

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกยางพาราธรรมชาติของไทย

A Study on The Exportation of Thai Natural Rubber

ของ

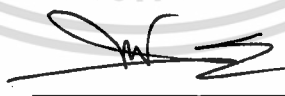
นางสาวครุณี จันท์เรืองฤทธิ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

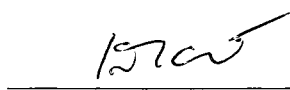
เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 5 มี.ค. 44


(ดร. วิรัช กระแสร์นัตร์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 5 มี.ค. 44

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาฯ

 5 มี.ค. 44

(รองศาสตราจารย์ ดร.อานวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกยางพาราธรรมชาติของไทย
A Study on The Exportation of Thai Natural Rubber



ปพ.

๑๑๓๕ก

๒๕๔๔

เลขหมู่.....

เสนอ

เลขทะเบียน.....๑๗๗๑๕

วัน,เดือน,ปี.....๑ JUN 2009

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั่น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาการส่งออกยางพาราธรรมชาติของไทย

โดย: นางสาวครุณี จันทร์เรืองฤทธิ์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: 

(วิรัช กระแสร์มิตร)

ยางพารานับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของไทย ทั้งนี้เพราะการส่งออกนำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และปริมาณการใช้ภายในประเทศมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยคือประมาณร้อยละ 8 ต่อปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ทั้งหมด โดยที่ความต้องการยางของตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง เนื่องมาจากการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ อีกทั้งการลดปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออกของประเทศมาเลเซียมาเป็นการใช้ภายในประเทศแทน ในขณะที่การผลิตยางของไทยยังเน้นเพื่อการส่งออก จึงควรศึกษาการส่งออกยางพาราไทย เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการส่งออกยางพาราของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาสภาวะการส่งออกยางพาราของไทย และความสามารถ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าเพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทั้งยังศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราของไทย อีกทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาการตลาดส่งออกของไทยให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น ในการศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกับผู้ส่งออกอื่น ๆ ว่าไทยมีความได้เปรียบมากน้อยเพียงใด และได้นำเอาแบบจำลองทางเศรษฐมิติมาใช้ในการประมาณค่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพารา ในการเปรียบเทียบกับประเทศโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา

ประเทศไทย ผลิตยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลกมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 จนกระทั่งปัจจุบันซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ คือ สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก โดยตลอด ในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 44,092 ล้านบาท และการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของไทยพบว่าในตลาดนำเข้ายางพาราทั้งสามประเทศ ซึ่งประกอบด้วยตลาดประเทศญี่ปุ่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งหมด และมีค่า RCA มากกว่าประเทศคู่แข่งทุกประเทศที่ได้ทำการศึกษาในตลาดญี่ปุ่น และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา มีค่า RCA มากเป็นอันดับสองรองจากประเทศอินโดนีเซีย แต่ค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2542 ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ไม่นั่นนอ คือ มีการขึ้น ๆ ลง ๆ ตลอดเวลาในช่วงการศึกษา แต่การเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นไม่ค่อยจะแตกต่างกันมากนัก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีค่า RCA ค่อนข้างคงที่ ส่วนผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปรากฏว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น คือ ราคาส่งออกยางพาราที่แท้จริงของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทของไทยกับเงินเยนของญี่ปุ่น และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของประเทศญี่ปุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งสามดังกล่าว มีค่าเท่ากับ -0.11 1.06 และ -0.27 ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ราคาส่งออกยางพาราที่แท้จริงของไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนที่แท้จริงของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยต่อเงินหยวนของสาธารณรัฐประชาชนจีน และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งสี่ดังกล่าว มีค่าเท่ากับ -0.79 2.55 0.87 และ -1.28 ตามลำดับ ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ราคาส่งออกยางพาราที่แท้จริงของไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนที่แท้จริงของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกา และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งสามดังกล่าว มีค่าเท่ากับ -0.16 5.56 0.07 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะนโยบายในการพัฒนาการส่งออก และเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย ควรพัฒนาด้านคุณภาพและมาตรฐานยางพาราให้เข้าสู่ระบบสากลมากยิ่งขึ้น โดยพยายามเพิ่มคุณภาพการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดโลก เพื่อช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตลง และภาครัฐบาลควรให้ความสนใจในการผลิตยางพาราเพื่อการส่งออกอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการรักษาตลาดเดิมของไทยไว้ให้คงที่ และตลอดจนขยายตลาดไปยังประเทศคู่ค้าอื่น ๆ ควรทำการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและคำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ได้มีความถูกต้องจาก ดร. วิรัช กระแสจันทร์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอขอบคุณอาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ กรรมการปัญหาพิเศษที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนปรับปรุง พร้อมช่วยตรวจทานเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และขอขอบคุณอาจารย์สุภาวดี ปัททวิคกคา ผู้ประสานงานปัญหาพิเศษที่ได้ช่วยตรวจความถูกต้องในการพิมพ์ ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้อบรม ให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบคุณคุณสมศักดิ์ เกตุนที และคุณอดิศักดิ์ พุ่มอ้อม เจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ที่ให้ความช่วยเหลือในการใช้ห้องคอมพิวเตอร์ และคำแนะนำในการพิมพ์

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ น้ำจู้ น้ำตุ๋ และน้ำ ๆ ทุกท่าน ที่ให้การช่วยเหลือออกทุนทรัพย์และคอยเป็นกำลังใจในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ และขอบคุณ พี่ชาย พี่สาว น้องวรรณ และเพื่อน ๆ สาขาบริหารธุรกิจเกษตรที่ให้คำแนะนำ ให้การช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจตลอดมา

ครุณี จันทรเรืองฤทธิ์
มีนาคม 2544

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
การเก็บรวบรวมข้อมูล	7
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐานของการศึกษา	11
แนวคิดทางทฤษฎี	12
ทฤษฎีความได้เปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบ	12
แนวคิดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน	14
ทฤษฎีอุปสงค์	15
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์	17
แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ของอุปสงค์ส่งออกยางพาราไทย	19
รูปแบบของฟังก์ชันในการวิเคราะห์	20
บทที่ 3 สถานะการส่งออกยางพาราของไทย	21
การส่งออกยางพาราของไทย	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
ประเภทของยางพาราที่ส่งออกของไทย	21
รูปแบบการจำหน่ายยางพาราไปยังต่างประเทศ	23
ตลาดยางพาราต่างประเทศ	23
ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของประเทศไทย	25
ตลาดนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น	28
ตลาดนำเข้าของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	30
ตลาดนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา	33
ปัญหาการส่งออกยางพารา	35
บทบาทของรัฐบาลไทยต่อการส่งเสริมด้านการส่งออกยางพาราของไทย	37
องค์การยาระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	40
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	40
ตลาดประเทศญี่ปุ่น	40
ตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	41
ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา	42
ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย	44
ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น	44
ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	46
ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	49
ความหมายในเชิงนโยบาย	51
นโยบายความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	51
นโยบายด้านอุปสงค์การส่งออกยางพารา	52
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	54
สรุป	54
ข้อเสนอแนะ	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

หน้า

58

ภาคผนวก

61

ภาคผนวก ก ข้อมูลเพิ่มเติมที่ใช้คำนวณผลการวิเคราะห์

62

ภาคผนวก ข การแสดงผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

69



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 การผลิตยางและการใช้ยางของโลก	2
2 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติของประเทศต่าง ๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2541	3
3 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542	4
4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยแยกตามประเภทยางปี พ.ศ. 2532-2542	22
5 ตลาดส่งออกยางที่สำคัญ 10 อันดับแรกของไทย	26
6 สัดส่วนของปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2542	27
7 มูลค่าของการนำเข้ายางพาราของประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	29
8 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	30
9 มูลค่าของการนำเข้ายางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	31
10 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	32
11 มูลค่าของการนำเข้ายางพาราของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	34
12 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	35
13 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพารา ของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	41
14 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพารา ของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	42
15 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพารา ของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	43

สารบัญตารางผนวก

	หน้า
ตารางผนวกที่	
1 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	62
2 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	63
3 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542	64
4 ราคาขายส่งออกยกยพารา และดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออก ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542	65
5 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยกยพาราของไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542	66
6 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยกยพาราของไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542	67
7 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยกยพาราของไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542	68

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ยางพาราเป็นสินค้าที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะทางด้านการคมนาคมและขนส่งในประเทศโลกเสรีส่วนใหญ่ได้ใช้ยางธรรมชาติประกอบกับยางสังเคราะห์ เพราะมีความทนทานต่อการสึกหรอและทนต่อความร้อน ก่อนวิกฤตการณ์น้ำมันในปี พ.ศ. 2516 รัฐบาลของประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยมีความกังวลว่ายางพาราจะไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้เพราะประเทศที่พัฒนาด้านอุตสาหกรรมสามารถผลิตยางสังเคราะห์ (synthesis rubber) ขึ้นใช้เองในปริมาณมากขึ้น สัดส่วนการใช้ยางสังเคราะห์ต่อการใช้ยางธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (เสริมลาก, 2522: 17)

การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมาได้ก่อให้เกิดความไม่แน่ใจในกลุ่มผู้ผลิตยางสังเคราะห์ เพราะการผลิตยางสังเคราะห์นั้นต้องพึ่งน้ำมันเป็นวัตถุดิบด้วยเหตุผลก็คือความไม่แน่ใจในเรื่องปริมาณและราคาน้ำมันดิบเองของกลุ่มประเทศของกลุ่มประเทศตะวันออกกลางและรวมถึงนโยบายประหยัดน้ำมันของประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์เอง นอกจากนี้ก็ยังมีผลงานใหม่ในการผลิตยางรถยนต์โดยใช้โครงพลาสติกหรือเหล็กกรุด้านในเรียกว่า ยางเรเดียล (radial tire) การผลิตยางเรเดียลนั้นต้องใช้ส่วนผสมของยางธรรมชาติถึงร้อยละ 22 (เสริมลาก, 2522: 3) ดังนั้นจึงทำให้ปริมาณการใช้ยางพาราธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา

การผลิตยางของโลกในปี พ.ศ. 2541 มีประมาณ 17 ล้านตัน เป็นยางสังเคราะห์ 10.40 ล้านตัน และยางธรรมชาติ 6.60 ล้านตัน (ตารางที่ 1) ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ร่วมกันในผลิตภัณฑ์หลายชนิดเพื่อประโยชน์ด้านคุณภาพของสินค้า และในหลายกรณีก็สามารถใช้ทดแทนกันได้ในระดับหนึ่งสภาพการแข่งขันในการผลิตยางสังเคราะห์และยางธรรมชาตินั้น แตกต่างกันที่การผลิตยางสังเคราะห์เป็นการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องลงทุนสูง ส่วนการผลิตยางธรรมชาติเป็นการผลิตในเชิงเกษตรกรรมลงทุนต่ำ เกือบทุกทางด้านสภาพแวดล้อมและผลพลอยได้ทางด้านไม้ใช้สอยหรือมวลชีวภาพที่เป็นประโยชน์ต่อมวลมนุษยชนมากมาย ในขณะที่การผลิตยางสังเคราะห์ก่อให้เกิดผลเสียต่อบรรยากาศและสภาพแวดล้อมอย่างกว้างขวาง แนวโน้มการผลิตและการใช้ยางของโลกเป็นไปในทางที่เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับความเจริญเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก สำหรับสัดส่วนระหว่างยางสังเคราะห์และยางธรรมชาตินั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่าสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงกว่ายางสังเคราะห์เล็กน้อย คือจากเดิม ร้อยละ 39.13 ในปี พ.ศ. 2537 เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.45 ในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การผลิตยางและการใช้ยางของโลก (ล้านตัน)

ปี พ.ศ.	การผลิตยางของโลก		รวม	การใช้ยางของโลก		รวม
	ยางธรรมชาติ	ยาง		ยางธรรมชาติ	ยาง	
		สังเคราะห์		สังเคราะห์	สังเคราะห์	
2537	5,710 (39.14) ¹	8,880 (60.86)	14,590 (100.00)	5,690 (39.13)	8,850 (60.87)	14,540 (100.00)
2538	6,040 (38.84)	9,510 (61.16)	15,550 (100.00)	6,000 (39.24)	9,290 (60.76)	15,290 (100.00)
2539	6,340 (39.33)	9,780 (60.67)	16,120 (100.00)	6,130 (38.99)	9,590 (61.01)	15,720 (100.00)
2540	6,890 (40.53)	10,110 (59.47)	17,000 (100.00)	6,580 (39.33)	10,150 (60.67)	16,730 (100.00)
2541	6,610 (38.96)	10,360 (61.05)	16,970 (100.00)	6,560 (39.54)	10,070 (60.55)	16,630 (100.00)

หมายเหตุ¹ ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละของการผลิตและการใช้ยางพาราของโลก
ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ข)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ถึงปี พ.ศ. 2541 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ต่ำกว่าปริมาณการผลิตทุกปีจึงมีผลทำให้ราคาขายขาดเสถียรภาพ ยางธรรมชาติร้อยละ 60.70 ใช้ในการผลิตเป็นยางล้อรถยนต์ ประเทศผู้ใช้มากที่สุดในโลกคือ สหรัฐอเมริกา ปีละประมาณ 1.16 ล้านตัน หรือร้อยละ 17 ของปริมาณการใช้ทั่วโลก ผู้ใช้รายใหญ่อันดับสองคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และญี่ปุ่น คือ ปีละประมาณ 0.87 ล้านตัน และ 0.71 ล้านตันตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติของประเทศต่าง ๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2541 (ล้านตัน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	1,001.70	1,003.90	1,001.70	1,044.10	1,157.40
สาธารณรัฐประชาชนจีน	720.00	780.00	810.00	900.00	870.00
ญี่ปุ่น	639.80	692.00	714.50	713.00	707.30
มาเลเซีย	295.20	327.40	357.40	326.90	334.10
เยอรมัน	186.40	211.70	193.00	212.00	248.00
ฝรั่งเศส	179.80	176.00	185.20	192.30	223.00
บราซิล	144.70	155.20	155.00	160.00	168.00
แคนาดา	106.00	121.00	119.00	131.00	148.00
สเปน	115.00	127.60	130.00	147.00	155.00
อิตาลี	100.00	102.20	100.00	117.00	146.00
สหราชอาณาจักร	135.00	118.00	111.00	119.00	142.00
ประเทศอื่น ๆ	2,060.00	2,166.00	2,266.20	2,427.70	2,331.20
รวม	5,680.60	5,980.80	6,140.00	6,490.00	6,630.00
อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)	-	5.28	2.66	5.70	2.16

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ข)

ในสภาพปัจจุบันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2542 การผลิตและการใช้ยางของโลกมีแนวโน้มลดลง หลังจากได้เพิ่มขึ้นสูงสุดในปี พ.ศ. 2540 กล่าวคือยางธรรมชาติผลิตได้ 6.89 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2541 ลดเหลือ 6.61 ล้านตัน ยางสังเคราะห์ในปี พ.ศ. 2540 ผลิตได้ 10.11 ล้านตัน ลดลงเหลือ 10.36 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2541 ส่วนในด้านการใช้นั้น ในปี พ.ศ. 2540 ยางธรรมชาติใช้ไปเพียง 6.58 ล้านตัน เหลือใช้ 310,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2541 ใช้ไป 6.56 ล้านตัน เหลือใช้ 50,000 ตัน สำหรับยางสังเคราะห์ใช้ไปในปี พ.ศ. 2540 จำนวน 10.15 ล้านตัน หรือพอ ๆ กับปริมาณการผลิต ในปี พ.ศ. 2541 ใช้ไป 10.07 ล้านตัน เหลือใช้ 290,000 ตัน สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้การใช้และการผลิตน้อยลง เป็นเพราะวิกฤตการณ์เงินในประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ซึ่งเป็นแหล่งใช้ยางมากที่สุดของโลก ประสบกับปัญหาทางการเงิน มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตทุกอย่างและรายได้ของประชากรโลก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในแถบเอเชียตกต่ำลงทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการรถยนต์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน
ได้รับความกระทบกระเทือนอย่างหนักส่งผลให้ยางธรรมชาติถูกใช้น้อยลง (ชลธิกา, 2542: 5-6)

