarantine certificate) จากบริษัทตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (certificate of origin) จากกระทรวงพาณิชย์ (trade contract) เอกสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (letter of credit invoice/bill of lading)

1.4 ภาษีการนำเข้าของยางพารายางแผ่นรมควัน (nature rubber) อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 20 น้ำยางชั้น (latex rubber) อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 7.5 ยางสังเคราะห์ (synthetic rubber) อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 7.5 นอกจากภาษีนำเข้า แล้วยังมีภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 17

3. ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ใช้อย่างพารามากที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา จีน ตามลำดับ โดยญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่สุดของไทย โดยสามารถส่งออกยางพาราไปญี่ปุ่น ประมาณร้อยละ 23-30 ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด แต่ปริมาณการส่งออกยางพาราไปญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 75 ของการนำเข้ายางพาราของญี่ปุ่น โดนมี่อินโดนีเซีย และมาเลเซียเป็นคู่แข่ง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22 และ 5 ตามลำดับอย่างไรก็ตาม มาเลเซียมีแนวโน้มจะลดปริมาณการผลิต การส่งออกยางแผ่นและยางแท่ง โดยจะหันไปผลิต และส่งออกน้ำยางชั้น (latex) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง ประกอบกับ คู่แข่งของไทย คือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักในการรับซื้อยางพาราของอินโดนีเซีย โดยสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักในการรับซื้อยางพาราของอินโดนีเซีย โดยสหรัฐอเมริกาอยู่ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยนั้น จะทำให้ปริมาณการสั่งซื้อยางพาราของสหรัฐอเมริกาลดลง ส่งผลให้ผู้ส่งออกอินโดนีเซียอาจหันมาขยายตลาดในญี่ปุ่น โดยการแข่งขันราคากับไทย ถึงแม้ว่าผู้นำเข้าของญี่ปุ่นมีความพอใจที่จะสั่งซื้อยางพาราจากไทยเพราะเป็นคู่ค้ากันมานานแต่ที่สำคัญที่สุดคือญี่ปุ่นต้องการให้ไทยควบคุมคุณภาพยางพาราให้สม่ำเสมอ พร้อมทั้งรักษาสัญญาส่งมอบให้ตรงตามเวลา และการสร้างตลาดซื้อขายล่วงหน้า ซึ่งจะเป็นปัจจัยให้ญี่ปุ่นรักษาระดับการสั่งซื้อจากไทยได้ต่อไป

ในแต่ละปีญี่ปุ่นมีความต้องการใช้อย่างพาราในอุตสาหกรรมทุกประเภท ปีละประมาณ 1.9 ล้านตัน จึงทำให้ต้องนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศทั้งหมด เพราะญี่ปุ่นไม่มีปลูกยางพารา โดยการนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศทั้งหมดของญี่ปุ่น ส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85 ของการนำเข้าทั้งหมด เช่น การผลิตยางรถยนต์ ยางโน รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้กับรถยนต์อื่น ๆ นอกจากนี้ยังนำไปใช้ผลิตเข็มขัดสายพาน สายรัดที่ยึดใช้กับถุงเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกางเกง หนึ่งยาง รองเท้า และพื้นรองเท้ายาง เสื้อยาง และถุงมือยาง ถุงอนามัย (condom) ฯลฯ สำหรับการนำเข้ายางพาราเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์แล้วยังนำเข้ายางพาราเพื่อใช้ในการผลิตยางสังเคราะห์ได้เกินกว่าความต้องการใช้ในประเทศ จึงทำให้มีการส่งออกยางสังเคราะห์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ต้นทุนการผลิตยางสังเคราะห์สูงกว่าส่งผลให้ราคายางสังเคราะห์สูงกว่าราคายางพารามาก

3.1 ปัญหาและอุปสรรค ที่ทำให้ญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางพาราของไทยลดลง มีสาเหตุ ดังนี้

3.1.1 ด้านข้อจำกัดทางการค้า ญี่ปุ่นไม่มีข้อจำกัดที่มีลักษณะเป็นการกีดกันทางการค้าสำหรับสินค้ายางพาราโดยมีอัตราภาษีศุลกากรเท่ากับศูนย์ เนื่องจากญี่ปุ่นไม่สามารถผลิตยางพาราได้ประกอบกับมีปริมาณความต้องการใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมสำคัญ ๆ หลายประเภท

3.1.2 ราคายางพารา เป็นราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งความเคลื่อนไหวราคาถูกกำหนดโดยตลาดโลก ปัจจุบันราคายางพาราส่งออกมาญี่ปุ่นจะถูกกำหนดโดย Broker ในสิงคโปร์ ซึ่งใช้ราคาอิงจากราคาในประเทศอังกฤษ ดังนั้น ราคาเสนอขายยางพาราของประเทศผู้ส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกแหล่งซื้อของประเทศผู้นำเข้า เช่น ญี่ปุ่น ฯลฯ โดยไทยมีโครงการแทรกแซงยางพารา เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยางพารา โดยมีองค์การรับซื้อที่สำคัญคือ องค์การสวนยางและสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

3.1.3 การส่งมอบในอดีตที่ผ่านมา ผู้ส่งออกหลายรายขอยืดระยะเวลาการส่งมอบเมื่อต้นทุนการส่งออกยางพาราสูงมากเกินราคายางพาราที่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า จึงทำให้การส่งออกในช่วงนั้นของผู้ส่งออกจะประสบผลขาดทุนมากจนถึงขั้นต้องปิดโรงงาน ซึ่งเหตุการณ์เช่นนี้เคยเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2537 จึงทำให้ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ทิ้งสัญญา และทำให้ผู้นำเข้าญี่ปุ่นมีความหวาดเกรงอยู่เสมอว่าในอนาคตเหตุการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้นอีกได้ จึงทำให้ญี่ปุ่นได้มีการเสนอให้ไทยจัดตั้งกองทุนเพื่อชดเชยกรณีเกิดการส่งมอบล่าช้า หรือการผิดสัญญาของผู้ส่งออกฝ่าย ซึ่งหากเกิดกรณีดังกล่าวกองทุนก็จะสามารถชดเชยค่าเสียหายนี้ให้กับญี่ปุ่น แล้วจึงเรียกคืนจากผู้ผิดสัญญาต่อไป

3.1.4 คุณภาพยางพารา ไทยยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ มีสิ่งเจือปนอยู่มากทั้งนี้มาจากมาตรฐานการกรีดยางพารา และการผลิตที่ยังขาดการควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอซึ่งหากเกษตรกรไทย และผู้ส่งออกร่วมมือให้ความสนใจในเรื่องนี้อย่างจริงจังก็จะสามารถส่งผลให้ไทยส่งออกไปญี่ปุ่นได้ราคาสูงด้วย