ในขณะที่ประเทศไทย ปัจจุบันเป็นประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก มีศักยภาพ
การผลิตประมาณปีละ 2,000 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 32 ของการผลิตของโลก ซึ่งทำรายได้
ให้กับประเทศประมาณปีละ 97,000 ล้านบาท และมีอัตราการเพิ่มผลผลิตร้อยละ 7-10 ต่อปี มีเนื้อที่
ปลูกยาง 12 ล้านไร่ กระจายใน 36 จังหวัดทั่วประเทศและเกี่ยวข้องกับชีวิต และความเป็นอยู่ของ
เกษตรกรชาวสวนยางกว่า 1 ล้านครอบครัว หรือกว่า 6 ล้านคน (นิรนาม, 2543) ในปี พ.ศ. 2534
ประเทศไทยสามารถผลิตยางปริมาณ 1.34 ล้านตัน การส่งออกมีปริมาณ 1.23 ล้านตัน ปริมาณ
ยางธรรมชาติที่ใช้ในประเทศมีปริมาณ 0.10 ล้านตัน และสต็อกยางพารามีปริมาณ 0.09 ล้านตัน เมื่อ
เทียบกับปี พ.ศ 2541 ปริมาณการผลิต 2.07 ล้านตัน การส่งออกปริมาณ 1.84 ล้านตัน ปริมาณ
ยางธรรมชาติที่ใช้ในประเทศมีปริมาณ 0.19 ล้านตัน จะเห็นได้ว่ามีปริมาณการผลิตการส่งออก
และปริมาณยางพาราที่ใช้ในประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.85 ร้อยละ 49.38 และร้อยละ 80.76
ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542 (ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
2532	1,178,388	1,100,580	77,601	58,317
2533	1,275,105	1,150,790	99,131	83,696
2534	1,340,596	1,231,945	103,107	89,328
2535	1,530,941	1,412,850	118,371	89,060
2536	1,553,384	1,396,783	130,236	115,561
2537	1,717,861	1,604,964	132,195	96,546
2538	1,804,788	1,635,533	153,159	113,030
2539	1,970,265	1,762,989	173,671	147,669
2540	2,032,714	1,837,148	182,020	159,374
2541	2,075,950	1,839,936	186,379	209,546
2542	2,154,560	1,886,339	226,917	250,850

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับมาเลเซีย และอินโดนีเซียแล้วเห็นได้ว่าไทยมีความสามารถสูงด้านการผลิต รองลงมาเป็นอินโดนีเซียที่มีปริมาณการผลิตประมาณปีละ 1.60 ล้านตัน ในขณะที่มาเลเซียได้ลดความสำคัญด้านนี้ลงจากเดิมเป็นประเทศผู้ผลิตอย่างมากที่สุดในโลก และมีปริมาณการผลิตสูงสุด 1.60 ล้านตัน ลดลงเหลือเพียง 1 ล้านตันในปัจจุบัน ด้านอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางมาเลเซียกับเป็นผู้นำทางด้านนี้ จากในอดีตที่มีปริมาณการใช้ยางในประเทศที่ใกล้เคียงกับไทยและอินโดนีเซียคือประมาณร้อยละ 10 ของการผลิต เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ในปัจจุบันส่งผลให้มาเลเซียเป็นประเทศผู้ใช้อย่างอันดับที่ 5 ของโลก ในขณะที่ไทยและอินโดนีเซียมีอัตราการใช้อย่างในประเทศเพิ่มขึ้นน้อยมาก ส่วนด้านการตลาดนั้นมาเลเซียได้มีการพัฒนาระบบตลาดสู่ระบบสากล คือมีตลาดซื้อขายยางล่วงหน้าแม้ในปัจจุบันการดำเนินงานจะไม่ประสบความสำเร็จก็ตาม แต่ราคายางที่ประกาศของตลาดแห่งนี้มีอิทธิพลต่อราคาของโลกระดับหนึ่ง สวนทางกับไทยและอินโดนีเซียที่ยังไม่มีตลาดซื้อขายล่วงหน้าทั้งที่เป็นประเทศยางหลักของโลก ทำให้ราคายางในตลาดโลกมีอิทธิพลสูงต่อราคายางของไทย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ก) โอกาสที่ประเทศไทยจะหลีกเลี่ยงหรือเร่งแก้ไขปัญหานี้ค่อนข้างจะยาก ทั้งนี้เพราะประเทศไทยไม่มีอำนาจในการตลาดที่เข้มแข็งพอ อีกทั้งปัญหาด้านคุณภาพยางพาราเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ผลิตรายอื่น

สิ่งที่กล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ในอนาคตการผลิตยางพาราของไทยยังเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกอยู่ ซึ่งแนวทางการขยายตลาดส่งออกของไทยนอกจากจะรักษาตลาดหลักเดิมที่สำคัญในการส่งออกแล้วไทยยังต้องแข่งขันขยายตลาดส่งออกใหม่กับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างอินโดนีเซียและประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่น ๆ และยังคงให้ความสำคัญกับการเข้าไปแทนที่ตลาดเดิมของประเทศมาเลเซียที่ลดการส่งออกยางลงมาเป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศแทน กอปรกับโลกมีการใช้อย่างเพิ่มขึ้นร้อยละ 2-3 ต่อปี เท่านั้น การที่ไทยมีปริมาณการผลิตยางมากซึ่งไม่สอดคล้องกับอัตราความต้องการใช้อย่างของโลก และความอ่อนแอของระบบตลาดของไทย รวมทั้งการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ในตลาดโลก ก็ยังแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มราคายางที่ปรับลดลงและลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้ไทยได้รับผลกระทบจากภาวะราคายางตกต่ำที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง (ฉกรรจ์, 2543: 1) ดังนั้นจึงควรศึกษาภาวะการตลาดส่งออกยางพาราธรรมชาติของไทยไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญ ความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ในการส่งออกยางพาราของไทย ตลอดจนสภาพปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบการส่งออก ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการผลิต และขยายตลาดส่งออกยางพาราไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงสถานะการตลาดส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของไทยกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางพาราของไทย และทราบถึงสถานะการส่งออกยางพาราของไทย เพื่อเป็นคู่มือในการขยายตลาดการส่งออกยางพาราของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพตลาดส่งออกยางพาราของไทย ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการส่งออกยางพาราของประเทศไทย เพื่อหาแนวทางแก้ไข
2. ทราบถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ในการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ซึ่งจะเป็แนวทางอันในการกำหนดคู่มือในการขยายตลาดส่งออกยางพาราของไทย
4. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางพาราของประเทศไทย และคู่มือในการขยายตลาดส่งออกให้กว้างขวางขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เน้นศึกษาถึงการส่งออกยางพาราของไทย ที่เกี่ยวข้องกับ การส่งออก และการวิเคราะห์การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางพาราของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยระยะเวลาในการศึกษานี้อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2542 รวมทั้งการวิเคราะห์อุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกของไทยไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542 และทำการศึกษาดตลาดต่างประเทศที่สำคัญ 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสัดส่วนในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศทั้งสาม มีปริมาณมากเป็นอันดับหนึ่ง สอง และสามตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) แบบอนุกรมเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542 เพื่อการศึกษาถึงการส่งออกยางพาราของประเทศไทย และขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งขึ้นไปยังประเทศผู้นำเข้ายางพาราที่สำคัญ โดยเก็บรวบรวมจากเอกสาร รายงานการศึกษาและบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลงานวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่ได้เก็บรวบรวมไว้ เช่น สถาบันวิจัยยาง กรมส่งเสริมการเกษตร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมศุลกากร กรมวิชาการเกษตร องค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการศึกษาสภาวะการส่งออกยางพาราของประเทศไทย เป็นการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) ประกอบตารางเพื่อให้ทราบสภาวะการส่งออกยางพาราของไทยตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนภาวะการตลาดต่างประเทศที่สำคัญของไทย โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่ายในรูปอัตราส่วนหรือร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตในรูปตาราง และแผนภาพประกอบการอธิบาย

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อดูความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดส่งออกยางพาราไทยที่สำคัญ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากน้อยเพียงใด ในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดนำเข้ายางพาราที่สำคัญ

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ยางพาราการส่งออกไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression) และใช้วิธีวิเคราะห์แบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square: OLS) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรของสมการอุปสงค์การส่งออกยางพาราของประเทศไทย

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้นำเสนอการตรวจสอบเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา สมมติฐานของการศึกษา ตลอดจนนำเสนอทฤษฎีและแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยคำดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) ที่ใช้เปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกของพาราของแต่ละประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบในการส่งออก โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2518) ทำการศึกษาความต้องการยางโดยการสร้างแบบจำลองทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานขึ้น เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ อุปทาน และราคาของพารา เพื่อคะแนนสถานการณ์อย่างพาราล่วงหน้า ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2504 ถึงปี พ.ศ. 2519 วิธีการทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ สมการถดถอยพหุคูณ สมการต่าง ๆ ในระบบแบบจำลองประกอบด้วยสมการการผลิต สมการอุปสงค์ การส่งออก สมการอุปสงค์เพื่อการบริโภคภายในประเทศ สมการราคาภายในตลาดนิวยอร์ก และสมการราคาขายส่งยางในตลาดกรุงเทพฯ จากผลการศึกษารูปได้ว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานมีเท่ากับ 0.24 สมการอุปสงค์ส่งออกมีค่าความยืดหยุ่นของราคาเท่ากับ 0.14 สมการราคาภายในตลาดนิวยอร์กมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.95 และพยากรณ์ความต้องการยางและราคาขายส่งสำหรับปี พ.ศ. 2522 ดังนี้ ถ้าสัดส่วนการใช้ยางสังเคราะห์ต่อยางธรรมชาติของโลกกว่า 1 ปีลดลงจากร้อยละ 67.86 เป็น 66.39 หรือประมาณร้อยละ 1.47 ทำให้ราคาขายธรรมชาติในตลาดโลกเพิ่มขึ้น 4.38 เซนต์ต่อปอนด์ ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น 0.63 บาทต่อกิโลกรัม ผลผลิตยางธรรมชาติในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 2,659 ตัน และการบริโภคภายในลดลง 45 ตัน ถ้าปริมาณการส่งออกของโลกลดลงจาก 2,965,000 ตัน ทุก ๆ 10,000 ตัน ทำให้ผลผลิตยางไทยลดลง 627 ตัน การบริโภคเพิ่มขึ้น 11 ตัน เมื่อความต้องการของโลกลดลงทำให้ราคาขายในตลาดนิวยอร์กลดลง 1.03 เซนต์ต่อปอนด์ และราคาขายในตลาดกรุงเทพฯลดลง 0.15 บาทต่อกิโลกรัม ถ้าปริมาณสตีคยางของโลกกว่า 1 ปีเพิ่มขึ้นจาก 929,000 ตัน ทุก ๆ 10,000 ตัน ทำให้ผลผลิตยางไทยลดลง 693 ตัน ปริมาณการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งออกลดลง 734 ตัน การบริโภคเพิ่มขึ้น 13 ตัน ราคาในตลาดนิวยอร์กลดลง 1.21 เซ็นต์ต่อปอนด์ และราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯลดลง 0.17 บาทต่อกิโลกรัม

อนึ่ง ถ้าการบริโภคที่ทำจากยางที่ใช้แล้วกว่า 1 ปี เพิ่มขึ้นจาก 222,500 ตัน ทุก ๆ 10,000 ตัน ทำให้ผลผลิตยางของไทยเพิ่มขึ้น 1,268 ตัน ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 1,347 ตัน การบริโภคลดลง 23 ตัน ราคาในตลาดนิวยอร์กเพิ่มขึ้น 2.22 เซ็นต์ต่อปอนด์ และราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น 0.32 บาทต่อกิโลกรัม

ฉัตรชัย โชตนากร (2524) ทำการวิเคราะห์ความต้องการยางพาราไทย โดยศึกษาข้อมูล ทฤษฎีภูมิเบบอนุกรมเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2500-2501 เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการยางพาราไทยทั้งในและต่างประเทศ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้ ความต้องการยางพาราไทยขึ้นกับราคาภายในประเทศและตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงความแตกต่างของสถานการณ์ความต้องการยางในระยะก่อนและหลังวิกฤตการณ์น้ำมันของโลก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการบริโภคภายในประเทศต่อราคามีค่า 0.82 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่นแสดงให้เห็นว่าในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์การน้ำมัน ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศจะเพิ่มขึ้น 9.2 ตันต่อปี สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกรวมพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของความต้องการต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกค่อนข้างต่ำประมาณ 0.42 ส่วนตัวแปรอัตราส่วนของจำนวนสัตว์เคี้ยวของยางธรรมชาติต่อสัตว์เคี้ยวอื่นที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สมการอุปสงค์การส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นพบว่า ตัวแปรราคาส่งออกและปริมาณส่งเข้ายางพารา (ไม่รวมไทย) เมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ปรากฏว่ามีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และปัจจัยทั้งสองนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นร้อยละ 56 พิจารณาถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกเท่ากับ 1.66 ซึ่งความยืดหยุ่นสูง สมการอุปสงค์ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาพบว่าตัวแปรราคาส่งออกไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรรายได้ต่อหัวของประชากรและแนวโน้มของเวลามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 จากปัจจัยดังกล่าวนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ส่งออกได้ร้อยละ 55 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออก 1.37 ซึ่งเป็นค่าความยืดหยุ่นสูง

สมการอุปสงค์ส่งออกไปยังตลาดลอนดอน พบว่าราคาส่งออกมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนรายได้ต่อหัว ปริมาณการส่งเข้ายางพารา (ไม่รวมไทย) และแนวโน้มของเวลามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนค่าความยืดหยุ่นของราคาส่งออก 0.39 จัดเป็นค่าความยืดหยุ่นต่ำ

จิราภรณ์ สวัสดิ์รักษ์ (2531) ได้วิเคราะห์โครงการศึกษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน เพื่อศึกษาถึงลักษณะเปลี่ยนแปลงราคาของยางพาราในอดีตและแนวโน้มราคาในอนาคต และวิเคราะห์ระบบและราชการมูลภัณฑ์กันชนเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน พบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกของภูมิภาคอาเซียนต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกที่แท้จริงของยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ ต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศอื่นนอกเหนือภูมิภาคอาเซียน และต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของโลก (รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของโลก) ที่ไม่รวมภูมิภาคอาเซียน คำนวณที่ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวมีค่าเท่ากับ -1.07 0.002 -0.30 และ 0.41 ตามลำดับ ความยืดหยุ่นของอุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกของภูมิภาคอาเซียนต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกที่แท้จริงของยางพารา ต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิตยางพาราของภูมิภาคอาเซียน และต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของภูมิภาคอาเซียน คำนวณที่ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวมีค่าเท่ากับ 0.06 0.98 และ -0.10 ตามลำดับ ในกรณีที่การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางพารามีค่าเท่ากับ 1.0 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะต้องเพิ่มขนาดของมูลภัณฑ์กันชนจากระดับที่กำหนดไว้ขององค์การยางธรรมชาติระหว่างประเทศอีก 156,362 ตัน และเพิ่มจำนวนเงินทุนเพื่อใช้รับซื้อยางพารา 214,750,768 ดอลลาร์มาเลเซีย ซึ่งสูงกว่าเงินทุนที่องค์การยางธรรมชาติระหว่างประเทศกำหนดไว้ร้อยละ 22.06 และในกรณีที่การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางพารามีค่าเท่ากับ 1.96 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะต้องเพิ่มขนาดมูลภัณฑ์กันชนอีก 1,012,953 ตัน และเพิ่มจำนวนเงินทุนเพื่อใช้รับซื้อยางพาราอีก 1,514,795,292 ดอลลาร์มาเลเซียซึ่งสูงกว่าเงินทุนที่องค์การยางธรรมชาติระหว่างประเทศกำหนดไว้ร้อยละ 155.61

พรศักดิ์ อรุณศิริพร (2532) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานยางธรรมชาติในประเทศไทย พบความยืดหยุ่นของพื้นที่ที่กรีดยางได้ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งยางแผ่นรมควัน ต่อการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูกกว่า 6 ปี และต่อการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่กรีดยางได้ 1 ปี มีค่าเท่ากับ 0.002, 0.40 และ 0.47 ตามลำดับ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราภายในประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งยางแผ่นรมควันเท่ากับ 1.03 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกไปญี่ปุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งยางแผ่นรมควันเท่ากับ 0.77 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกไปสหรัฐอเมริกาต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งยางแผ่นรมควันเท่ากับ 2.37 สำหรับการศึกษาผลการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีส่งออกลดลงร้อยละ 40 พบว่าพื้นที่ที่กรีดยางพาราได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.21 ระดับราคาขายส่งยางแผ่นรมควันเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.77 อุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกไปญี่ปุ่นและเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.80 และ 20.41 ตามลำดับ ส่วนอุปสงค์ยางพาราภายในประเทศลดลงร้อยละ 9.65

วลี พร้อมปัญญา (2535) การวิเคราะห์เสถียรภาพการส่งออกยางพาราของไทย ได้ศึกษา ลักษณะการขาดเสถียรภาพของราคาและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย วิเคราะห์ระบบและ มาตรการมูลกัณฑ์กันชนเพื่อการรักษาเสถียรภาพการส่งออกยางพาราของไทย ตลอดจนผลกระทบ ของมาตรการมูลกัณฑ์กันชนยางพาราส่งออกที่มีต่อราคาและรายได้ของเกษตรกรชาวสวนยาง พบ ว่าดัชนีความไม่มีเสถียรภาพของราคาส่งออกมากกว่าของปริมาณส่งออก และค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐานของสมการอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกมากกว่าสมการอุปทานยางพาราเพื่อการส่ง ออกยางพารา ดังนั้นการขาดเสถียรภาพของราคาส่งออกยางพาราของไทย จึงเป็นผลมาจากการ เปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทานยางพารา เพื่อการส่งออก

การดำเนินงานตามมาตรการมูลกัณฑ์กันชนยางพาราส่งออก เพื่อให้ราคาส่งออก เคลื่อนไหวอยู่ในขอบเขตของราคาเป้าหมายขั้นสูงและราคาเป้าหมายขั้นต่ำ คือ 23.89 และ 18.85 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับนั้น จำเป็นต้องรวบรวมยางพาราเข้าสต็อกในช่วงที่ราคาส่งออก ยางพาราต่ำ จำนวน 27,833 ตัน โดยใช้เงินทุน 524.65 ล้านบาทต่อปี และในช่วงที่ราคาส่งออก ยางพาราสูง จำเป็นต้องระบายยางพาราออกจากสต็อกจำนวน 12,479 ตัน คิดเป็นรายได้ 298.12 ล้านบาทต่อปี ซึ่งการดำเนินงานตามมาตรการมูลกัณฑ์กันชนนี้จะทำให้เกษตรกรชาวสวนยางมีรายได้ เพิ่มขึ้น 44.11 ล้านบาทต่อปีจากกรณีที่ไม่มีการดำเนินงานตามมาตรการมูลกัณฑ์กันชนยางพารา

สมมติฐานของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้คือ

1. ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งจะอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใน การส่งออกยางพารา ซึ่งมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1
2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (หมายถึง ปริมาณเงินบาทของประเทศผู้ส่งออก ต่อเงินตราของประเทศผู้นำเข้า) คาดว่าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่าง ประเทศกับอุปสงค์การส่งออกยางพาราจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยน เงินตราสูงขึ้น อุปสงค์การส่งออกยางพาราจะสูงขึ้นด้วย และในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราแลกเปลี่ยน เงินตราลดลง อุปสงค์การส่งออกยางพาราจะลดลงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ราคาส่งออกที่แท้จริงไปยังประเทศผู้นำเข้า โดยการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกที่แท้จริง คาดว่าความสัมพันธ์จะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออก กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออก ยางพาราของไทยสูงขึ้น อุปสงค์ในการส่งออกยางพาราของไทยจะลดน้อยลง และในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาส่งออกลดต่ำลง อุปสงค์การส่งออกยางพาราของไทยก็จะเพิ่มสูงขึ้น

4. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศผู้นำเข้า การเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อคน ของประชากรประเทศผู้นำเข้าคาดว่าความสัมพันธ์จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ส่งออก ยางพาราของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า กล่าวคือ ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศผู้นำเข้า ยางพาราสูงขึ้น อุปสงค์การส่งออกยางพาราไทยก็จะมากขึ้น และในทางตรงกันข้าม ถ้ารายได้ เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศผู้นำเข้ายางพาราลดลง อุปสงค์การส่งออกยางพาราไทยก็ลดลงด้วย

5. ช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยการเปลี่ยนแปลงของช่วงการเกิดวิกฤติทาง เศรษฐกิจ คาดว่าความสัมพันธ์จะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออก กล่าวคือ ถ้า เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจขึ้น อุปสงค์การส่งออกยางพาราของไทยก็จะลดลง และในทางตรงกันข้าม ถ้าไม่มีช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ อุปสงค์การส่งออกยางพาราของไทยก็เพิ่มขึ้น

แนวคิดทางทฤษฎี

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาการส่งออกโดยอาศัยทฤษฎี และแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้ระบบเศรษฐกิจ แบบเสรีจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดเมื่อการผลิต และการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐาน ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจประเทศนั้น ๆ (เกษร, 2538: 38)

แนวความคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศนั้น มีผู้ได้พยายามอธิบายไว้ มากมายในยุคของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อדם สมิท (Adam Smit) ได้เสนอแนวความคิดว่า การค้าระหว่างประเทศสองประเทศเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ นั่นคือถ้าประเทศสอง ประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิต

มากกว่าหรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ แล้วนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) มีข้อสมมติฐานเบื้องต้นในลักษณะที่ชัดเจนกว่าทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์ของอดัม สมิท (Adam Smit) โดยริคาร์โด ได้เน้นสภาพทางการค้าภายใต้การค้าเสรีว่า แต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้า ซึ่งสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และแต่ละประเทศจะส่งสินค้าที่ผลิตแล้วมีต้นทุนโดยเปรียบเทียบในการผลิตสูงกว่าเป็นสินค้าเข้าแทน นั่นคือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบถูกกำหนดโดยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ ในระยะแรกๆ การค้าในระบบเศรษฐกิจเปิด และมีการแข่งขันโดยเสรีนั้น ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศในสินค้าใดจะขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตต่างๆ ในประเทศนั้น ซึ่งประเมินออกมาในรูปของราคาตามทฤษฎีของเฮคเชอร์-โอห์ลิน (Hechcher-Ohlin) และผลของการค้าระหว่างประเทศ จะทำให้ราคาของปัจจัยการผลิตเท่ากันระหว่างประเทศต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการทดแทนและเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตในประเทศ และในที่สุดการผลิตสินค้าที่มีการค้าระหว่างประเทศสัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิตจะต้องอยู่ภายใต้ผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ ลักษณะการจ้างงานต้องเป็นการจ้างงานเต็มที่ ในประเทศที่มีการใช้แรงงานต่ำทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตที่เน้นการใช้แรงงาน ซึ่งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถวัดได้โดยการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ศรีวงศ์และสาลินี, 2542) โดยมีสูตรดังนี้

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

โดยกำหนดให้

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า k ของประเทศ i ในประเทศ w

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ w

k = ยางพาราธรรมชาติ

i = ประเทศผู้ส่งออกต่างๆ ที่ทำการผลิตยางพารา

w = ประเทศผู้นำเข้ายางพาราที่สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่ได้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของ RCA ได้ดังนี้คือ

ถ้าค่า RCA_{ik} มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ และประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้า k ไปยัง w เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

ถ้าค่า RCA_{ik} น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตสินค้า k เมื่อเทียบกับประเทศอื่น และประเทศ i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยัง w เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ

ข้อจำกัดของทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สำคัญ คือ ไม่ได้บอกความสามารถที่เกิดขึ้นนั้นเนื่องมาจากปัจจัยใด และถ้าประเทศใดมีค่า RCA มากกว่า 1 ก็จะแสดงให้เห็นว่ามีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้านั้น ๆ แต่ไม่สามารถระบุแน่ชัดไปได้ว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

แนวคิดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดย ไมเคิล พอลเทอร์ (Michael Porter) ซึ่งทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นการพิจารณาความได้เปรียบด้านต้นทุน การผลิตสินค้าจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศอย่างอุดมสมบูรณ์ แต่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะพิจารณาปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วย เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น พอลเทอร์ เห็นว่าความได้เปรียบด้านการแข่งขันมีความสำคัญมากกว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Balassa, 1979) โดยปัจจัยที่จะกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศมีอยู่ 4 กลุ่มดังนี้

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (factor conditions) ปัจจัยการผลิตในที่นี้แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐานหมายถึง การผลิตที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ภายในประเทศ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานที่ไม่มีทักษะและแรงงานกึ่งมีทักษะ ส่วนปัจจัยขั้นสูงหมายถึง ปัจจัยการผลิตที่มีการสร้างขึ้นใหม่หรือพัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ระบบโครงสร้างที่ทันสมัย แรงงานที่ได้รับการฝึกอบรมในระดับสูง เช่น วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ เป็นต้น โดยที่ความแตกต่างของปัจจัยทั้งสองประเภทนี้อยู่ที่ระดับของการพัฒนา คือ ปัจจัยพื้นฐานได้รับการพัฒนาไม่มากนัก แต่ปัจจัยขั้นสูงได้รับการพัฒนาพอสมควร โดยที่ความได้เปรียบด้านการแข่งขันจากปัจจัยพื้นฐานไม่ถาวร เพราะสามารถหาสิ่งอื่นทดแทนได้จากในประเทศเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือจากประเทศอื่น ๆ ส่วนปัจจัยขั้นสูงมีความยากมากกว่าที่จะพัฒนาให้ทดแทนในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งความได้เปรียบในส่วนนี้จะทำให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้มากขึ้น

2. สภาพอุปสงค์ในประเทศ (demand conditions) อุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศ จะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ และทำให้เกิดความชำนาญในการผลิตสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะสามารถแข่งขันกับสินค้าในตลาดโลกได้เพิ่มขึ้น

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ (related and supporting industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน อุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ ทั้งนี้เพราะจะทำให้มีการพัฒนารผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจะมีความเชื่อมโยงกันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิต ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น

4. กลยุทธ์ของสถานประกอบการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (firm strategy structure and rivalry) การจัดโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมกับบริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพในบริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และรูปแบบตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

โดยที่ทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นนั้นเป็นสิ่งที่กำหนดให้เกิดความได้เปรียบด้านแข่งขันในตลาดต่างประเทศ โดยในที่นี้จะพิจารณาเปรียบเทียบกับลักษณะการผลิตยางพาราเพื่อการส่งออกของไทย เพื่อดูแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคยินดีและสามารถซื้อในระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาและสถานที่หนึ่ง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ อุปสงค์จึงเป็นความ

สัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า (วันรักษ์, 2541) ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นไปตามกฎอุปสงค์ (law of demand) ซึ่งมีอยู่ 2 ข้อดังนี้

กฎข้อที่หนึ่ง กล่าวว่า สินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลง ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นลดต่ำลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จะมีลักษณะลดต่ำลงจากซ้ายไปขวาและมีความชันเป็นลบ

กฎข้อที่สอง กล่าวว่า เมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปในระยะยาว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภค จะเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าในระยะสั้น กล่าวคือ ถ้าให้เวลามากขึ้นโอกาสที่ผู้บริโภคจะใช้สินค้าและบริการชนิดนั้น ทดแทนสินค้าและบริการชนิดอื่น หรือหันไปใช้สินค้าและบริการชนิดอื่นแทนสินค้าชนิดนั้นมีมากขึ้น ดังนั้นเส้นอุปสงค์ในระยะสั้นจึงมีความชันมากกว่าเส้นอุปสงค์ในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆซึ่งมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (quantity demand) เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป จะกล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อโดยทั่วไปถ้าราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นราคาสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง คือ ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2. รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วเมื่อรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือ มักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูกลง และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง เพราะมีอำนาจในการซื้อสูง

3. รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งรสนิยมอาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา เช่น เสื้อผ้า ภาพยนตร์ เทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รถยนต์ แบบบ้านที่อยู่อาศัย ฯลฯ สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และอิทธิพลของการโฆษณา การเปลี่ยนแปลงรสนิยมอาจก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางธุรกิจการค้าและส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้า ซึ่งหน่วยธุรกิจมักจะยอมลงทุนในการโฆษณาสูง เพื่อหวังผลการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อตามปกติ ความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคอาจบริโภคสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นเพิ่มขึ้น

5. จำนวนผู้บริโภค ตามปกติเมื่อจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น มีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มจำนวนประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจในการซื้อสินค้ามากขึ้น

6. ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เช่น การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต ฤดูกาล เป็นต้น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

โดยทั่วไป อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการแต่ละชนิดจะสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์หรือปริมาณซื้อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าว เรียกว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

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

$$E_{pi} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ (Q)}_i}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า (P)}_i}$$

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

$$E_{yi} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า (Q)}_i}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค (y)}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น (elasticity of cross demand or cross elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้า Y สามารถแสดงเป็นสูตร ดังนี้

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

ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่าง ๆ กัน และแต่ละค่าจะแสดงให้เห็นว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใด มีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ที่มีค่าสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะได้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งเราสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า ปริมาณอุปสงค์จะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับ 0
2. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์น้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ กล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1
3. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) ซึ่งค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 1 หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์
4. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ดังนั้น ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่าค่าอนันต์ (infinity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากที่สุด หรือมีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) ในที่นี้ค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับค่าอนันต์

แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ของอุปสงค์ส่งออกยางพาราไทย

การศึกษาในครั้งนี้ได้สังเกตเห็นความสำคัญของยางพาราที่มีมูลค่าการส่งออกเกินกว่า 40 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2542 ดังนั้นการศึกษาถึงปริมาณการส่งออกยางพาราไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ จึงเป็นสิ่งที่ควรจะได้รับความสะดวก เพราะจะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อประเทศไทยในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งออกต่อไป ทั้งนี้เพื่อที่จะขยายปริมาณการส่งออกยางพาราให้มากขึ้นนั่นเอง โดยมีสมการดังต่อไปนี้

$$Qd_{it} = f(P_{it}/WPI_t, Y_{it}/CPI_t, Ex_{it}, D_t)$$

โดยกำหนดให้

Qd_{it}	=	ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศ i ปีที่ t (ตัน)
P_{it}	=	ราคาส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศ i ปีที่ t (บาทต่อกิโลกรัม)
Y_{it}	=	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศ i ปีที่ t (เงินตราของประเทศ i ต่อคน)
Ex_{it}	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทยต่อเงินตราของประเทศ i (บาทต่อเงินตราของประเทศ i)
D_t	=	การเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในปีที่ t
WPI_t	=	ดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทยปีที่ t
CPI_t	=	ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i ปีที่ t
i	=	1. ประเทศญี่ปุ่น 2. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน 3. ประเทศสหรัฐอเมริกา

โดยคาดว่าปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าจะขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ และมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

รูปแบบของฟังก์ชันในการวิเคราะห์

รูปแบบของฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกของพาราของไทไปญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา มี 3 แบบดังนี้

1 ฟังก์ชันอุปสงค์แบบเส้นตรง (linear demand function)

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

2 ฟังก์ชันอุปสงค์แบบกึ่งล็อก (semi-log demand function)

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

3 ฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่ (double-log demand function)