3.2 ช่องทางการจำหน่ายมี 2 ลักษณะ ดังนี้

3.2.1 ลักษณะแรก ผู้นำเข้าญี่ปุ่นจะเป็นผู้สั่งนำเข้าเองโดยติดต่อซื้อขายกันโดยตรงกับผู้ส่งออกไทย เพื่อนำเข้าไปใช้ในการผลิตให้กับบริษัทในเครือ หรือขายต่อให้โรงงานผลิตสินค้าในญี่ปุ่น ซึ่งช่วงสองสามปีหลังนี้ การซื้อตรงมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นประมาณว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของการนำเข้าวัตถุดิบยางทั้งหมด

3.2.2 ลักษณะที่สอง เป็นแบบที่เคยเฟื่องฟูในอดีต คือ การซื้อผ่านบริษัทค้าข้ามชาติขนาดใหญ่ของญี่ปุ่น (multi-national company) ซึ่งส่วนใหญ่ในเอเชียจะตั้งสำนักงานอยู่ที่สิงคโปร์ เป็นผู้ทำการเจรจาซื้อขายให้ ถึงแม้ว่าการซื้อขายผ่านบริษัทข้ามชาติจะเป็นการเพิ่มขึ้นตอน และค่าใช้จ่ายแต่มีข้อดี คือ ช่วยประกันคุณภาพสินค้า และควบคุมการส่งมอบให้ตรงเวลา เพราะมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสบการณ์ทางการค้าระหว่างประเทศ และทันต่อข่าวสารในประเทศผู้ส่งออก ส่วนใหญ่ผู้นำเข้า ยางพาราจากญี่ปุ่น มีความต้องการที่จะสั่งซื้อยางพาราล่วงหน้าก่อน 3 เดือน หรือ 6 เดือน ทั้งนี้ ความต้องการที่จะสั่งซื้อยางพาราล่วงหน้าระยะสั้นในอนาคต เป็นเพราะผู้ซื้อต้องการลดอัตราความเสี่ยงในการไม่ทำตามสัญญาของผู้ขาย โดยทั่วไป การซื้อยางพาราในปัจจุบัน จะเป็นการซื้อด้วยราคา F.O.B ซึ่งมีผลดีต่อผู้ซื้อ คือ สามารถควบคุมเงื่อนไขการขนส่งได้ ประกอบด้วยค่าระวางเรือ ค่าขนส่ง ค่าประกันสินค้า ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทำให้บริษัทผู้นำเข้าสามารถกำหนดแผนงานได้เอง ยางพาราเป็น วัตถุดิบที่จะต้องส่งเข้าโรงงานเพื่อผลิตเป็นสินค้า หรือขายต่อให้ผู้แปรรูปรายย่อยนำไปผลิตสินค้า ต่อไปได้

คู่แข่งของไทยในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น

ปัจจุบันคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งในปัจจุบันไทยส่งออกยางแผ่นรมควัน (HS 400121) ไปยัง ประเทศญี่ปุ่นมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 89 ของการนำเข้ายางแผ่นรมควันของญี่ปุ่นทั้งหมด ลองลงมาคือ อินโดนีเซียร้อยละ 4 มาเลเซียร้อยละ 2 แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาการแข่งขันของ ประเทศผู้ส่งออกยางพาราทั้ง 3 ประเทศ คือ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย จะพบว่ามีการแบ่งตลาด ยางพาราค่อนข้างชัดเจนคือ

ประเทศไทยส่วนใหญ่ส่งออกยางแผ่นรมควัน ซึ่งตลาดหลักคือ ตลาดญี่ปุ่น ที่เทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ (ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบยางพารา) ยังนิยมใช้ยางแผ่นรมควันของไทยที่เป็นที่ยอมรับว่ามีความยืดหยุ่นสูง คุณภาพดี และราคาเหมาะสม

ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่ส่งออกยางแท่ง ไปยังยุโรป และอเมริกาที่นิยมใช้ยางแท่งในการผลิตยางรถยนต์ แต่ในช่วงหลังเริ่มเปลี่ยนมาเป็นผู้ผลิตภัณฑ์ยางแทนการส่งออกวัตถุดิบ

ประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่ผลิตยางแท่งเช่นเดียวกับมาเลเซีย แต่ตลาดหลักอยู่ที่ สหรัฐอเมริกา เนื่องจากบริษัทผู้ตัดเย็บรองเท้าจากอินโดนีเซียเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ

ประเทศมาเลเซีย

เนื่องจากภาคเศรษฐกิจอื่น คือ ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของมาเลเซียเติบโตเร็ว และให้ผลตอบแทนสูงกว่าการเกษตร การปลูกยางในมาเลเซียเป็นการปลูกแปลงใหญ่ขนาด 1,000 ไร่ และมีความจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานในการกรีดยาง และเก็บยางจำนวนมากหลังจากเศรษฐกิจของ มาเลเซียที่เติบโต อย่างรวดเร็ว ค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ขาดแคลนแรงงานในการทำสวนยางที่เป็น แรงงานราคาถูก ยิ่งกว่านั้นปลูกยางพาราก็ยังเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าพืชชนิดอื่น เช่น ปาล์ม น้ำมัน จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงจากการทำสวนยางเป็นสวนปาล์มน้ำมัน และเป็นการเปลี่ยนแปลง ของสวนขนาดใหญ่ จึงทำให้การปลูกยางพาราของมาเลเซียมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มี กำลังการผลิตของโรงงานแปรรูปยางพาราเหลืออยู่ผู้แปรรูปยางในมาเลเซียบางส่วนจึงนำเข้ายางแผ่น ยางถ้วย (cup lump) และวัตถุดิบอื่น เช่น น้ำยางข้นเพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้กับกำลังการผลิตที่เหลืออยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อผลิตยางแท่ง โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากทางภาคใต้ของไทยประมาณ 3-4 แสนตันต่อปี โดยเข้ามาแย่งซื้อยางพาราไทยในราคาที่สูงกว่าราคาพ่อค้าไทยรับซื้อ ที่ทำได้เช่นนี้เนื่องจากการค้าขายแดนที่สามารถเลี่ยงภาษีได้ และค่าขนส่งที่ต่ำกว่าที่ไทยขนส่งไปยังโรงงานภายในประเทศมาเลเซียมีความโดดเด่นในการผลิตยางแท่ง และยางแท่งของมาเลเซียได้รับความเชื่อถือจากตลาดโลกว่ามีคุณภาพดี และมีความสม่ำเสมอ (uniform)