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

โดยกำหนดให้

$$Y_t = \text{ตัวแปรตามปีที่ } t$$

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

$$a = \text{ค่าคงที่}$$

$$b_i = \text{ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระชนิดที่ } i$$

$$U_t = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน}$$

ในการเลือกสมการการส่งออกพาราที่เหมาะสมที่สุดนั้น จะทำการวิเคราะห์สมการ ปริมาณการส่งออกพาราในรูปแบบทั้งสาม แล้วเลือกมาเพียงรูปแบบที่ดีที่สุดรูปแบบเดียว เพื่อทำการสรุปผล โดยยึดหลักทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ จากการพิจารณาเครื่องหมายสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระและจะใช้หลักการพิจารณาทางสถิติ ซึ่งปกติใช้ค่าทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรอิสระ (serial correlation) นอกจากนี้ยังพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดค่า (coefficient of determination: R^2) เป็นตัวเปรียบเทียบ หรืออาจพิจารณาได้จากค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard deviation of estimate: SE) รวมทั้งยังจะต้องคำนึงถึงปัญหาทางเศรษฐมิติอื่น ๆ ด้วย เช่น ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity) ปัญหา สัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ (t-value) และปัญหาที่เกี่ยวกับเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระ เป็นต้น

บทที่ 3

สภาวะการส่งออกยางพาราของไทย

เนื้อหาของบทนี้กล่าวถึงสภาวะการส่งออกยางพาราของไทย ตลาดยางพาราต่างประเทศ ตลาดยางส่งออกยางพาราที่สำคัญ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของการส่งออกยางพารา บทบาทของรัฐบาลไทยต่อการส่งเสริมด้านการส่งออกยางพาราของไทย พร้อมทั้งองค์การยาระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก

การส่งออกยางพาราของไทย

ประเทศไทยมีการใช้ยางพาราภายในประเทศเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 92 จะถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ข) ดังนั้นสภาวะการตลาดยางของไทยจึงต้องขึ้นอยู่กับภาวะการณ์ตลาดของโลกเป็นสำคัญ โดยส่วนใหญ่จะส่งไปในรูปสินค้าขั้นปฐม (primary product) คือ ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet: RSS) ยางแท่ง (Thai Tested Rubber: TTR) น้ำยางข้น (Concentrate Latex) และยางอื่น ๆ โดยในช่วงที่ผ่านมาจะพบว่า การส่งออกยางแท่งมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นในขณะที่การส่งออกยางชนิดอื่น ๆ จะมีสัดส่วนลดลง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ซื้อและผู้ใช้อย่างส่วนใหญ่หันมาใช้ยางแท่งมากขึ้น เพราะสามารถควบคุมและตรวจสอบคุณภาพยางได้ชัดเจนกว่า (ตารางที่ 4) โดยมีผู้นำเข้ายางจากไทยรายใหญ่ คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ประชาคมยุโรป (ตารางที่ 5)

ประเภทของยางพาราที่ส่งออกของไทย

ยางพาราไทยที่จำหน่ายในตลาดโลกจำแนกได้เป็น 4 ชนิด คือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และอื่น ๆ

1. ยางแผ่นรมควัน การส่งออกยางธรรมชาติของไทยส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532-2542 มีการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในปี พ.ศ. 2532 มีการส่งออกยางแผ่นรมควัน 909,395 ตัน ส่วนในปี พ.ศ. 2542 มีการส่งออกถึง 1,071,490 ตัน ยางแผ่นรมควันสามารถนำมาแปรรูปเป็นยางจำพวกยางรถ ยางเครื่องบิน ท่อยาง ยางรัดของ และสายพานตัววี (ตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ยางแท่ง ปริมาณการส่งออกยางแท่งนั้น เป็นอันดับสองรองจากการส่งออกยางของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532-2542 มีการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในปี พ.ศ. 2532 มีการส่งออกยางแท่ง 131,037 ตัน ส่วนในปี พ.ศ. 2542 มีการส่งออกมากถึง 540,991 ตัน ยางแท่งสามารถแปรรูปเป็นยางจำพวกยางรถยนต์ ยางเครื่องบิน และยางรัดของต่าง ๆ (ตารางที่ 4)

3. น้ำยางข้น ปริมาณการส่งออกน้ำยางข้น เป็นอันดับสามรองจากยางแผ่นรมควันและยางแท่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532-2542 มีการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในปี พ.ศ. 2532 มีการส่งออกน้ำยางข้น 26,440 ตัน ส่วนในปี พ.ศ. 2542 มีการส่งออกถึง 267,727 ตัน น้ำยางข้นสามารถแปรรูปเป็นถุงมือยาง ถุงยางอนามัย เส้นยางยืด เบาะพองน้ำ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และอื่น ๆ (ตารางที่ 4)

4. อื่น ๆ คือ ยางแผ่นผึ่งแห้ง ยางเครพ ยางสกิม ยางแผ่นดิบ ปริมาณการส่งออกยางอื่น ๆ นั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532-2542 มีการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในปี พ.ศ. 2532 มีการส่งออกยางประเภทอื่น ๆ 33,698 ตัน ส่วนในปี พ.ศ. 2542 มีการส่งออกถึง 57,013 ตัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยแยกตามประเภทยางปี พ.ศ. 2532-2542 (ตัน)

ปี พ.ศ.	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2532	90,995	131,047	26,440	33,698	1,100,580
2533	938,025	136,509	46,160	30,096	1,150,790
2534	977,073	151,024	61,076	42,773	1,231,946
2535	1,068,943	239,178	69,106	35,623	1,415,850
2536	985,279	223,484	137,301	50,719	1,396,783
2537	1,106,098	299,467	131,888	67,511	1,604,964
2538	1,086,865	316,111	169,109	63,448	1,635,533
2539	1,180,181	324,311	202,869	55,629	1,762,990
2540	1,095,210	456,457	225,111	60,370	1,837,148
2541	1,047,152	480,222	246,438	65,595	1,839,396
2542	1,055,065	540,869	216,727	57,214	1,869,875

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบการจำหน่ายยางพาราไปยังต่างประเทศ

ในการขายไปยังตลาดต่างประเทศนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้อ ซึ่งรูปแบบในการขายไปยังต่างประเทศนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ (สุรินทร์และกิตติ, 2538) คือ การขายเพื่อการส่งมอบสินค้าจริง (physical trading) และการขายเพื่อการเก็งกำไร (speculative trading) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การขายเพื่อการส่งมอบจริง (physical trading)

ในการขายลักษณะนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายต้องเป็นที่รู้จักและเชื่อถือของผู้ซื้อและตลาด โดยทั่วไปจะต้องเป็นที่ยอมรับกันในหมู่ผู้ซื้อขายยาง ซึ่งการขายในรูปแบบนี้จะมีทั้งการขายส่งมอบทันทีหรือระยะใกล้ ๆ (nearby shipment) คือการส่งมอบภายใน 1 เดือน และการขายเพื่อส่งมอบในระยะยาว (forward shipment) โดยส่งมอบภายในเวลาตั้งแต่ 2-6 เดือน ซึ่งราคาซื้อขายขึ้นอยู่กับความตกลงกันระหว่างผู้ซื้อขายในแต่ละช่วงเวลา ณ สภาพตลาดในขณะนั้น

การขายเพื่อเก็งกำไร (speculative trading)

การขายลักษณะนี้ไม่มุ่งเพื่อการส่งมอบจริง แต่เป็นการซื้อขายเพื่อหวังทำกำไรจากส่วนต่างของราคา ณ ช่วงเวลาที่ต่างกัน โดยการซื้อขายกันในตลาดล่วงหน้าต่าง ๆ เช่น ตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ (SICOM) ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TRE) เป็นต้น ในการซื้อขายจำเป็นต้องดำเนินการส่งคำสั่งซื้อขาย (order) ผ่านนายหน้า (broker) ที่เป็นสมาชิกของแต่ละตลาด (commodity exchange)

ตลาดยางพาราต่างประเทศ

ตลาดยางพาราต่างประเทศ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ตลาดต้นทาง (primary markets) หมายถึง ตลาดที่ตั้งขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ผลิตเป็นสำคัญ โดยตลาดนี้จะตั้งอยู่ในประเทศที่เป็นแหล่งผลิตของยางพารา โดยปัจจุบันมีตลาดกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย (Kuala Lumpur Commodity Exchange: KLCE) และตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ (Singapore Commodity Exchange: SICOM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตลาดปลายทาง (terminal markets) หมายถึง ตลาดที่ตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่าง โดยตลาดจะตั้งขึ้นในประเทศที่เป็นผู้ใช้อย่างสำคัญของโลก เช่น ตลาดนิวยอร์ก (New York Commodity Exchange: NYCE) ตลาดลอนดอน (London Commodity Exchange: LCE) ตลาดลวงหน้าโตเกียว (Tokyo Rubber Exchange: TRE) และตลาดลวงหน้าโกเบ (Kobe Rubber Exchange: KRE)

ในปัจจุบัน รูปแบบการดำเนินการซื้อขายโดยตรง (direct trade) เป็นรูปแบบที่มีการใช้กันเป็นส่วนใหญ่ โดยจะเป็นการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง ซึ่งวิธีการซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อกันทางโทรศัพท์ โทรสาร เทเล็กซ์ เป็นต้น โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมีความสัมพันธ์กันและรู้จักกันอย่างดี และความเชื่อถือซึ่งกันและกันเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งโดยทั่วไป สัญญาการซื้อขาย (contract) จะเป็นที่ยอมรับกันของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยทั่วไปจะใช้รูปแบบสัญญาของสมาคมยางพาราแห่งประเทศไทยสิงคโปร์ (Rubber Association of Singapore: RAS) เป็นเกณฑ์และจะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนข้างจะเข้มงวดโดยผู้ซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบ (สุรินทร์และกิตติ, 2538)

ตลาดกลางที่สำคัญของโลกมี 6 ตลาด คือ ตลาดมาเลเซีย สิงคโปร์ ลอนดอน นิวยอร์ก โตเกียว และโกเบ ตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานานและได้รับความเชื่อถือ ในฐานะเป็นแหล่งซื้อขายระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้อย่าง ทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ปรากฏว่าปัจจุบันทั่วโลกมียางซื้อขายผ่านตลาดกลางประมาณร้อยละ 30 เท่านั้น ที่เหลือเป็นการซื้อและขายโดยตรงระหว่างผู้ซื้อ ซึ่งมักเป็นโรงงานผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์ หรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ กับผู้ส่งออกยางพารา สภาพดังกล่าวทำให้ตลาดลอนดอน และ นิวยอร์กซึ่งเคยเป็นตลาดสำคัญสำหรับการซื้อขายยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ซบเซาลง ส่วนตลาดญี่ปุ่นมีการซื้อขายยางโดยการส่งมอบจริงค่อนข้างน้อยประมาณร้อยละ 15 ส่วนใหญ่ร้อยละ 85 จะมุ่งไปในด้านการซื้อขายเพื่อเก็งกำไร อย่างไรก็ตาม ตลาดดังกล่าวก็ยังมีอิทธิพลต่อการซื้อขายยางของประเทศไทย เพราะยางของไทยส่วนใหญ่ จะส่งไปตลาดญี่ปุ่น ในขณะที่ตลาดมาเลเซีย ซึ่งเคยเป็นตลาดของผู้ผลิตยางส่งออกอันดับหนึ่ง ในช่วง 2 ปีมานี้ ไม่มีผู้เข้ามาซื้อขายผ่านตลาดนี้ จึงดำเนินการเพียงแค่เสนอราคาซื้อขายให้ทราบเป็นประจำวัน (ไววุฒิและเวท, 2539)

ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของประเทศไทย

ยางพาราเกือบร้อยละ 70 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ข) จะถูกส่งออกไปยังประเทศที่พัฒนาแล้วตลาดที่มีการส่งออกยางพารามากที่สุด คือประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ และมีคู่แข่งที่สำคัญคือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สาเหตุที่นักลงทุนชาวต่างประเทศใช้ประเทศไทยเป็นฐานการส่งออกยางพาราไปประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศไทยมีอัตราการใช้จ่ายในประเทศเพิ่มขึ้นน้อยมาก ส่วนตลาดมาเลเซีย ได้มีการพัฒนาระบบการตลาดสู่ระบบสากล คือมีตลาดซื้อขายยางล่วงหน้าแม้ในปัจจุบันการดำเนินงานจะไม่ประสบความสำเร็จก็ตาม แต่ราคาที่ยังไม่มีการซื้อขายล่วงหน้า ทั้งที่เป็นประเทศส่งออกยางพาราหลักของโลก ทำให้ราคาภายในตลาดโลกมีอิทธิพลสูงต่อราคาภายในประเทศ โดยเฉพาะไทยจึงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศสนใจเข้ามาร่วมลงทุน กับผู้ประกอบการของไทย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะตลาดญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา โดยจะกล่าวถึงตลาดส่งออกที่สำคัญยางพาราของประเทศไทย เพื่อทราบถึงภาวะการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ในตลาดประเทศคู่ค้าที่สำคัญ แล้วจึงกล่าวถึงภาพรวมของการนำเข้ายางพาราทั้งหมด ของประเทศเหล่านี้ทั้งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อทราบถึงความต้องการยางพาราและภาวะการแข่งขันในประเทศเหล่านี้

ด้านการส่งออกยางพาราของไทยมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จากปี พ.ศ. 2537 ซึ่งมีปริมาณเท่ากับ 1,604,963 ตัน เป็น 1,869,875 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.66 (ตารางที่ 5) เมื่อพิจารณาในตลาดส่งออกยางพาราของประเทศ โดยใช้ข้อมูลปริมาณการส่งออกเฉลี่ยยางพาราของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2542 พบว่าตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด 3 ตลาดแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา

ญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกยางพาราของประเทศไทยที่มีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2537-2542 มากเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อพิจารณาปริมาณการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น ลดลงจาก 521,742 ตัน ในปี พ.ศ. 2537 เป็น 509,452 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 โดยมีอัตราการขยายตัว เฉลี่ยลดลงร้อยละ 1.97 ต่อปี (ตารางที่ 5) ในด้านสัดส่วนการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ลดลงจากร้อยละ 32.51 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 27.25 ของปริมาณการส่งออกยางพาราทั้งหมด ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ตลาดส่งออกยกยวที่สำคัญ 10 อันดับแรกของไทย (ตัน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2537	2538	2539	2540	2541	2542
ญี่ปุ่น	521,742	561,766	529,923	563,196	499,630	509,452
อัตราการขยายตัว ¹		7.67	(5.67) ²	6.28	(11.28)	1.97
สาธารณรัฐประชาชนจีน	235,802	150,316	382,580	299,923	237,643	533,475
อัตราการขยายตัว		(36.25)	154.52	(21.61)	(20.77)	124.49
สหรัฐอเมริกา	214,759	231,858	17,435	239,595	280,355	236,286
อัตราการขยายตัว		7.96	(24.80)	37.42	17.01	(15.72)
มาเลเซีย	104,990	108,404	110,982	131,737	179,377	154,254
อัตราการขยายตัว		3.25	2.38	18.70	36.16	(14.01)
เกาหลีใต้	100,277	95,758	101,682	122,395	122,582	157,215
อัตราการขยายตัว		(4.51)	6.19	20.37	0.15	28.25
ฝรั่งเศส	60,193	61,720	61,749	51,944	57,317	58,004
อัตราการขยายตัว		2.54	0.05	(15.88)	10.34	1.20
ฮ่องกง	50,947	49,704	59,586	59,185	53,946	56,142
อัตราการขยายตัว		(2.44)	19.88	(0.67)	(8.85)	4.07
สิงคโปร์	38,480	49,506	47,990	46,675	73,184	68,946
อัตราการขยายตัว		28.65	(3.06)	(2.74)	56.80	(5.79)
สเปน	43,310	45,824	43,917	49,620	47,085	45,090
อัตราการขยายตัว		5.81	(4.16)	12.99	(5.11)	(4.27)
ประเทศอื่น ๆ	234,463	280,677	250,229	272,880	288,318	351,011
อัตราการขยายตัว		19.71	(10.85)	9.05	5.66	21.74
รวม	1,604,963	1,635,533	1,762,989	1,837,150	1,839,397	1,869,875
อัตราการขยายตัว		1.91	7.79	4.21	0.12	1.66

หมายเหตุ¹ อัตราการขยายตัว มีหน่วยเป็นร้อยละ

² ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าติดลบ

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 สัดส่วนของปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2542