สำหรับโครงสร้างอุตสาหกรรมยางพาราในมาเลเซียจะมีความสมบูรณ์มากกว่าไทย คือสามารถเปลี่ยนจากการเป็นประเทศส่งออกวัตถุดิบยางพารา เป็นประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าโดยเฉพาะ (dipping product)

ประเทศอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียมีการผลิตยางพาราประมาณ 1.6-1.7 ล้านตัน บนพื้นที่ประมาณ 23 ล้านไร่ โดยในปี พ.ศ. 2540 มีการผลิตยางพาราชนิดต่าง ๆ ตามสัดส่วน คือ มีการผลิตยางแท่งมากกว่าร้อยละ 88 ของผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมด รองลงมา คือ มีการผลิตยางแผ่นมากกว่าร้อยละ 4 ส่วนที่เหลือจึงเป็นการผลิตน้ำยางข้น และยางเครพอย่างละเท่า ๆ กัน โดยยางแท่งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นยางแท่งชั้น SIR 20 (ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย) ขณะที่ยางแผ่นส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นชั้น 1 การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ยางอินโดนีเซียทำได้ค่อนข้างดี คือ ร้อยละ 80 ของยางแท่งที่ผลิตได้ห่อด้วยพลาสติกแล้วใช้ไม้รองจึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการเกิดส่วนยางแผ่นถูกอัดเป็นก้อนหนัก 33.3 หรือ 35 กิโลกรัม แล้วห่อด้วยพลาสติกช่วยแก้ปัญหาด้านน้ำหนัก และการเกิดแบ่

ท่าเรือหลักที่ใช้การส่งออกยางพาราของอินโดนีเซีย คือ ท่าเรือเบลาวัน ปาเลมบัง จัมบี และปอนเตียนเนค แต่ท่าเรือที่ดีที่สุดในการส่งออก คือ ท่าเรือเบลาวัน โดยการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซียส่วนใหญ่จะถูกส่งผ่านไปยังสิงคโปร์ก่อน ทำให้สิงคโปร์มีบทบาทมากต่อการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซีย คู่ค้าหลักของอินโดนีเซีย คือสหรัฐอเมริกาที่นำยางแท่งของอินโดนีเซียไปทำยางล้อ

การผลิตยางพาราของอินโดนีเซียจะอยู่บริเวณ ตอนใต้ของเกาะสุมาตรา จัมบี รือ เกาะกาลิมันตัน ทางตะวันออกของอินโดนีเซียที่เรียกว่าเกาะเซราม และอาเรนาจายา โดยในปี พ.ศ. 2539 อินโดนีเซียมีพื้นที่ปลูกยางพารารวม 22 ล้านไร่ ส่วนใหญ่อยู่ทางตอนเหนือ และได้ของเกาะสุมาตรา ซึ่งให้ผลผลิตร้อยละ 75 ของผลผลิตทั้งประเทศรองลงมา คือ บริเวณเกาะกาลิมันตันที่ให้ผลผลิตร้อยละ 20 ขณะที่พื้นที่ปลูกยางทางตอนเหนือของเกาะสุมาตรา และรือกำลังมีการเปลี่ยนไปปลูกปาล์มแทน

โครงสร้างการปลูกยางอินโดนีเซียส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 84 เป็นสวนยางขนาดเล็กซึ่งมีส่วนแบ่งทางการผลิตยางร้อยละ 78 ซึ่งเป็นการปลูกยางแบบไม่เป็นระบบ และเป็นยางพันธุ์พื้นเมือง การปลูกแทนด้วยยางพันธุ์ดีมีน้อย และรัฐยังคงดูแลไม่ทั่วถึง เนื่องจากขาดแคลนงบประมาณ และปัญหาการเมืองภายในการพัฒนา ขึ้นมาเป็นผู้ดำเนินการผลิตยางจึงทำได้ค่อนข้างยากในอนาคตจึงมีโครงการให้เกาะกาลิมันตันเป็นพื้นที่หลักในการปลูกยางแทนอย่างมีแผนการพัฒนาการปลูกยางที่ชัดเจน จาก

การแบ่งสวนยางออกเป็นสวนขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก โดยให้สวนยางขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลางของสวนยางขนาดเล็กเพื่อพัฒนาตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อตลาดและราคายาง

1. ความต้องการใช้ยางของอุตสาหกรรมยางล้อ และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอื่นในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น
2. อุปทานในตลาดโลกมีไม่เพียงพอโดยเฉพาะไทยวัตถุดิบลดลงเนื่องจากต้นยางได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมภาคใต้ปี พ.ศ. 2548 เป็นเหตุให้ต้นยางเกิดโรคใบร่วง และต่อเนื่องถึงฤดูยางผลัดใบ ส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดแคลนวัตถุดิบในการส่งมอบ
3. การเก็งราคาของนักลงทุนในตลาดล่วงหน้า
4. ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตยางสังเคราะห์สูง
5. สต็อกยางของประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ เช่น จีน และญี่ปุ่นลดลง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลให้ราคายางธรรมชาติในช่วงครึ่งปีหลังมีแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอด และมีราคาต่ำสุดในเดือนพฤศจิกายน สาเหตุเพราะ
 - 5.1 ปริมาณการผลิตยางมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย อันเป็นผลมาจากราคายางที่สูงขึ้นในช่วงครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2549 จูงใจให้มีแรงงานกรีดยางมากขึ้น
 - 5.2 ประเทศผู้ซื้อยางรายใหญ่ เช่น จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาชะลอการซื้อจากภาวะราคายางธรรมชาติที่ปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีแรก และมีการคาดว่าปริมาณผลผลิตของประเทศผู้ผลิตรายใหญ่จะเพิ่มขึ้นตามภาวะราคาคงกล่าวข้างต้น และภาวะอากาศที่เอื้อต่อการกรีดยาง เพราะฝนไม่ตกตามฤดูกาล และจีนได้นำเข้ายางแท่งจากอินโดนีเซียมากขึ้น เพราะมีราคาต่ำกว่ายางแผ่นรมควันชั้น 3
 - 5.3 ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นมากเป็นประวัติการณ์ในปี พ.ศ. 2549 เฉลี่ย 38.14 บาท เทียบกับปีพ.ศ. 2548 เฉลี่ย 40.27 บาท มีค่าแข็งขึ้นร้อยละ 5.29 เป็นอุปสรรคต่อการเสนอขายยางของผู้ส่งออกไทย
 - 5.4 ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงจากเดือนกรกฎาคม ที่ระดับสูงสุด 69.79 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ต่ำสุดในเดือนตุลาคม 57.39 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล
 - 5.5 ค่าเงินเยนผันผวนไม่มีเสถียรภาพ เป็นเหตุให้นักเก็งกำไรราคายางในตลาดล่วงหน้าเทขายสัญญามาก ส่งผลให้ราคายางในตลาดโตเกียว ซึ่งเป็นตลาดชั้นนำในด้านราคายาง RSS 3 ปรับลดลงอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลต่อตลาดยางแหล่งอื่นด้วย

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

สำหรับการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะพิจารณาการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างน้อยเพียงใดจากการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้นจะทำให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทั้งสองโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอย่างแผ่รณมควันรายใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่นโดยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกอย่างแผ่รณมควันไปยังประเทศญี่ปุ่นในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2553 พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันในตลาดญี่ปุ่นโดยค่า RCA เฉลี่ยที่คำนวณได้มีค่า 32.11 ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และ 31.27 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 (ตารางที่ 6)

ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษาเช่นเดียวกันกับประเทศไทยซึ่งกล่าวได้ว่าอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันไปยังญี่ปุ่นโดยค่า RCA ที่ได้จากการคำนวณในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 มีค่าเท่ากับ 4.24 และ 3.21 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 (ตารางที่ 6)

ในประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษา ซึ่งกล่าวได้ว่ามาเลเซียมีความเสียเปรียบในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยค่า RCA ที่ได้จากการคำนวณในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 มีค่าเท่ากับ 0.06 และ 0.22 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกอย่างแผ่รณมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น

ช่วงปีพ.ศ.	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย
2546-2549	32.11	4.24	0.06
2550-2553	31.27	3.21	0.22

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวกที่ 3, 4, 5, 6)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ประกอบด้วย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซียพบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันไปยังประเทศญี่ปุ่นนั้นมีประเทศไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษาซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้เนื่องจากประเทศไทยเกิดการจลาจลและประสบเหตุการณ์สึนามิจึงควรเร่งมีในการควบคุมความเชื่อมั่นในการลงทุนเพื่อรักษาความได้เปรียบในการส่งออกอย่างแผ่รณมควันในตลาดญี่ปุ่นส่วนประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษาเช่นเดียวกับประเทศไทย ซึ่งอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีการส่งออกอย่างแผ่รณมควันเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากไทย เนื่องจากประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อินโดนีเซียส่วนมากจะเน้นที่ยางแท่งมากกว่า เพื่อส่งออกไปยังยุโรปด้วย และในประเทศมาเลเซียพบว่า มีค่า RCA ที่มีความเสียเปรียบของศักยภาพในการแข่งขันการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากมาเลเซียนิยมส่งออกยางแท่งไปยังยุโรปเช่นเดียวกับประเทศอินโดนีเซีย และเนื่องจากเกิดปัญหาค่าจ้างที่สูงกว่าประเทศไทย และอินโดนีเซีย ประชาชนบางส่วนจึงหันมาปลูกปาล์มน้ำมันแทน จึงมีส่วนทำให้การส่งออกยางแผ่นรมควันน้อยกว่าประเทศไทย และอินโดนีเซีย (ณรงค์, 2549)

ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันในประเทศญี่ปุ่น

ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญโดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ สามารถแก้ไขข้อบกพร่องของ RCA บางส่วน คือ สามารถระบุได้ว่า มูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนไปนั้นเกิดจากปัจจัยใด ซึ่งวิเคราะห์จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2553

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553

มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เท่ากับ 1,423 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 1917.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าว จะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้นเท่ากับ 494.5 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ แล้วพบว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 376.95 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกเท่ากับ 0.46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 8)

2. ผลจากการกระจายตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย เท่ากับ 10.29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นลบ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับอัตราการส่งออกยางแผ่นรมควันของโลก ทำให้ประเทศไทยไม่อาจกระจายสินค้าไปจำหน่ายตลาดอื่น ๆ ที่มีอัตราการนำเข้าสูงกว่าตลาดปัจจุบันได้เท่าที่ควร จึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเป็นลบ

3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงมีมูลค่าเท่ากับ 291.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 8) ซึ่งแสดงว่า ส่วนแบ่งตลาดโลกของการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยลดลง เนื่องจากเกิดปัญหาของประเทศญี่ปุ่น อุตสาหกรรมรถยนต์รายใหญ่ในญี่ปุ่นประสบปัญหายอดขายจำหน่ายลดลงอย่างมาก จึงมีสต็อกยางล้อเหลือเป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อญี่ปุ่นชะลอการสั่งซื้อยางล้อจากจีน จึงทำให้จีนชะลอการสั่งซื้อจากไทยเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางล้อ

4. ผลกระทบร่วมหรือผลจากการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ 419.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 8) มีค่าเป็นบวก หมายความว่าประเทศมาเลเซียส่งออกสินค้ายางแผ่นรมควันไปยังประเทศญี่ปุ่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง โดยมีอัตราการขยายตัวของส่งออกรวมของโลกในสินค้ายางแผ่นรมควันสูง

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553

มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เท่ากับ 313.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 311.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้นเท่ากับ 2.45 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ แล้วพบว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 83.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกเท่ากับ 0.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 8)

2. ผลจากการกระจายตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย เท่ากับ -0.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นลบ เนื่องจากเนื่องจากประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับอัตราการส่งออกยางแผ่นรมควันของโลก ทำให้ประเทศอินโดนีเซียไม่อาจกระจายสินค้าไปจำหน่ายตลาดอื่น ๆ ที่มีอัตราการนำเข้าสูงกว่าตลาดปัจจุบันได้เท่าที่ควร จึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเป็นลบ

3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงมีมูลค่าเท่ากับ 65.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 8) จากการที่ผลการแข่งขันมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศไทยอินโดนีเซียได้ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยอินโดนีเซียลดลงเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลก

4. ผลกระทบร่วมหรือผลจากการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ 19.94 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 8) หมายความว่าประเทศอินโดนีเซียส่งออกสินค้าอย่างผ่านรมคว้นไปยังประเทศญี่ปุ่นที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าอย่างผ่านรมคว้นที่สูง

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศมาเลเซียในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553

มูลค่าการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศมาเลเซียในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เท่ากับ 10.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เท่ากับ 14.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศไทยใน 2 ช่วงเวลาดังกล่าวจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้นเท่ากับ 4.28 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ แล้วพบว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 2.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกเท่ากับ 0.46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 8)

2. ผลจากการกระจายตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศไทย เท่ากับ 0.17 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าประเทศมาเลเซียมีการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่ไปยังตลาดญี่ปุ่นที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงมีมูลค่าเท่ากับ 2.25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 8) ซึ่งแสดงว่า ส่วนแบ่งตลาดโลกของการส่งออกอย่างผ่านรมคว้นของประเทศมาเลเซียลดลงเนื่องจากขาดแรงงานและมีการลดพื้นที่การปลูกยางมาปลูกปาล์มน้ำมันแทน และหันมาสนับสนุนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ภายในประเทศจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้การส่งออกอย่างผ่านรมคว้นลดลงทำให้ผลจากการแข่งขันเป็นลบ

4. ผลกระทบร่วมหรือผลจากการส่งออกมีมูลค่าเท่ากับ 3.64 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 8) หมายความว่าประเทศมาเลเซียส่งออกสินค้าอย่างผ่านรมคว้นไปยังประเทศญี่ปุ่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าอย่างผ่านรมคว้นสูง

ตารางที่ 7 อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมทั้งหมดของโลก อัตราการขยายการส่งออกรวมของโลก
ในสินค้าอย่างแผ่นรมควัน และอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในยางแผ่นรมควัน
ไปยังตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553

อัตราการขยายตัว ($g = G-1$)	ร้อยละ
การส่งออกรวมของตลาดโลก (g)	73.51
การส่งออกรวมของโลกในยางแผ่นรมควัน ($g_k = G_k-1$)	81
การส่งออกรวมของโลกในยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่น	71.09

ที่มา: (คำนวณจากตารางภาคผนวก 3, 4 ,5)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซียในตลาดญี่ปุ่น (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	ประเทศไทย		ประเทศอินโดนีเซีย		ประเทศมาเลเซีย	
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก	376.9527		83.0938		2.7179	
ผลจากการกระจายตลาด	-10.2977		-0.4092		0.1719	
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง	-291.8372		-65.1906		-2.2535	
ผลรวม	419.6822		-19.9415		3.6436	
มูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลง	494.5		-2.4475		4.2799	
มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปี พ.ศ. 2546-2549	1423		313.68		10.26	
มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปี พ.ศ. 2550-2553	1917.5		311.233		14.535	

ที่มา (คำนวณจากตารางภาคผนวกที่ 3, 4, 5, 6, 7)

จากตารางที่ 8 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ในตลาดญี่ปุ่น ดังนี้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีค่าผลจากการขยายตัวของตลาดโลก เป็นมูลค่า 376.95, 83.09 และ 2.71 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าการขยายตัวการส่งออกโดยสมมติให้อัตราการขยายตัวของส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เท่ากับ อัตราการขยายตัวของส่งออกอย่างแผ่รวมควันของโลก กล่าวคือ ผลจากการขยายตัวดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการที่ความต้องการสินค้าของโลกโดยรวมสูงขึ้น

2. ผลจากการกระจายตลาด ซึ่งประเทศไทย และอินโดนีเซีย มีการคำนวณออกมาเป็นมูลค่า เท่ากับ 10.29 และ 0.40 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงว่าประเทศไทย และอินโดนีเซีย มีอัตราการเติบโตของการส่งออกอย่างแผ่รวมควันต่ำกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของโลก และประเทศมาเลเซีย คำนวณผลจากการกระจายตลาดออกมาเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.17 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าประเทศมาเลเซีย มีอัตราการเติบโตของการส่งออกอย่างแผ่รวมควันไปญี่ปุ่นที่สูงกว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับในแต่ละประเทศที่ส่งออกอย่างแผ่รวมควัน ได้ผลดังนี้ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เท่ากับ 291.83, 65.19 และ 2.25 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงว่าประเทศดังกล่าว มีความสามารถในการแข่งขันต่ำ กล่าวคือ การส่งออกที่เป็นจริงน้อยกว่าผลการส่งออกที่เพียงพอต่อการรักษาส่วนแบ่งในตลาด

4. ผลกระทบรวม เพื่อให้ประเทศไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดกับ ผลการส่งออกอย่างแผ่รวมควันที่เกิดจากการเติบโตของโลกโดยรวม ซึ่งประเทศไทย และมาเลเซีย คำนวณค่าผลกระทบรวม เป็นมูลค่า เท่ากับ 419.68 และ 3.64 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าการส่งออกอย่างแผ่รวมควันที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดโลกนั้นสอดคล้องกับสภาวะการณ์เติบโตของอุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น หรือการส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น หรือการส่งออกอย่างแผ่รวมควันดังกล่าวได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัวลง และประเทศอินโดนีเซีย คำนวณค่าผลกระทบรวม เป็นมูลค่า เท่ากับ 19.9415 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงว่า การส่งออกที่เพียงพอเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดโลกนั้นไม่สอดคล้องกับสภาวะการณ์เติบโตของอุปสงค์โลก กล่าวคือ การส่งออกดังกล่าวเป็นการเพิ่มการส่งออกในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังหดตัว หรือการส่งออกดังกล่าวได้ลดลงในขณะที่อุปสงค์ของโลกกำลังเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างแผ่รวมควันของไทยและคู่แข่ง คือ ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซียในตลาดญี่ปุ่น สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square: OLS) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์กับปริมาณการส่งออกในสมการอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งใช้ข้อมูลช่วงปี พ.ศ. 2542-2553 ทั้งนี้สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์อย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

กำหนดให้	Q_t	=	$f(P_t, P_i, P_m, NI, EX, R)$
	Q_t	=	ปริมาณการส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (ตัน)
	P_t	=	ราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
	P_i	=	ราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
	P_m	=	ราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศมาเลเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
	NI	=	รายได้ประชาชาติของประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
	EX	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น
	R	=	ปริมาณการผลิตอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทย

ผลจากการตรวจสอบพบว่า มีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของแบบจำลองอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยตัวแปรอิสระที่พบปัญหาคือ ราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความสัมพันธ์กับราคาส่งออกอย่างแผ่รวมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความสัมพันธ์กับราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความสัมพันธ์กับรายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นจึงต้องปรับรูปแบบของแบบจำลอง โดยจัดตัวแปรราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นและรายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับตัวแปรส่วนตัวแปรอิสระจึงทำให้ได้แบบจำลองอุปสงค์โดยมีตัวแปรตามคือ ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (Q_t) และตัวแปรอิสระที่นำมาสร้างแบบจำลองคือ ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_t) และปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทย (R) จะได้แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีรูปแบบดังนี้

$$Q_t = f(P_t, R, EX)$$

กำหนดให้

Q_t = ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (ตัน)

P_t = ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น

EX = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น

R = ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทย

สมการอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

สมการอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นในการวิเคราะห์ครั้งนี้จากการตรวจสอบเอกสารในบทที่ 2 จะพบว่ารูปแบบฟังก์ชันที่เหมาะสมที่สุดในการใช้คือแบบฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ (Double-Log Demand Function) โดยพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อน (MSE) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.1377 ค่า R^2 เท่ากับ 0.857 และมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.953

ทั้งนี้สมการอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น มีตัวแปรตามคือ ปริมาณการส่งออกการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (Q_t) และมีตัวแปรอิสระ 2 ตัวคือราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_t) และปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) จากแบบจำลองของสมการ มีผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

$$\ln \text{Quality} = -4.492 - .246 \ln(P_t) - .590 \ln(EX) + 1.505 \ln(R)$$

$$(t\text{-statistics}) = (-0.583) \quad (-2.573)^{**} \quad (-1.013)^{NS} \quad (3.212)^{***}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่า R^2	=	0.857
ค่า Adjusted R^2	=	0.803
ค่า Durbin-Watson	=	1.953
ค่า F-statistics	=	15.918
**	แสดงระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95	
***	แสดงระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99	
NS	แสดงว่าไม่มีระดับนัยสำคัญ	

จากสมการอุปสงค์พบว่าค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.857 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่าง ๆ สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 85.7 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนอีกร้อยละ 14.3 เป็นอิทธิพลมาจากปัจจัยอื่น ๆ นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว และสมการมีค่าสถิติ F-statistics เท่ากับ 15.918 เมื่อทำการทดสอบเชิงอนุกรมเวลาพบว่ามีค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 1.848 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา

สำหรับตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ตัว คือ ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_t) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น (EX) และปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) จากสมการอุปสงค์จะเห็นได้ว่า คือ ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น มีค่าเป็นลบ หมายความว่า ตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ส่วน ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) มีค่าเป็นบวก หมายความว่า ตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงเดียวกันกับอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม จากค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ด้วยสถิติแบบ t-test พบว่า ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_t) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_t) มีค่าเท่ากับ -0.246 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น (EX) ไม่มีระดับนัยสำคัญ ในส่วนของ ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) มีค่าเท่ากับ 1.612

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นอยู่ในรูปแบบล็อกคู่ ดังนั้นจึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาอธิบายความยืดหยุ่นได้ ทั้งนี้หากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มากกว่า (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่าอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้าม ถ้าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะน้อยกว่า 1 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่า อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าของสัมประสิทธิ์หรือความยืดหยุ่นจากสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (Q_p) กับราคาส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_p) นั้นเป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_p) มีค่าเท่ากับ -246 หมายความว่าเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ถ้าราคาส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P_p) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงข้ามโดยมีปริมาณลดลงร้อยละ -246 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (Q_p) กับปริมาณการผลิตอย่างแผ่นรมควัน (R) นั้นเป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิตอย่างแผ่นรมควัน (R) มีค่าเท่ากับ 1.505 หมายความว่าเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ถ้าปริมาณการผลิตอย่างแผ่นรมควัน (R) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันโดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.505

ดังนั้นอุปสงค์การส่งออกอย่างแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีความยืดหยุ่นมากต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตอย่างแผ่นรมควัน (R)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (P) มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น (EX) ไม่มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนด

3. ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควัน (R) มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ยางพาราเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทยซึ่งมีการปริมาณการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 4 แต่มีอัตราการขยายตัวสินค้าเศรษฐกิจมากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.13 รองลงมาเป็น น้ำมันสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ คิดเป็นร้อยละ 24.64, 6.05 และ -3.63 ตามลำดับ ซึ่งมียางพาราเป็นสินค้าที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีรายได้มากเป็นอันดับต้นๆ ผลผลิตที่แปรปรูจากยางพารามีหลายชนิด อาทิเช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางเข้มข้น ยางผสม ซึ่งประเทศไทยมีการส่งออกยางแผ่นรมควันไปมากที่สุด แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2552 มีปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันลดน้อยลง ประเทศคู่ค้าที่สำคัญมีประเทศ จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย แต่ปริมาณการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณการส่งออกที่ลดน้อยลง อีกทั้งยังมีคู่แข่งส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น อาทิเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ดังนั้นจึงทำการศึกษาศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นซึ่งเคยเป็นประเทศที่ส่งออกที่สำคัญอันดับ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ เพื่อการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2542-2553 การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดญี่ปุ่น และศึกษาการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี คือ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2546-2553 และได้ทำการแบ่งการศึกษาออกเป็นสองช่วงเวลา คือช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 เพื่อช่วยลดการผันแปรของข้อมูลเป็นการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทยในปีใดปีหนึ่งเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปตลาดประเทศญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปตลาดประเทศญี่ปุ่น พบว่า ประเทศไทยนั้นมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีที่ทำการศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยมีค่า RCA เท่ากับ 32.68 และ 31.27 ตามลำดับแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่น ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่นเช่นกัน แต่ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เห็นว่าประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่นกล่าวโดยสรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเทศที่ได้ทำการศึกษามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่นอยู่เพียง 2 ประเทศคือประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย ส่วนประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังตลาดญี่ปุ่น

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 494.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออก รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลหัตถุติภูมิ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2542-2553 ในรูปสมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปกำลังสองน้อยที่สุดแบบล็อกคู ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของไทยไปประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีค่าเท่ากับ -0.215

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยสังเกตได้จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2549 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 มีมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันที่เพิ่มขึ้นพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลกระทบร่วมแต่ไม่สามารถอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงจำเป็นต้องนำปัจจัยอื่นๆ เข้ามาร่วมพิจารณาด้วย จึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่น และปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ดังนั้นภาครัฐบาลควรส่งเสริมให้เอกชน ให้ความสำคัญนโยบายปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของยางแผ่นรมควันให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ เพื่อรักษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่ให้ลดน้อยลง

2. จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของไทยไปตลาดญี่ปุ่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุดคือผลจากการแข่งขันที่แท้จริงซึ่งเกิดจากการส่งออกที่เป็นจริงน้อยกว่าผลการส่งออกที่เพียงพอต่อการรักษาส่วนแบ่งในตลาด ดังนั้นภาครัฐบาลควรส่งเสริมให้เอกชนเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของตลาดที่ยังมีไม่เพียงพอ


3. จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นนั้นพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีค่า -2.46 มีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งจะส่งผลให้ราคาเมื่อเพิ่ม 1 หน่วย ปริมาณความต้องการจะลดลงเพียง $.246$ หน่วย และค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีค่า 1.50 ซึ่งถ้าเพิ่มปริมาณการผลิตเพิ่ม 1 หน่วยส่งผลปริมาณความต้องการเพิ่ม 1.50 ดังนั้นไทยควรแข่งขันโดยใช้นโยบายคุณภาพของยางแผ่นรมควันเพราะราคาส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกไม่มาก และควรส่งเสริมให้ปลูกต้นยางพารา

เอกสารอ้างอิง

- กรมศุลกากร. 2552. การส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ.
- ณรงค์ คงสังข์. 2549. วิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้ายางพาราไทย ของประเทศจีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาพร ไชยสิทธิ์. 2549. วิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันยางธรรมชาติไทยในตลาด บราซิล อิตาลี และสเปน. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนันรัตน์ พ่วงน่วม. 2549. ศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยัง ประเทศจีน. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธัญญารัตน์ ไชยเนตรไกรสิน. 2551. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อและพยากรณ์ปริมาณการส่งออก ยางพาราของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภานุวัฒน์ ภัทรอนันตกุล. 2550. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ยางพาราไทย. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถิติการค้าระหว่างประเทศ. 2554. สินค้าส่งออก 10 อันดับที่สำคัญของประเทศไทย. [Online]. Available: <http://www.ops3.moc.go.th/infor/>. 10 ธันวาคม 2554.
- สถิติการค้าระหว่างประเทศ. 2554. ตลาดส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทย. [Online]. Available: <http://www.ops3.moc.go.th/infor/>. 11 ธันวาคม 2554.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. การส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออก, การ ส่งออกและนำเข้าไม้ยางพาราของไทย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศุภาพร หาญสุขสินวัฒนา. 2549. วิเคราะห์ความสัมพันธ์การเติบโตทางเศรษฐกิจ และการส่งออกยางพารา. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศุภาภรณ์ ล้วนมณี. 2553. วิเคราะห์ปัจจัยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2554. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ. [Online]. Available: <http://www.bot.or.th/Thai/Statistics>. 15 สิงหาคม 2554.
- Currency Exchange Rates. 2011. Exchange Rates. [Online]. Available: <http://currate.com/historical-exchange-rates.php>. 18 August 2011.
- Economics by L.C. Atkinson. (1982), Homewood, IL: Richard D. Irwin ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์
- Global Trade Atlas. 1999-2011. Statistics Database. [Online]. Available: <http://www.gtis.com/gta>. 16 January 2012.
- Heckscher and Ohlin อ้างอิง เกสร จันทรวงศ์รัตน์. (2528). ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
- Historical Price Index. Consumer Price Index. [Online]. Available: <http://www.rateinflation.com>. 28 August 2011.
- Indexmundi. GDP per capita. [Online]. Available: <http://www.indexmundi.com>. 2 December 2011.



ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการการคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่

ปรากฏ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของยางแผ่นรมควัน
จากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2542-2553

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2546	317	11,410	326	383,361	32.67
2547	352	13,475	386	455,661	30.84
2548	382	15,030	407	516,202	32.24
2549	550	16,565	588	578,783	32.68
เฉลี่ย	400.25	14120	426.75	483501.75	32.11
2550	511	19,290	518	622,072	31.81
2551	565	20,085	644	762,488	33.31
2552	240	15,656	295	551,788	28.67
2553	526	20,417	572	694,297	31.27
เฉลี่ย	460.5	18862	507.25	657661.25	31.27

ที่มา: (จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ 3, 4, 5)

หมายเหตุ: RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของยางแผ่นรมควันของประเทศ
ที่มีต่อประเทศญี่ปุ่น (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_{wk} = มูลค่านำเข้ายางแผ่นรมควันทั้งหมดของโลกไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_w = มูลค่านำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศญี่ปุ่น

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของยางแผ่นรมควันจากประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2542-2553

ปี	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	RCA
2546	3	14,415	297	379,544	0.27
2547	6	13,603	326	383,361	0.52
2548	31	15,962	386	455,661	2.29
2549	112	18,049	407	516,202	7.87
เฉลี่ย	139	21,732	588	578,783	6.30
2550	72	17336.5	426.75	483501.75	4.24
2551	144	23,633	518	622,072	7.32
2552	92	27,744	644	762,488	3.93
2553	9	18,575	295	551,788	0.91
เฉลี่ย	15	25,782	572	694,297	0.71

ที่มา: (จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ 3, 4, 6)

หมายเหตุ: RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียที่มีต่อประเทศญี่ปุ่น (หน่วยล้านเหรียญสหรัฐฯ)

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_{wk} = มูลค่านำเข้ายางแผ่นรมควันทั้งหมดของโลกไปยังประเทศญี่ปุ่น

X_w = มูลค่านำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศญี่ปุ่น



ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกยางแผ่นรมควัน
ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลกปี พ.ศ. 2546-2553
(ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี พ.ศ.	มูลค่าส่งออกทั้งหมด
2546	6,969,184.43
2547	8,444,157.01
2548	9,492,302.49
2549	10,908,569.27
เฉลี่ย 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
เฉลี่ย 2550-2553	13,083,820.43

ที่มา: (World Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 4 มูลค่าการส่งออกอย่างแผ่นรมควันทั้งหมดของโลกไปยังประเทศญี่ปุ่นและตลาดอื่น ๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	ญี่ปุ่น	ตลาดอื่น ๆ	รวม
2546	326.00	1,061.00	1,387.00
2547	386.00	1,277.00	1,663.00
2548	407.00	1,507.00	1,914.00
2549	588.00	2,211.00	2,799.00
เฉลี่ย 2546-2549	426.75	1,514.00	1,940.80
2550	518.00	2,231.00	2,749.00
2551	644.00	2,115.00	2,759.00
2552	295.00	1,196.00	1,491.00
2553	572.00	2,247.00	2,819.00
เฉลี่ย 2550-2553	507.25	1,947.30	2,454.50

ที่มา: (World Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 5 มูลค่าการส่งออกอย่างแผ่นรมควันทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นและ
ตลาดอื่น ๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	ญี่ปุ่น	ตลาดอื่น ๆ	รวม
2546	329.00	858.00	1,187.00
2547	356.00	951.00	1,307.00
2548	390.00	908.00	1,298.00
2549	552.00	1,348.00	1,900.00
เฉลี่ย 2546-2549	406.75	1016.00	1423.00
2550	515.00	1,477.00	1,992.00
2551	551.00	1,558.00	2,109.00
2552	233.00	1,027.00	1,260.00
2553	570.00	1,739.00	2,309.00
เฉลี่ย 2550-2553	467.25	1450.30	1917.50

ที่มา: (World Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 6 มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันทั้งหมดของอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นและตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	ญี่ปุ่น	ตลาดอื่นๆ	รวม
2546	6.00	320.00	326.00
2547	13.00	373.00	386.00
2548	13.00	394.00	407.00
2549	15.00	573.00	588.00
เฉลี่ย 2546-2549	11.75	415.00	426.75
2550	14.00	504.00	518.00
2551	18.00	626.00	644.00
2552	10.00	285.00	295.00
2553	18.00	554.00	572.00
เฉลี่ย 2550-2553	15.00	492.25	507.25

ที่มา: (World Trade Atlas, 2011)


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 7 มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันทั้งหมดของมาเลเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นและ
ตลาดอื่นๆ ปี พ.ศ. 2546-2553 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ปี	ญี่ปุ่น	ตลาดอื่นๆ	รวม
2546	0.0000	6.5700	6.5700
2547	1.8000	12.5900	14.3900
2548	0.0100	11.0600	11.0700
2549	0.0005	9.0095	9.0100
เฉลี่ย 2546-2549	0.45	9.80	10.26
2550	0.0000	9.9200	9.9200
2551	3.5200	7.2200	10.7400
2552	0.0000	2.4700	2.4700
2553	12.0000	23.0100	35.0100
เฉลี่ย 2550-2553	3.88	10.65	14.53

ที่มา: (World Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยัง
ประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 8 ปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปี
พ.ศ. 2542-2553 (ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก
2542	357,000.00
2543	352,000.00
2544	272,000.00
2545	336,000.00
2546	334,000.00
2547	278,000.00
2548	279,000.00
2549	271,000.00
2550	233,000.00
2551	205,000.00
2552	130,000.00
2553	171,000.00

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 9 ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปี
พ.ศ. 2542-2553 (เหรียญสหรัฐฯ/ตัน)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	689.11
2543	704.22
2544	687.77
2545	694.74
2546	969.01
2547	1,308.59
2548	1,385.35
2549	2,061.86
2550	2,064.09
2551	2,737.75
2552	2,038.50
2553	3,303.75

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 10 ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปี
พ.ศ. 2542-2553 (เหรียญสหรัฐฯ/ตัน)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	660.14
2543	705.39
2544	678.88
2545	737.77
2546	1050.73
2547	1358.19
2548	1436.93
2549	2146.69
2550	2219.18
2551	2935.74
2552	1861.56
2553	3397.98

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 11 ราคาส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศมาเลเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นปี
พ.ศ. 2542-2553 (เหรียญสหรัฐ/ตัน)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	706.89
2543	777.99
2544	738.41
2545	747.24
2546	1079.2
2547	1467.43
2548	1531.57
2549	2028.5
2550	2203.64
2551	2844.65
2552	1790.55
2553	3422.07

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 12 รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2542-2553 (เหรียญสหรัฐฯ)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	36,281.00
2543	37,259.00
2544	37,094.00
2545	37,107.00
2546	37,525.00
2547	38,469.00
2548	39,043.00
2549	39,659.00
2550	40,392.00
2551	39,976.00
2552	37,700.00
2553	39,304.00

ที่มา: (Index Mundi, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 13 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2542-2553 (เหรียญสหรัฐฯ/ตัน)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	33.36
2543	37.21
2544	36.59
2545	34.33
2546	35.80
2547	37.19
2548	36.57
2549	32.59
2550	29.33
2551	32.34
2552	36.72
2553	36.12

ที่มา: (ธนาคารพาณิชย์, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 14 ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทยปี พ.ศ. 2542-2553
(เหรียญสหรัฐฯ/ตัน)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก
2542	1,060,790.00
2543	1,055,900.00
2544	951,015.00
2545	1,111,420.00
2546	1,225,170.00
2547	1,104,180.00
2548	1,005,700.00
2549	1,028,930.00
2550	957,337.00
2551	973,243.00
2552	837,294.00
2553	813,033.00

ที่มา: (Global Trade Atlas, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 15 ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2542-2553

ปี พ.ศ.	ดัชนีราคาผู้บริโภค
2542	102.97
2543	102.23
2544	101.46
2545	100.55
2546	100.30
2547	100.29
2548	100.02
2549	100.26
2550	100.32
2551	101.70
2552	100.33
2553	99.63

ที่มา: (Historical Price Index, 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง
การแสดงผลวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์
ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกอย่างผันรวมควันของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
Regression 2 ตัวแปร

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
lnQ	12.4594	.31007	12
lnPt	7.1882	.58647	12
lnEx	3.5402	.07515	12
lnR	13.8197	.11632	12

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	lnPt lnEX lnR		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: lnQ

Correlations

		lnQ	lnPt	lnEx	lnR
Pearson Correlation	lnQ	1.000	-.784	-.053	.858
	lnPt	-.784	1.000	-.228	-.624
	lnEx	-.053	-.228	1.000	-.028
	lnR	.858	-.624	-.028	1.000
Sig. (1-tailed)	lnQ	.	.001	.435	.000
	lnPt	.001	.	.238	.015
	lnEx	.435	.238	.	.465
	lnR	.000	.015	.465	.
N	lnQ	12	12	12	12
	lnPt	12	12	12	12
	lnEx	12	12	12	12
	lnR	12	12	12	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.925 ^a	.857	.803	.13773	1.953

a. Predictors: (Constant), lnR, lnEx, lnPt

b. Dependent Variable: lnQ

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.906	3	.302	15.918	.001 ^a
	Residual	.152	8	.019		
	Total	1.058	11			

a. Predictors: (Constant), lnP, lnR

b. Dependent Variable: lnQ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	-4.492		
	lnPt	-.246	.095	-.464	-2.573	.033
	lnEx	-.590	.582	-.143	-1.013	.341
	lnR	1.505	.469	.565	3.212	.012

a. Dependent Variable: lnQ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	lnPt	lnEx	lnR
1	1	3.995	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.005	28.293	.00	.50	.01	.00
	3	.000	118.578	.01	.01	.84	.03
	4	1.579E-5	502.937	.99	.49	.16	.97

a. Dependent Variable: lnQ

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.8864	12.8157	12.4594	.28696	12
Residual	-.27004	.16306	.00000	.11745	12
Std. Predicted Value	-1.997	1.242	.000	1.000	12
Std. Residual	-1.961	1.184	.000	.853	12

a. Dependent Variable: lnQ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้