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2537	2538	2539	2540	2541	2542
ญี่ปุ่น	32.51	34.35	30.06	30.67	27.16	27.25
สาธารณรัฐประชาชนจีน	14.69	9.19	21.70	16.33	12.92	12.49
สหรัฐอเมริกา	13.38	14.18	9.89	13.04	15.24	12.64
มาเลเซีย	6.54	6.63	6.30	7.17	9.75	8.25
เกาหลีใต้	6.25	5.86	5.77	6.66	6.66	8.41
ฝรั่งเศส	3.75	3.77	3.50	2.83	3.12	3.10
ฮ่องกง	3.17	3.04	3.38	3.22	2.93	3.00
สิงคโปร์	2.40	3.03	2.72	2.54	3.98	3.69
สเปน	2.70	2.80	2.49	2.70	2.56	2.41
ประเทศอื่น ๆ	14.61	17.16	14.19	14.85	15.68	18.77

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 5)

สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นตลาดการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ที่มีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2537-2542 มากเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาปริมาณการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนลดลงจาก 235,802 ตัน ในปี พ.ศ. 2537 เป็น 233,475 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.75 ต่อปี (ตารางที่ 5) ในด้านสัดส่วนการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ลดลงจากร้อยละ 14.69 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 12.49 ของปริมาณการส่งออกยางพาราทั้งหมดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 6)

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกยางพาราของประเทศไทยที่มีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2537-2542 มากเป็นอันดับที่ 3 เมื่อพิจารณาการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจาก 214,759 ตัน ในปี พ.ศ. 2537 เป็น 236,286 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยลดลงร้อยละ 15.72 ต่อปี (ตารางที่ 5) ในด้านสัดส่วนการส่งออกยางพาราจากประเทศไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงจากร้อยละ 13.38 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 12.64 ของปริมาณการส่งออกยางพาราทั้งหมดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของตลาดส่งออกยางพาราจากประเทศไทย 3 ประเทศ จากสัดส่วนครองตลาดปริมาณส่งออกยางพาราจากไทย พบว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่มีความสามารถในการส่งออกสูงที่สุด เนื่องจากมีสัดส่วนครองตลาดปริมาณการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยสูงที่สุดถึงร้อยละ 27.25 ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดส่งออกที่มีความสามารถในการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากมีสัดส่วนครองตลาดมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนครองตลาดร้อยละ 12.49 ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวที่สูง ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่มีความสามารถในการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 3 เนื่องจากมีสัดส่วนครองตลาดอยู่เพียงร้อยละ 12.64 ในปี พ.ศ. 2542 และมีการขยายตัวในการส่งออกที่ต่ำ (ตารางที่ 6)

ตลาดนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ายางพาราจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีแนวโน้มลดลงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้ายางพาราลดลงจาก 102.88 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 58.90 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2542 โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยมากที่สุด มีแนวโน้มลดลงจาก 79.05 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2538 เป็นร้อยละ 43.45 ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้ายางพาราลดลง (ตารางที่ 7)

นอกจากประเทศญี่ปุ่นจะนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังนำเข้ายางพาราจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย แนวโน้มการนำเข้ายางพาราจากประเทศมาเลเซียของประเทศญี่ปุ่น มีแนวโน้มลดลงจาก 10.67 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 2.79 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าของยางพาราลดลง (ตารางที่ 7)

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ญี่ปุ่นนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศมาเลเซีย มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศอินโดนีเซียมีค่าความต้องการนำเข้าขึ้น ๆ ลง ๆ โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 10.43 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 20.36 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2542 และมีค่าลดลงจาก 20.35 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2540 เป็น 11.16 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้ายางพาราเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 7)

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่ญี่ปุ่นนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับ 4 รองจากประเทศอินโดนีเซีย มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศสิงคโปร์ มีค่าความต้องการนำเข้าลดลงจาก

1.23 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 0.54 พันล้านเยน ในปี พ.ศ.2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 มูลค่าของการนำเข้าของพาราของประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (พันล้านเยน)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	79.05	81.64	74.97	57.13	43.45
อัตราการขยายตัว ¹		3.27	(8.16) ²	(23.80)	(23.95)
มาเลเซีย	10.67	9.97	8.99	5.32	2.79
อัตราการขยายตัว		(6.54)	(9.89)	(40.79)	(47.64)
อินโดนีเซีย	10.43	20.68	20.35	12.10	11.16
อัตราการขยายตัว		98.30	(1.59)	(40.55)	(7.76)
สิงคโปร์	1.23	1.34	1.20	1.05	0.54
อัตราการขยายตัว		9.12	(10.30)	(12.40)	(49.19)
เวียดนาม	0.54	0.59	0.56	0.38	0.36
อัตราการขยายตัว		9.02	(6.25)	(31.35)	(5.25)
ประเทศอื่น ๆ	0.96	1.54	1.53	1.32	0.61
อัตราการขยายตัว		59.98	(0.59)	(13.86)	(53.64)
รวม	102.88	115.76	107.60	77.30	58.90
อัตราการขยายตัว		12.52	(7.05)	(28.16)	(23.80)

หมายเหตุ ¹ อัตราการขยายตัว มีหน่วยเป็นร้อยละ

² ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าติดลบ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2543ก)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้าของพาราของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศต่าง ๆ ทั้ง 4 ประเทศนั้น พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าสูงสุด เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการตลาดนำเข้าของพาราในประเทศญี่ปุ่นสูงที่สุดถึงร้อยละ 73.77 ในปี พ.ศ. 2542 และขยายตัวเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในด้านมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัว ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้ายางพารา รองลงมาจากประเทศไทย แต่มีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพาราเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศอินโดนีเซีย คือมีมูลค่าร้อยละ 4.73 ในปี พ.ศ. 2542 ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดร้อยละ 18.95 ในปี พ.ศ. 2542 แต่มีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศมาเลเซีย ส่วนประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความสามารถรองจากไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดเพียงร้อยละ 0.61 ในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	76.84	70.52	69.68	73.90	73.77
มาเลเซีย	10.37	8.62	8.35	6.88	4.73
อินโดนีเซีย	10.14	17.86	18.91	15.65	18.95
สิงคโปร์	1.19	1.16	1.12	1.36	0.91
เวียดนาม	0.53	0.51	0.52	0.49	0.61
ประเทศอื่นๆ	0.935	1.33	1.42	1.71	1.04
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 7)

ตลาดนำเข้าของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ายางพาราจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีแนวโน้มลดลงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 โดยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ายางพาราลดลง จาก 423.55 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 282.33 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 โดยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยมากที่สุดให้มีแนวโน้มลดลงจากการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

211.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2538 เป็น 159.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 มูลค่าของการนำเข้าทางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	211.23	443.08	283.44	203.98	159.39
อัตราการขยายตัว ¹		109.78 ¹	(36.03) ²	(28.03)	(21.86)
มาเลเซีย	93.73	132.35	54.72	49.78	56.01
อัตราการขยายตัว		41.20	(58.65)	(9.04)	12.52
อินโดนีเซีย	58.70	81.08	39.30	26.86	29.71
อัตราการขยายตัว		38.14	(51.53)	(31.65)	10.59
ฟิลิปปินส์	2.91	10.42	7.06	3.60	5.17
อัตราการขยายตัว		258.55	(32.21)	(48.99)	43.39
ไต้หวัน	10.17	12.51	10.17	5.36	2.25
อัตราการขยายตัว		23.02	(18.70)	(47.32)	(58.07)
ประเทศอื่น ๆ	46.38	42.44	54.40	30.36	29.82
อัตราการขยายตัว		(8.51)	28.20	(44.19)	(1.80)
รวม	423.55	721.87	449.09	319.95	282.33
อัตราการขยายตัว		70.43	(37.79)	(28.76)	(11.76)

หมายเหตุ¹ อัตราการขยายตัว มีหน่วยเป็นร้อยละ

² ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าติดลบ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2543ข)

นอกจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจะนำเข้าทางพาราจากประเทศไทยแล้ว ยังนำเข้าทางพาราจากประเทศมาเลเซียซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย แนวโน้มเอกสารเป็นเอกสารที่สองในเวทีสำหรับเวทีแรงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเห็นไปเซประเขชนต การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเข้ายางพาราจากประเทศมาเลเซียของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีแนวโน้มลดลงจาก 93.73 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 56.01 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง (ตารางที่ 9)

ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศที่สาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับที่สามารถรองจากประเทศมาเลเซีย มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศอินโดนีเซียมีค่าความต้องการนำเข้าลดลงจาก 58.70 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 29.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้า มีค่าขึ้น-ลง ทุกปี (ตารางที่ 9)

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่สาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับที่ 4 มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศฟิลิปปินส์ มีค่าความต้องการนำเข้าขึ้น-ลง โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 2.91 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 10.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2539 และมีค่าลดลงถึง 5.17 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2542 และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าก็มีมูลค่าลดลง (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 10 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	49.87	61.38	63.11	63.76	56.46
มาเลเซีย	22.13	18.33	12.19	15.56	19.84
อินโดนีเซีย	13.86	11.23	8.75	8.40	10.52
ฟิลิปปินส์	0.69	1.44	1.57	1.126	1.83
ไต้หวัน	2.40	1.73	2.26	1.67	0.80
ประเทศอื่น ๆ	10.95	5.88	12.11	9.49	10.56
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้ายางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จากประเทศต่าง ๆ ทั้ง 4 ประเทศแล้วพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้า สูงสุด เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพาราในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สูงที่สุดถึงร้อยละ 56.46 ในปี พ.ศ. 2542 และขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออกและอัตราการ ขยายตัว ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้ายางพารารองลงมาจกประเทศ ไทย เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศ ไทย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดเท่ากับร้อยละ 19.84 ในปี พ.ศ. 2542 ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้ายางพารารองจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีสัดส่วน มูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศมาเลเซีย โดยมีสัดส่วน มูลค่าการครองตลาดเท่ากับร้อยละ 10.52 ในปี พ.ศ. 2542 ส่วนประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มี ความสามารถรองจากอินโดนีเซีย เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดเพียง ร้อยละ 1.83 ในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 10)

ตลาดนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้ายางพาราจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีแนวโน้มลดลงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 โดยประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้ายางพาราลดลงจาก 1,630 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2538 เป็น 704 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 โดยประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้ายางพารา จากประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด มีแนวโน้มลดลงจาก 982 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2538 เป็น 375 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง (ตารางที่ 11)

นอกจากประเทศสหรัฐอเมริกาจะนำเข้ายางพาราจากประเทศอินโดนีเซียแล้ว ประเทศ สหรัฐอเมริกายังนำเข้ายางพาราจากประเทศไทย ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับสองรองจาก ประเทศอินโดนีเซีย แนวโน้มการนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกามี แนวโน้มลดลงจาก 357 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 145 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง (ตารางที่ 11)

ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้ายางพารามากเป็นอันดับที่ 3 รองจาก ประเทศไทย มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศมาเลเซียมีความต้องการนำเข้าลดลงจาก 205 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2538 เป็น 78 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัว ของมูลค่าการนำเข้าลดลง (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 มูลค่าของการนำเข้าอย่างพาราของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542
(ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
อินโดนีเซีย	982	906	735	567	375
อัตราการขยายตัว ¹		(7.74) ²	(18.87)	(22.86)	(33.86)
ไทย	357	287	265	230	145
อัตราการขยายตัว		(19.61)	(7.67)	(13.21)	(36.96)
มาเลเซีย	205	183	155	117	78
อัตราการขยายตัว		(10.73)	(15.30)	(24.52)	(33.33)
ไนจีเรีย	25	24	12	4	1
อัตราการขยายตัว		(4.00)	(50.00)	(66.67)	(75.00)
สิงคโปร์	13	6	8	11	55
อัตราการขยายตัว		(53.85)	33.33	37.50	400.00
ประเทศอื่นๆ	48	61	54	48	50
อัตราการขยายตัว		27.08	(11.48)	(11.11)	4.17
รวม	1,630	1,467	1,229	977	704
อัตราการขยายตัว		(10.00)	(16.22)	(20.50)	(27.94)

หมายเหตุ¹ อัตราการขยายตัว มีหน่วยเป็นร้อยละ

² ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าติดลบ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2543ค)

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่สหรัฐนำเข้าอย่างพารามากเป็นอันดับที่ 4 รองจากประเทศมาเลเซีย มูลค่าการนำเข้าอย่างพาราจากประเทศสิงคโปร์มีความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 13 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2538 เป็น 55 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 11)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้าอย่างพาราของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศต่าง ๆ ทั้ง 4 ประเทศนั้นแล้วพบว่า ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูงสุด เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพาราในประเทศสหรัฐอเมริกาสูงที่สุดถึงร้อยละ 53.27 ในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 12) ขยายตัวทั้งมูลค่าในด้านการส่งออกและอัตราการขยายตัว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้ายางพารารองลงมาจากรประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดนำเข้ายางพาราเป็นอันดับที่ 2 รองจากอินโดนีเซีย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดร้อยละ 20.60 ในปี พ.ศ. 2542 ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้ายางพารารองจากรประเทศอินโดนีเซีย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดเท่ากับร้อยละ 11.08 ในปี พ.ศ. 2542 ส่วนประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีความสามารถรองจากรประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการครองตลาดเพียงร้อยละ 7.81 ในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
อินโดนีเซีย	60.25	61.76	59.81	58.04	53.27
ไทย	21.90	19.56	21.56	23.54	20.60
มาเลเซีย	12.58	12.47	12.61	11.98	11.08
ไนจีเรีย	1.53	1.64	0.98	0.41	0.14
สิงคโปร์	0.80	0.41	0.65	1.13	7.81
ประเทศอื่นๆ	2.95	4.16	4.39	4.91	7.10
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 11)

ปัญหาการส่งออกยางพารา

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการส่งออกยางพาราของไทยสามารถสรุปได้ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ประสิทธิภาพการผลิตยังต่ำอยู่ทั้งปริมาณและคุณภาพ กรรมวิธีการปลูกและการทำยางแผ่นดิบหรือการแปรรูปยางยังไม่เหมาะสม และไม่เหมือนกันในคุณภาพสินค้าโดยส่วนรวมแตกต่างกันมาก

2. การจัดชั้นมาตรฐานยางขกเว้นยางแท่งยังไม่แน่นอน เนื่องจากใช้ประสบการณ์พิจารณา คัดเลือกเกรดยาง นอกจากนี้ความแตกต่างของราคาขายชนิดดี เช่น ระหว่างยางแผ่นรมควันชั้นที่ 1 กับชั้นที่ 2 จะน้อยกว่าความแตกต่างระหว่างราคาขายที่มีคุณภาพต่ำ ลักษณะเช่นนี้จึงไม่จูงใจให้มีการปรับปรุงคุณภาพยางให้สูงขึ้น เนื่องจากรายได้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงเมื่อไม่มีการจัดชั้นคุณภาพมาตรฐานของยางที่ชัดเจนเช่นนี้ จึงมักเกิดปัญหาโต้แย้งกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. การกำหนดมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ยาง มีการเพิ่มคุณลักษณะเฉพาะมากขึ้นทำให้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ยางสากลสูงขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่ผู้ประกอบการของไทยยังไม่ปรับมาตรฐานให้เป็นไปตามที่สากลกำหนด ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

4. ตลาดส่งออกยางของไทยยังแคบ แม้ว่าไทยสามารถส่งออกไปทั่วโลกก็ตาม ซึ่งปริมาณยางที่ส่งออกส่วนมากส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญ 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา

5. ปัญหาเรื่องการขนส่ง เนื่องจากการส่งออกยังมีความยุ่งยาก มีขั้นตอนมากและยังไม่มีการให้ความสะดวกแก่ผู้ส่งออกที่เพียงพอ ทำให้ต้นทุนสูงและเกิดความล่าช้าในการส่งมอบ

6. ประเทศไทยยังไม่มีบทบาทในการขึ้นราคายางในตลาดโลกได้ เนื่องจากยังไม่มีตลาดกลางที่เป็นสากล ทั้งที่ประเทศไทยมีส่วนการส่งออกมากกว่าหนึ่งในสามของการส่งออกของโลก ทำให้ราคายางของตลาดกลางของโลกมีอิทธิพลต่อราคายางในประเทศสูง ซึ่งไม่สะท้อนกับความ เป็นจริงในการส่งออกของไทย

7. การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเป็นผลจากความผันผวนหรือความไม่มีเสถียรภาพในตลาดเงินมากกว่าที่จะเป็นแนวโน้มในระยะยาวแล้ว การอ่อนตัวลงดังกล่าวอาจจะเป็นประโยชน์เพียงต่อผู้ส่งออกได้รับเงินตราต่างประเทศจากการขายสินค้าในช่วงนั้น เพราะจะต้องคาดการณ์การเคลื่อนไหวของเงินบาทในช่วงหน้าก่อนที่จะเสนอราคา และส่งออกให้ประเทศต่าง ๆ ปัจจุบันนอกจากการเปลี่ยนอัตราแลกเปลี่ยนเงิน จะทำให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบ จะต้องเปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่งด้วย เช่น อินโดนีเซีย ซึ่งปัจจุบันเป็นคู่แข่งสำคัญในการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นค่าเงินอินโดนีเซียจึงมีผลต่อการส่งออกของไทยไปพร้อมกันด้วย ถ้าเงินอินโดนีเซียอ่อนกว่าไทยมาก การส่งออกยางพาราของไทยก็ยังไม่สามารถแข่งขันได้ และปัจจุบันเงินของอินโดนีเซียก็ยังอ่อนและได้เปรียบไทยอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. การประกาศใช้เงินยูโรของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ในระยะแรกอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน ไม่แน่นอน ทำให้ต้นทุนการบริหาร ความเสี่ยงของผู้ส่งออกมีมากขึ้น

9. การขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากที่ขาดความรู้ ความชำนาญและเข้ามาดำเนินการช่วงที่ตลาดกำลังขยายตัวทำให้ประสบกับภาวะขาดทุน

บทบาทของรัฐบาลไทยต่อการส่งเสริมด้านการส่งออกยางพาราของไทย

รัฐบาลกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในด้านการส่งออกเพื่อสามารถแก้ไขปัญหาในระยะยาวที่เป็นรูปธรรมและสามารถปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542ก) ดังนี้

1. การเพิ่มปริมาณการใช้ยาง ด้วยการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมยางโดยภาครัฐ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม) สำนักงานรัฐมนตรีมีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ แผนงาน โครงการ และร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยางของภาครัฐเป็นไปตามความต้องการ

2. การกำหนดมาตรฐานคุณภาพยางที่เป็นสากล การบริการการตรวจสอบและการรับรองมาตรฐานคุณภาพยาง การพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตยางที่หลากหลาย การไม่ผลิตยางชนิดหนึ่งชนิดใดมากเกินไปเพื่อการส่งออกยางพารา

3. รัฐบาลจำเป็นต้องวิเคราะห์และประเมินระบบการจัดเก็บภาษี และค่าเงินสงเคราะห์ปลูกแทนให้เหมาะสมกับสถานการณ์การตลาด ไม่ว่าจะเป็นการชะลอ และการยกเลิกการเก็บในช่วงราคายางตกต่ำ เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ส่งออก ซึ่งการเก็บเป็นเงินกองทุนสงเคราะห์ยาง และอากรขาออก ซึ่งจัดเก็บโดยกรมศุลกากร รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญในการลดอากรขาออกเพื่อส่งเสริมการส่งออกยางให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย โดยการปรับปรุงอัตราการเก็บเงินสงเคราะห์ปลูกแทนเพื่อความเหมาะสม

4. รัฐบาลเป็นหน่วยงานหลักในการขยายยางในต่างประเทศ การเจรจาทางการค้าและการกีดกันทางการค้า ด้วยการตั้งหน่วยงานเฉพาะเรื่องนี้ในประเทศส่งออกสำคัญ เพื่อป้องกันผลประโยชน์ของประเทศ ไม่ว่าจะดำเนินการเองโดยใช้หน่วยรัฐในประเทศต่าง ๆ เป็นหน่วยงานหลัก

5. มาตรการการสร้างสต็อก (stock) ยาง ในช่วงที่สามารถส่งออกได้มาก ซึ่งต้องหาวิธีการที่มีผลกระทบต่อตลาดน้อยที่สุด และไม่ขัดกับการค้าเสรี

6. การพัฒนาการตลาดส่งออกของไทยด้วยการสนับสนุนให้หน่วยงานของรัฐในต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการรักษาและเพิ่มปริมาณยางส่งออกในตลาดส่งออกเดิมของไทย การหาตลาดใหม่เพิ่มเติม และการขยายตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางส่งออกของไทยให้เพิ่มสูงขึ้น

องค์การยางระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ร่วมมือและประสานการดำเนินงานในเรื่องยางกับองค์กรและหน่วยงานยางระหว่างประเทศทั้งในกลุ่มประเทศผู้ผลิตและผู้ใช้อย่าง ดังนี้คือ

1. สมาคมประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ (Association of Natural Rubber Producing Countries: ANRPC) มีหน้าที่ดำเนินงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ

1.1 ประสานงานทางนโยบายและการดำเนินงานผลิตยางและค้ายางของประเทศสมาชิก

1.2 สนับสนุนส่งเสริมทางวิชาการยางระหว่างประเทศสมาชิก

1.3 ดำเนินการเพื่อสร้างและยกระดับราคายางธรรมชาติตามความเป็นธรรมและมีเสถียรภาพ

ปัจจุบันมีประเทศสมาชิกทั้งหมด 8 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย อินเดีย มาเลเซีย ไทย ปาปัวนิวกินี สิงคโปร์ ศรีลังกา และเวียดนาม มีสำนักงานอยู่ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

2. องค์การยางธรรมชาติระหว่างประเทศ (International Natural Rubber Organization: INRO) จัดตั้งโดยสหประชาชาติ ตามความในข้อตกลงของสนธิสัญญาความร่วมมือว่าด้วยเรื่องยางธรรมชาติที่จัดทำในปี พ.ศ. 2522 (United Nations International Natural Rubber Agreement 1979) ตามวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การรักษาเสถียรภาพราคายางโดยใช้มูลภัณฑ์กันชนประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มประเทศผู้ส่งออก 6 ประเทศ และประเทศผู้นำเข้า 165 ประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

3. สภาวิจัยและพัฒนายางระหว่างประเทศ (International Rubber Research and Development Board: IRRDB) เป็นสภาที่ตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของสถาบันวิจัยและพัฒนายางธรรมชาติจากทุกทวีป มีหน้าที่ควบคุม และวางนโยบายการวิจัยและพัฒนายางระหว่างสถาบันที่เป็นสมาชิกและสมาคมประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ มีสมาชิก 15 ประเทศ มีสำนักงานเลขานุการอยู่ที่กรุงลอนดอนประเทศอังกฤษ

4. องค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (International Rubber Study Group: IRSG) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2490 มีนโยบายประสานทางด้านการผลิต การค้า และการใช้อย่างธรรมชาติ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และยางสังเคราะห์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย คือ ประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ ประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์ และประเทศผู้ใช้อย่าง รวบรวมข้อมูลในการผลิต การใช้อย่าง และประเมินการผลิตและการใช้อย่างทั้ง 2 ชนิด ประกาศให้ทราบล่วงหน้า เพื่อให้ประเทศสมาชิกได้วางแผนการผลิต และการใช้ให้อยู่ในภาวะสมดุล โดยไม่แข่งขันกันจนต่างฝ่ายต่างเสียผลประโยชน์ ปัจจุบันมีประเทศสมาชิกทั้งหมด 23 ประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ

5. สภายางธรรมชาติระหว่างประเทศ (International Natural Rubber Council: INRC) เป็นองค์การที่แยกออกมาจากสมาคมประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ มีการลงนามในสนธิสัญญา International Natural Rubber Agreement เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2519 และตั้งมนตรีเป็นทางการเมื่อวันที่ 10 มกราคม ปี พ.ศ. 2521 วัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการผลิต การส่งออกจำหน่าย สร้างมูลภัณฑ์กันชนเพื่อควบคุมและรักษาเสถียรภาพราคายาง มีสมาชิก 4 ประเทศ มีสำนักงานอยู่ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

6. คณะกรรมการด้านการหีบห่อและคุณภาพยางธรรมชาติระหว่างประเทศ (International Rubber Quality and Packing Conference: IRQPC) มีหน้าที่กำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์ กำหนดมาตรฐานยางดิบชนิดต่าง ๆ จัดพิมพ์เป็นคู่มือที่รู้จักกันในนามของ “GREEN BOOK” สมาคมยางพาราไทยเป็นสมาชิก โดยสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ร่วมดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติควบคุมยาง เพื่อควบคุมด้านมาตรฐานและการหีบห่อ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

7. สมาคมยางระหว่างประเทศ (International Rubber Association: IRA) มีหน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์ทางการค้ายาง สัญญาซื้อขาย สมาคมยางพาราไทยเป็นสมาชิก กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ร่วมดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติควบคุมยาง เพื่อควบคุมด้านการค้าและการส่งออกยาง มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

8. สถาบันมาตรฐานระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization: ISO) มีหน้าที่ควบคุมกำหนดมาตรฐานสิ่งประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ส่งขายในตลาดโลกรวมทั้งพิจารณากำหนดมาตรฐานสูตรและวิธีประดิษฐ์ และทดสอบคุณภาพของสิ่งประดิษฐ์กระทรวงอุตสาหกรรม รับผิดชอบการเป็นสมาชิกองค์การนี้ และมอบให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยพิจารณาสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร เป็นผู้ร่วมดำเนินงานเฉพาะในเรื่องยางและผลิตภัณฑ์จากยาง มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

เนื้อหาในบทนี้เป็นส่วนสำคัญในการตอบคำถามของวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยทำการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในแต่ละตลาด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ว่าไทยมีความได้เปรียบทางการค้ามากน้อยเพียงใด และในบทนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ ซึ่งใช้วิธีการทางสถิติการวิเคราะห์สมการแบบถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว และในตอนท้ายของบทจะกล่าวถึงความหมายในเชิงนโยบาย เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบายเพื่อให้มูลค่าการส่งออกของพาราของไทยเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศและขยายตลาดเพิ่มขึ้นต่อไป โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ผลการวิเคราะห์ส่วนนี้ จะพิจารณาการส่งออกพาราของประเทศไทยไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ จากการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้น ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสามารถในการผลิตและการส่งออกของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งจะศึกษาในตลาดประเทศคู่ค้าที่สำคัญ 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา

ตลาดประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกพาราที่ใหญ่ที่สุดของพาราธรรมชาติของไทย ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 เพื่อพิจารณาค่าดัชนีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี ในปี พ.ศ. 2538 มีค่า RCA เท่ากับ 25.52 โดยมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2542 มีค่า RCA เท่ากับ 25.81 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศมาเลเซียจะมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่อย่างเดียวกับประเทศไทย คือ มีค่า RCA เท่ากับ 3.30 และ 1.34 ในช่วงเวลาเดียวกัน ในขณะที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อินโดนีเซียมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2538 มีค่า RCA จาก 2.40 เป็น 4.72 ในปี พ.ศ. 2542 ส่วนในประเทศสิงคโปร์ มีแนวโน้มของการส่งออกยางพาราไปประเทศญี่ปุ่น สูงสุดในปี พ.ศ. 2538 คือ 0.59 ส่วนในประเทศสิงคโปร์และเวียดนามมีแนวโน้มการส่งออกของ ยางพาราไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุด 0.81 และ 1.03 ตามลำดับ ซึ่งมีแนวโน้มค่า RCA ไม่นั่นอน ซึ่งแสดงว่า ประเทศสิงคโปร์และเวียดนามมีความเสียบเทียบในการส่งออกยางพาราไปญี่ปุ่น เพราะ มีค่า RCA น้อยกว่า 1 เมื่อพิจารณาค่า RCA นั้น จะเห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการ ส่งออกของยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 4 ประเทศที่กล่าวมา (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพาราของประเทศ ผู้ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	25.52	24.12	24.67	25.36	25.81
มาเลเซีย	3.30	2.56	2.49	2.23	1.34
อินโดนีเซีย	2.40	4.11	4.38	4.05	4.72
สิงคโปร์	0.59	0.55	0.64	0.81	0.52
เวียดนาม	1.03	0.88	0.80	0.79	0.97

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 7 และตารางผนวกที่ 1)

ตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ก็เป็นตลาดสำคัญสำหรับการส่งออกของประเทศไทย ในช่วงเวลาศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ประเทศไทย มีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี โดยมีค่า RCA ไม่นั่นอน คือในช่วงปี พ.ศ. 2538-2540 มีแนวโน้มที่ เพิ่มขึ้น จากมีค่า RCA เท่ากับ 40.89 ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 44.74 ในปี พ.ศ. 2540 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2542 มีค่า RCA ลดลงเท่ากับ 33.64 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับมาเลเซีย จะมีแนวโน้มลดลง จากปี พ.ศ. 2538 มีค่า RCA จาก 14.11 เป็น 9.12 ในปี พ.ศ. 2542 และประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้ม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่า RCA เพิ่มขึ้นสม่ำเสมอ คือในประเทศฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 3.28 ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 3.34 ในปี พ.ศ.2542 ประเทศไต้หวันก็เช่นเดียวกับประเทศฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนอินโดนีเซียมีแนวโน้มค่า RCA ลดลง จาก 8.92 ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 5.72 ในปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 14) จะเห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มากกว่า ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน

ตารางที่ 14 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	40.89	45.09	44.74	36.94	33.64
มาเลเซีย	14.11	11.34	6.97	8.17	9.12
อินโดนีเซีย	8.92	6.84	4.65	4.79	5.72
ฟิลิปปินส์	3.28	5.37	6.83	3.06	3.34
ไต้หวัน	0.21	0.15	3.16	2.28	1.70

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 9 และตารางผนวกที่ 2)

ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกของยางพาราธรรมชาติของไทย ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี ในปี พ.ศ. 2538 มีค่า RCA เท่ากับ 39.47 โดยมีแนวโน้มลดลงสม่ำเสมอ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2542 มีค่า RCA เท่ากับ 38.09 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ก็มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน แต่ในตลาดนี้ประเทศอินโดนีเซียยังมีความได้เปรียบที่สูงกว่าไทยอยู่ ส่วนในประเทศไนจีเรียและสิงคโปร์ ในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ประเทศไนจีเรียมีค่า RCA ส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกาสูงสุดในปี พ.ศ. 2538 คือ 2.31 (ตารางที่ 15) และในประเทศสิงคโปร์มีค่า RCA ที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 นั้นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ซึ่งแสดงว่าประเทศสิงคโปร์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีความเสียเปรียบในการส่งออกยางพาราในไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศอินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย มีความได้เปรียบกว่าประเทศสิงคโปร์ ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
อินโดนีเซีย	60.25	69.54	56.61	56.66	57.30
ไทย	39.47	43.33	41.27	39.39	38.09
มาเลเซีย	6.37	5.56	60.85	5.75	5.30
ไนจีเรีย	2.31	2.18	1.34	0.89	0.33
สิงคโปร์	0.32	0.16	0.28	0.56	4.40

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 11 และตารางผนวกที่ 3)

จากการวิเคราะห์การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่าประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกยางพารารายใหญ่มีค่าดัชนีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสูงสุดในตลาดของประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนในตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเป็นอันดับที่สองรองจากประเทศอินโดนีเซีย แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออกยางพารา ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านปัจจัยพื้นฐานทางการผลิต ทั้งพื้นที่การเพาะปลูกยางพารารวมถึงปัจจัยด้านแรงงานที่มากอยู่ ซึ่งยังได้เปรียบประเทศอื่น ๆ แต่เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ พบว่าอัตราการขยายตัวไม่มากนัก เนื่องจากมีการขยายการส่งออกของประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ อินโดนีเซีย ซึ่งประเทศอินโดนีเซียมีปัจจัยค่าจ้างในการจ้างแรงงานถูกกว่าประเทศไทย และมีค่าเงินที่อ่อนกว่าเงินบาทของไทย จึงทำให้ราคาส่งออกยางพาราของประเทศอินโดนีเซียมีราคาที่ถูกลงกว่าราคาส่งออกยางพาราของไทย ดังนั้นผู้ประกอบการและรัฐบาลควรมีการปรับปรุงและส่งเสริมการผลิตยางพาราเพื่อการส่งออกของไทย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและรักษาสัดส่วนการครองตลาดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย

การวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย ได้แบ่งออกเป็น 3 ตลาด คือ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน และตลาดสหรัฐอเมริกา เพราะเป็นตลาดคู่ค้าที่สำคัญ และตลาดทั้งสามนี้เป็นตลาดที่ประเทศไทยควรจะรักษาเอาไว้ และขยายการส่งออกให้มากขึ้น สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523-2542 รวม 20 ปี ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ก็พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค (Y_{it}/CPI_{it}) กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (Ex_{jp}) มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และก่อให้เกิดปัญหาในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในสมการ จึงได้ตัดออกจากสมการ และในที่สุดสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นจะเหลือตัวแปรอิสระ 3 ตัวเท่านั้น คือ ราคาส่งออกยางพาราปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Qd_{jp} &= 10.20 - 0.11 \ln(P_{jp}/WPI) + 1.06 \ln(Ex_{jp}) - 0.27 \ln(D) \\ (S.D.) & \quad (1.95) \quad (0.68) \quad (0.38) \quad (0.40) \\ R^2 &= 0.40 \quad S.E = 0.52 \\ F &= 3.52 \quad D.W = 1.98 \end{aligned}$$

จากสมการแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการยางพาราของไทยเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น (Qd_{jp}) สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P_{jp}/WPI) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น (Ex_{jp}) และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) โดยตัวแปรอิสระเหล่านี้มีผลต่อปริมาณความต้องการยางพาราร้อยละ 40 จากการพิจารณาค่าสถิติ F เท่ากับ 3.52 ซึ่งแสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติสามารถพิจารณาได้จากค่าสถิติ t ของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยแต่ละตัวนั้นปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าส่งออกของไทย และค่าสัมประสิทธิ์ของวิกฤติทางเศรษฐกิจซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความคลาดเคลื่อนของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ดังกล่าวมีค่าสูง ทำให้ค่าทางสถิติ t มีค่าต่ำ จึงทำให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นประเทศ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 จึงกล่าวได้ว่า ราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น สำหรับเดอร์บีล-วัตสัน (Durbin Watson: D.W.) มีค่า 1.98 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถจะตอบได้ว่าการวิเคราะห์มีปัญหาเกี่ยวกับค่าความผิดพลาดของตัวอย่างไม่เป็นอิสระกัน (serial correlation) หรือไม่ ส่วนเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยทั้งสามสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากความสัมพันธ์อยู่ในรูปล็อกคู่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถอธิบายค่าความยืดหยุ่นได้ ดังนั้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราของไทยเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ($Q_{d,jp}$) กับราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P_{jp}/WPI) เป็นไปในทางลบและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกมีค่า -0.11 หมายความว่า เมื่อราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.11 เมื่อกำหนดปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงแล้ว ปริมาณการส่งออกยางพาราเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามในสัดส่วนที่น้อยกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ($Q_{d,jp}$) กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น (Ex_{jp}) เป็นไปในทางบวกและความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีค่า 1.06 หมายความว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 1.06 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหาก

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงแล้ว อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราจะเปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนที่มากกว่าในทิศทางเดียวกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น (Qd_p) กับช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) เป็นไปในทางลบ และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจมีค่าเท่ากับ -0.27 หมายความว่า เมื่อช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.27 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือ ถ้าหากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจแล้ว อุปสงค์การส่งออกยางพาราจะเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่น้อยกว่าในทิศทางตรงกันข้าม

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation matrix) สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงมีตัวแปรอิสระ 4 ตัว คือ ราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P_c/WPI) รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Y_c/CPI_c) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Ex_c) และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) ซึ่งมีผลดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Qd_c &= 10.34 - 0.79 \ln(P_c/WPI) + 2.55 \ln(Y_c/CPI_c) + 0.87 \ln(Ex_c) - 1.28(D) \\ (S.D.) & \quad (3.15) \quad (0.67) \quad (0.35) \quad (0.70) \quad (0.34) \\ R^2 &= 0.89 \quad \quad \quad S.E = 0.37 \\ F &= 31.16 \quad \quad \quad D.W = 1.77 \end{aligned}$$

จากสมการแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการยางพาราของไทยเพื่อส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Qd_c) สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยตัวแปรอิสระเหล่านี้มีผลต่อปริมาณความต้องการยางพาราของไทยร้อยละ 89.30 (R^2) จากการพิจารณาค่าสถิติ F เท่ากับ 31.16 ซึ่งแสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติสามารถพิจารณาได้จากค่าสถิติ t ของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยแต่ละตัว ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกยางพาราของไทยปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าออกของไทย กับค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากมีความคลาดเคลื่อนของสัมประสิทธิ์สูง ทำให้ค่าทางสถิติ t มีค่าต่ำ จึงทำให้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาของผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน กับค่าสัมประสิทธิ์ช่วงวิกฤติทางสถิตินั้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แสดงว่า ราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P/WPI) รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Y/CPI) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Ex) และช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับเดอร์บีล-วัตสัน (Durbin Watson: D.W) มีค่า 1.77 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถตอบได้ว่า มีปัญหาเกี่ยวกับค่าความผิดพลาดของตัวอย่าง ไม่เป็นอิสระกันหรือไม่ ส่วนเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยทั้งสิ้นสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เนื่องจากความสัมพันธ์อยู่ในรูปล็อกคู่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถอธิบายค่าความยืดหยุ่นได้ ดังนั้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราของไทย เพื่อการส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Q_d) กับราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P/WPI) เป็นไปในทางลบ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของราคามีค่าเท่ากับ -0.79 หมายความว่า เมื่อราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.79 เมื่อกำหนดให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงแล้ว ปริมาณการส่งออกยางพาราเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามในสัดส่วนที่น้อยกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราไทยเพื่อส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนกับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Y/CPI) เป็นไปในทางบวก และความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีค่า 2.55 หมายความว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 2.55 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงแล้วอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจะเปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนที่มากกว่าในทิศทางเดียวกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราไทยเพื่อส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของสาธารณรัฐประชาชนจีน (Ex) เป็นไปในทางบวก และความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของสาธารณรัฐประชาชนจีน มีค่า 0.87 หมายความว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.87 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงแล้ว อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราจะเปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนที่น้อยกว่าในทิศทางเดียวกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Q_d) กับช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) เป็นไปในทางลบ และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจมีค่าเท่ากับ -1.28 หมายความว่า เมื่อช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1.28 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือ ถ้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากเกิดช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจแล้ว อุปสงค์การส่งออกยางพาราจะเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่มากกว่าในทิศทางตรงกันข้าม

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

จากการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation matrix) ก็พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับดอลลาร์สหรัฐ (Ex_{us}) กับรายได้เฉลี่ยต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา (Y_{us}/CPI_{us}) มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และก่อให้เกิดปัญหาในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในสมการ จึงได้ตัดออกไปจากสมการ ในที่สุดสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังสหรัฐอเมริกา (Qd_{us}) ในที่สุดจะเหลือตัวแปรอิสระเพียง 3 ปัจจัยเท่านั้น คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา (Y_{us}/CPI_{us}) กับราคาส่งออกยางพาราของไทยปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P_{us}/WPI) จะได้ผลดังสมการดังนี้

$$\ln Qd_{us} = -6.312 - 0.16 \ln(P_{us}/WPI) + 5.65 \ln(Y_{us}/CPI_{us}) - 0.07(D)$$

(S.D.)	(3.27)	(0.37)	(0.78)	(0.19)
R^2	= 0.87	S.E	= 0.23	
F	= 36.48	D.W	= 0.97	

จากสมการอุปสงค์ส่งออกยางพาราไทยไปสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการยางพาราของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา (Qd_{us}) สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา (Y_{us}/CPI_{us}) ราคาส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของประเทศไทย (P_{us}/WPI) และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) โดยตัวแปรอิสระเหล่านี้มีผลต่อปริมาณความต้องการยางพาราของไทยร้อยละ 87.20 (R^2) จากการพิจารณาค่าสถิติ F เท่ากับ 36.48 ซึ่งแสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติสามารถพิจารณาได้จากค่าสถิติ t ของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยแต่ละตัว ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้เฉลี่ยต่อคนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกยางพาราไทยปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของประเทศไทย กับค่าสัมประสิทธิ์ของช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากมีความคลาดเคลื่อนของสัมประสิทธิ์สูง ทำให้ค่าทางสถิติ t มีค่าต่ำ จึงทำให้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนปรับตัวด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ราคาส่งออกยางพาราปรับตัวด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย และช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจ ตัวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับเดอร์บีล-วัตสัน (Durbin-Watson: D.W) มีค่า 0.97 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถจะตอบได้ว่าการวิเคราะห์มีปัญหาเกี่ยวกับความผิดพลาดของตัวอย่างไม่เป็นอิสระกัน (serial correlation) หรือไม่ส่วนเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ของปัจจัยทั้งสามสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

เนื่องจากความสัมพันธ์อยู่ในรูปล็อกคู่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถอธิบายค่าความยืดหยุ่นได้ ดังนั้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (Q_{dus}) กับราคาส่งออกยางพาราปรับตัวด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย (P_{us}/WPI_{us}) เป็นไปในทางลบ โดยความยืดหยุ่นอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกมีค่า -0.16 หมายความว่า เมื่อราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.16 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงแล้ว ปริมาณการส่งออกยางพาราเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามในสัดส่วนที่น้อยกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (Q_{dus}) กับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา (Y_{us}/CPI_{us}) เป็นไปในทางบวก โดยความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกามีค่า 5.65 หมายความว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 5.65 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือถ้าหากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัว

ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงแล้วอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจะเปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนที่มากกว่าในทิศทางเดียวกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (Q_{d_u}) กับช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (D) เป็นไปในทางลบ และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจมีค่าเท่ากับ -0.07 หมายความว่า เมื่อช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.07 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ นั่นคือ ถ้าหากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจแล้ว อุปสงค์การส่งออกยางพาราจะเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่น้อยกว่าในทิศทางตรงกันข้าม

ความหมายในเชิงนโยบาย

นโยบายความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

จากการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดนำเข้าคือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ทำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณในการส่งออก โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าดังกล่าวข้างต้น เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย พบว่าค่าดัชนีความได้เปรียบหรือเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกของยางพาราของไทย ไปยังประเทศทั้งสามนั้นมีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศเหล่านั้น แต่มีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย มีแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้น ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้แนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยลดลง ก็เนื่องมาจากอัตราการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ายางพาราของประเทศผู้นำเข้าจากประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง แต่ในทางตรงกันข้ามอัตราการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ายางพาราจากประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากอินโดนีเซียมีต้นทุนค่าแรงงานที่ต่ำกว่าของประเทศไทยมาก จึงเป็นสาเหตุทำให้ยางพาราของอินโดนีเซียมีราคาถูกกว่าประเทศไทย ดังนั้นแนวทางที่ควรนำมาใช้เพื่อพัฒนาการส่งออกคือ การใช้นโยบายการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานยางพาราให้เข้าระบบสากลยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของ

ตลาดต่างประเทศซึ่งจะทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราเพิ่มขึ้น และจะทำให้ประเทศไทยยังคงรักษาตลาดเดิมไว้ได้อีก และขยายตลาดให้กว้างขึ้น

นอกจากการใช้นโยบายการพัฒนาประสิทธิภาพของยางพาราแล้ว ควรมีนโยบายสนับสนุนประสิทธิภาพในระบบการบริหารและการจัดการให้ได้มาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้ผู้ค้ามีความมั่นใจในคุณภาพ ช่วยลดการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี หรืออาจใช้นโยบายด้านราคามาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน เพื่อเป็นการเอาใจประเทศผู้ค้า

ดังนั้นโอกาสที่ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบทางการส่งออกยางพาราจากประเทศผู้ค้าต่าง ๆ มากขึ้นจึงเป็นไปได้ เพียงแต่ประเทศไทยจะต้องทำการพัฒนาคุณภาพของยางพาราให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศมากขึ้นหรือมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและส่งออกให้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันส่งออกยางพารากับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ มากขึ้น

นโยบายด้านอุปสงค์การส่งออกยางพารา

จากการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราทั้งในตลาดประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกาครั้งนี้ ทำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณการส่งออก โดยการพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ พบว่าในตลาดประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา ต่างมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพารต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางพาราของประเทศไทย มีค่าเท่ากับ -0.11 -0.79 และ -0.16 ตามลำดับ ค่าความยืดหยุ่นของปริมาณอุปสงค์ยางพาราในราคาส่งออกยางพารานั้น เป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย ทั้งนี้เนื่องจากราคาส่งออกยางพาราของ泰นั้นเป็นไปตามกลไกราคาของตลาดโลก และปริมาณความต้องการของประเทศผู้ค้าที่คงเดิม ทำให้ประเทศผู้นำเข้ายางพารามีได้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางพาราของไทยมากนัก ประเทศไทยจึงควรพิจารณาถึงนโยบายสนับสนุนในด้านการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้นในตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา จากสมการจะเห็นว่า รายได้เฉลี่ยของประเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่ง ในการกำหนดอุปสงค์ในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ดังนั้นโอกาสที่ประเทศไทยจะส่งยางพาราเข้าไปจำหน่ายในตลาดแห่งนี้ให้มากขึ้น จึงเป็นเรื่องของการจูงใจให้ทั้ง 2 ประเทศดังกล่าวหันมาซื้อยางพาราของประเทศไทยให้มากขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พยายามเพิ่มความต้องการหรืออุปสงค์ในตลาดให้มากขึ้นนั่นเอง ซึ่งอาจจะต้องมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปรับปรุงคุณภาพ และมาตรฐานการส่งออกให้สูงขึ้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นผลโดยตรงในการดึงดูด ผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อสูง ส่วนในตลาดญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทยต่อเงินเยน ของญี่ปุ่น ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออก การเพิ่มอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทยก็ ย่อมหมายถึงการเพิ่มอำนาจซื้อให้กับประเทศญี่ปุ่น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การอ่อนตัวของเงิน บาทนั้นจะทำให้เห็นว่าราคายางพาราของไทยลดลง เพราะเงินเยนของญี่ปุ่นมีค่ามากขึ้น นั่นก็คือ นโยบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของญี่ปุ่น โดยในที่สุดจะทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ยางพารานับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญพืชหนึ่งของไทย ทั้งนี้เพราะการส่งออกนำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทั้งนี้ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตประมาณปีละ 2 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 32 ของการผลิตของโลก และปริมาณการใช้ภายในประเทศถึงแม้จะมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย ก็ประมาณร้อยละ 8 ต่อปริมาณผลผลิตได้ทั้งหมด ปริมาณการผลิตใช้ยางธรรมชาติของโลกมีแนวโน้มลดลงหลังจากได้เพิ่มขึ้นสูงสุดในปี พ.ศ. 2540 เกิดการใช้และการผลิตน้อยลง เป็นเพราะวิกฤตการณ์ทางการเงินของประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ซึ่งเป็นแหล่งใช้ยางมากที่สุดของโลก มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิตทุกอย่าง ทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวช้าและรายได้ของประชากรโลกในแถบเอเชียตกต่ำลง มีผลให้ยางธรรมชาติถูกใช้น้อยลง โดยที่ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตสูงเป็นอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาเป็นอินโดนีเซีย ในขณะที่มาเลเซียได้ลดความสำคัญด้านนี้ลง จากผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางมากที่สุดในโลก มาเป็นประเทศที่ใช้ยางเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 5 ของโลก ส่วนในประเทศไทยนั้นยังเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกอยู่ จึงน่าสนใจศึกษาความสามารถในการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศคู่ค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ (แบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ) ใช้วิธีวิเคราะห์กำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาการส่งออกยางพาราของไทยให้ขยายตัวยิ่งขึ้น

จากการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยพบว่าในประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งหมด และมีค่า RCA มากกว่าประเทศคู่แข่งทุกประเทศที่ได้ทำการศึกษา ในตลาดประเทศญี่ปุ่น และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา ค่า RCA เป็นอันดับสองรองจากอินโดนีเซีย แต่แนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2542 ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงเป็นลำดับ ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญคืออินโดนีเซีย ถึงแม้จะมีค่า RCA ที่น้อยกว่าไทย แต่เมื่อพิจารณาแนวโน้มค่า RCA แล้วพบว่าอินโดนีเซียมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้น ในตลาดประเทศญี่ปุ่น และมาเลเซียก็เป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพราะค่า RCA ของมาเลเซียเพิ่มขึ้นทุกปี ส่วนในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดสหรัฐอเมริกาประเทศไทยก็ยังมีค่า RCA เป็นรองประเทศอินโดนีเซีย ส่วนประเทศคู่แข่งอื่น ๆ มีแนวโน้มค่า RCA ไม่แน่นอน

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกานั้น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นที่สำคัญ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของประเทศญี่ปุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทของไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของประเทศไทย และต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีค่า เท่ากับ 1.06 -0.11 และ -0.27 ตามลำดับ

ในตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกที่สำคัญคือ รายได้เฉลี่ยของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินบาทไทยกับเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีนัยสำคัญทางสถิติสูงคือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย ต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทยต่อเงินหยวนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ -0.79 2.55 0.87 และ -1.28 ตามลำดับ

ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกที่สำคัญคือ ราคาส่งออก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยางพาราปรับตัวดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออกของประเทศไทย ต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศสหรัฐอเมริการปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา และต่อการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ -0.16 5.65 และ -0.07 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการส่งออกยางพาราในครั้งนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ในประเด็นสำคัญดังนี้

1. จากการวิเคราะห์การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ พบว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศทั้งสามนั้นสูงมาก โดยเฉพาะตลาดประเทศญี่ปุ่น แต่ค่า RCA มีแนวโน้มที่จะลดลง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างอินโดนีเซียมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้น รัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงในด้านการส่งออก ควรจะมีมาตรการส่งเสริมการผลิตยางเพื่อการส่งออกให้มากขึ้น ควรหามาตรการพัฒนารูปแบบการส่งออกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพราะประเทศไทยมีความพร้อมด้านปัจจัยการผลิตอยู่แล้ว แต่ยังคงต้องมีการปรับปรุง พัฒนาด้านเทคนิค และกรรมวิธีการผลิตบางประการ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง พร้อมทั้งพยายามหาตลาดแหล่งใหม่ที่มั่นคงและมีความต้องการที่สม่ำเสมอในต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นการเจรจาระหว่างรัฐบาลกับรัฐบาลหรือกับกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ ๆ ในประเทศไทยกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ผลิต

2. จากการวิเคราะห์อุปสงค์ยางพาราไทยเพื่อการส่งออกไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา จะเห็นว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกไปยังประเทศทั้งสามนั้นมีค่าความยืดหยุ่นน้อย คือมีค่าเท่ากับ -0.11 -0.79 และ -0.16 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณความต้องการยางพาราของประเทศทั้งสามนั้นมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณความต้องการที่คงเดิม จึงไม่สนใจทางด้านราคาส่งออกที่แท้จริงของไทยมากนัก ประเทศไทยจึงควรพัฒนาด้านคุณภาพ และมาตรฐานยางพาราให้เข้าสู่ระบบสากลมากกว่า เนื่องจากยางพาราที่ไทยผลิตได้นั้นยังมีคุณภาพ และมาตรฐานที่ต่ำ ไม่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก จึงอาจทำให้มีผลกระทบต่อราคาส่งออกด้วยการทำให้ไทยเสียเปรียบในเรื่องของราคาส่งออกยางพารา โดยการส่งเจ้าหน้าที่ไปให้ความช่วยเหลือให้ชาวสวนยางรู้จักวิธีการผลิตยางให้มีคุณภาพดีขึ้น และต้องมีการปฏิบัติที่ถูกต้องทุกขั้นตอนตั้งแต่การกรีดยางจนถึงการนำยางแผ่นดิบออกขาย

3. ควรสนับสนุนการสร้างโอกาสการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับยางอย่างเท่าเทียมกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงาน โดยการตั้งศูนย์สนเทศข้อมูลข่าวสารยางครบวงจร ทั้งด้านการผลิต การอุตสาหกรรมยาง การตลาด และราคายางที่ตลาดกลาง และตลาดที่สำคัญยางพาราไทย

4. ข้อจำกัดในการศึกษาในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเชิงสถิติซึ่งกำหนดให้ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการวิเคราะห์อยู่ในลักษณะคงที่ เช่น ราคา อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายและมาตรการของรัฐที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบพลวัต และควรใช้กับแบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ เพราะสามารถบอกได้ว่า ค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงมีสาเหตุมาจากปัจจัยใด

5. ในการศึกษาครั้งนี้มีปัญหาในด้านการรวบรวมข้อมูล เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่จะถูกรวบรวมเก็บในหลายหน่วยงานด้วยกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้เข้าซ้อนแต่ไม่ตรงกันทั้งที่เป็นข้อมูลเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ข้อมูลบางอย่างไม่ได้รวบรวมเก็บอย่างต่อเนื่อง ทำให้ข้อมูลขาดความต่อเนื่องไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งที่เป็นข้อมูลสำคัญ ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบเก็บรวบรวมข้อมูลควรมีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องและให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนและการจัดทำนโยบายของยางพาราต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2518. การศึกษาความต้องการยางพารา. กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2542ก. ยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราครบวงจร. กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2542ข. ข้อมูลทางวิชาการยางพารา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543ก. สถิติยางประเทศไทย ปีที่ 29 (2543). กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543ข. สถานะตลาดและราคายางธรรมชาติ. กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ก. มูลค่าการนำเข้ายางพาราธรรมชาติของประเทศญี่ปุ่น พ.ศ. 2538-2542.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ข. มูลค่าการนำเข้ายางพาราธรรมชาติของประเทศจีน พ.ศ. 2538-2542.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ค. มูลค่าการนำเข้ายางพาราธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ.
2538-2542. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2543. สถิติการค้าและเครื่องจักรอุตสาหกรรมของไทยปี พ.ศ. 2523-2542.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จิรกรณ์ สวัสดิ์รักษ์. 2531. การวิเคราะห์โครงการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉกรรจ์ แสงรักษาวงศ์. 2543. การประชุมวิชาการยางพารา ประจำปี 2543. สถาบันวิจัยยาง, กรมวิชาการเกษตร.(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)
- ฉัตรชัย โชตนาการ. 2524. การวิเคราะห์ความต้องการยางพาราไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลลิกา ทิพยกุล. 2542. โครงการวิจัยย่อย ประจำปี 2542. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)
- นิรนาม. 2542. “ศักยภาพการพัฒนายางพาราของไทย“ วารสารยางพารา (มกราคม-เมษายน2542): น. 7
- พรศักดิ์ อรุณศิริพร. 2532. ผลกระทบของปัจจัยภายนอกที่มีต่ออุปสงค์และอุปทานของยางธรรมชาติในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไวยวุฒิ สีนเจริญกุลและเวท ไทยนุกุล. 2539. “สถานการณ์ตลาดยางในปัจจุบันและอนาคต” เอกสารวิชาการ เลขที่ 7. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)
- ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรบุญฑูร. 2542. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรินทร์ แต่งอุทัย และกิตติ ศิลปนุรักษ์. 2538. “การจัดการตลาดยางพารา” เอกสารวิชาการ เลขที่ 10. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)
- เสริมลาภ วสุวัต. 2522. สถานการณ์ยางของโลกและอนาคตการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Balass, B. 1979. **Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage.** Manchester; The mancher school of Economic and Social Studies.

International Monetary Fund. 2000. **Direction of Trade Statistic.** New York.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลเพิ่มเติมที่ใช้คำนวณผลการวิเคราะห์

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่าง ปี พ.ศ. 2538-2542 (พันล้านเยน)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
ไทย	950	1,111	1,157	1,068	1,008
มาเลเซีย	992	1,279	1,375	1,133	1,241
อินโดนีเซีย	1,335	1,653	1,769	1,416	1,416
สิงคโปร์	644	797	710	616	618
เวียดนาม	161	220	264	229	223
สหรัฐอเมริกา	7,076	8,631	9,149	8,778	7,640
สาธารณรัฐประชาชนจีน	3,381	4,400	5,062	4,844	4,875
เกาหลี	1,622	1,735	1,763	1,577	1,824
ประเทศอื่นๆ	15,388	18,167	19,707	16,993	33,444
รวม	31,549	37,993	40,956	36,654	35,268

ที่มา: (International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2538	2540	2541	2542
ไทย	1,611	1,890	2,005	2,423	2,782
มาเลเซีย	2,071	2,244	2,485	2,675	3,607
อินโดนีเซีย	2,052	2,280	2,673	2,462	3,051
ฟิลิปปินส์	276	373	327	517	908
ไต้หวัน	14,784	16,180	16,434	16,694	19,537
ญี่ปุ่น	29,005	29,181	28,988	28,307	33,778
สหรัฐอเมริกา	16,118	16,155	16,288	16,997	19,488
เกาหลีใต้	10,293	12,482	14,884	15,021	17,232
ประเทศอื่นๆ	55,874	58,048	58,056	57,751	65,396
รวม	132,048	138,833	142,140	140,385	165,779

ที่มา: (International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี
พ.ศ. 2538-2542 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.				
	2538	2539	2540	2541	2542
อินโดนีเซีย	7,435	8,250	9,188	9,341	9,525
ไทย	11,348	11,336	12,602	13,436	14,330
มาเลเซีย	17,455	17,829	18,027	19,000	21,424
ไนจีเรีย	4,930	5,978	6,349	4,194	4,385
สิงคโปร์	18,561	20,343	20,075	18,356	18,191
แคนาดา	144,370	155,893	167,234	173,256	198,711
ญี่ปุ่น	123,479	115,187	121,663	121,845	130,864
เม็กซิโก	62,101	74,297	85,938	94,629	109,721
ประเทศอื่นๆ	353,864	386,176	428,628	457,839	517,467
รวม	743,543	795,289	869,704	911,896	1,024,618

ที่มา: (International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 ราคาขายส่งออกยางพารา (บาท/กิโลกรัม) และดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออก
ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542

ปี พ.ศ.	ราคาขายส่งออกยางพารา ¹ (เฉลี่ย) (บาท/กิโลกรัม)	ดัชนีราคาขายส่งสินค้าส่งออก ² (ปีฐาน 2538 =100)
2523	27.27	57.49
2524	22.23	57.93
2525	17.47	59.26
2526	21.46	60.66
2527	21.90	64.59
2528	19.85	63.45
2529	19.42	64.85
2530	22.55	68.46
2531	29.82	75.51
2532	22.99	76.78
2533	20.03	76.33
2534	20.5	77.28
2535	20.27	78.87
2536	20.59	77.22
2537	25.78	85.91
2538	36.44	100.00
2539	34.07	101.02
2540	30.24	100.32
2541	29.99	120.43
2542	23.58	106.47

ที่มา: ¹(กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

²(กระทรวงพาณิชย์, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 5 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย
ไปยังประเทศญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ส่งออก ¹ (ตัน)	ราคาส่งออก ¹ (บาท/ กิโลกรัม)	ดัชนีราคา ผู้บริโภค ² (ปีฐาน 2538 = 100)	รายได้เฉลี่ย ต่อคน ² (พันเยน)	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ² (บาท/ร้อยเยน)
2523	299,311	27.27	76.30	2,056.13	9.13
2524	332,937	22.23	80.00	2,192.44	9.95
2525	320,941	17.47	82.20	2,283.94	9.31
2526	220,074	21.46	83.80	2,361.64	9.75
2527	33,849	21.90	85.70	2,502.86	10.25
2528	347,883	19.85	87.40	2,651.60	12.45
2529	373,540	19.42	88.00	2,761.19	15.77
2530	401,830	22.55	88.10	2,864.77	17.94
2531	427,956	29.82	88.70	3,050.85	19.87
2532	466,419	22.99	90.70	3,250.17	18.75
2533	440,039	20.03	93.40	3,482.67	17.77
2534	477,761	20.50	96.50	3,697.15	19.05
2535	491,086	20.27	98.20	3,786.08	20.41
2536	477,010	20.59	99.40	3,808.23	22.90
2537	521,741	25.78	100.10	3,828.57	24.72
2538	561,766	36.44	100.00	3,851.28	26.75
2539	529,992	34.07	100.10	3,978.29	23.35
2540	563,195	30.24	101.80	4,042.56	26.01
2541	499,629	29.99	102.50	3,943.51	31.95
2542	509,701	23.58	102.20	3,915.70	33.66

ที่มา: ¹ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

² (International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย
ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ส่งออก ¹ (ตัน)	ราคาส่งออก ¹ (บาท/ กิโลกรัม)	ดัชนีราคา ผู้บริโภคร ² (ปีฐาน 2538 = 100)	รายได้เฉลี่ย ต่อคน ² (พันหยวน)	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ² (บาท/หยวน)
2523	16,500	27.27	28.20	0.46	4.41
2524	9,950	22.23	30.14	0.49	4.01
2525	31,814	17.47	29.66	0.54	3.82
2526	39,910	21.46	31.61	0.58	3.93
2527	41,836	21.90	31.05	0.68	4.02
2528	59,437	19.85	31.21	0.82	3.63
2529	70,768	19.42	33.39	0.93	3.81
2530	133,480	22.55	36.33	0.07	4.02
2531	118,939	29.82	43.85	1.31	4.22
2532	194,271	22.99	51.00	1.45	4.32
2533	166,261	20.03	51.65	1.59	4.11
2534	188,648	20.50	54.29	1.82	4.26
2535	251,627	20.27	58.47	2.19	4.59
2536	240,691	20.59	68.44	2.88	4.32
2537	235,801	25.78	85.54	3.82	2.83
2538	150,317	36.44	100.00	4.79	2.81
2539	382,580	34.07	105.99	5.54	2.79
2540	229,924	30.24	111.83	6.02	3.57
2541	237,642	29.99	92.46	6.36	4.77
2542	243,318	23.58	97.78	6.48	4.05

ที่มา: ¹(กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

²(International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 7 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกยางพาราของไทย
ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ส่งออก ¹ (ตัน)	ราคาส่งออก ¹ (บาท/ กิโลกรัม)	ดัชนีราคา ผู้บริโภค ² (ปีฐาน 2538 = 100)	รายได้เฉลี่ย ต่อคน ² (เหรียญสหรัฐ)	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ² (บาท/ดอลลาร์)
2523	38,505	27.27	54.10	12.27	20.38
2524	42,057	22.23	59.70	13.62	21.72
2525	48,096	17.47	63.30	14.04	22.90
2526	71,978	21.46	65.40	15.09	22.90
2527	67,739	21.90	68.20	16.49	23.54
2528	81,237	19.85	70.60	17.50	27.06
2529	85,686	19.42	71.90	18.17	26.20
2530	92,889	22.55	74.60	19.53	25.43
2531	95,498	29.82	77.60	20.85	25.19
2532	98,398	22.99	81.40	22.19	25.74
2533	99,802	20.03	85.70	23.22	25.55
2534	127,022	20.50	89.40	23.69	25.50
2535	117,826	20.27	92.10	24.74	25.40
2536	183,653	20.59	94.80	25.74	25.26
2537	214,760	25.78	97.30	27.07	25.05
2538	231,859	36.44	100.00	28.13	24.81
2539	174,352	34.07	102.90	29.43	25.34
2540	239,595	30.24	105.30	30.97	31.22
2541	280,355	29.99	107.00	32.38	41.31
2542	235,286	23.58	109.30	33.89	37.83

ที่มา: ¹(กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543ก)

²(International Monetary Fund, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

การแสดงผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่น

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LNQUANTI	12.8295	.6148	20
LNPWPI	3.1708	.2041	20
LNRATES	2.8644	.4199	20
DUMMY	.1500	.3663	20

Correlations

		LNQUANTI	LNPWPI	LNRATES	DUMMY
Pearson Correlation	LNQUANTI	1.000	.275	.616	.237
	LNPWPI	.275	1.000	.503	.322
	LNRATES	.616	.503	1.000	.563
	DUMMY	.237	.322	.563	1.000
Sig. (1-tailed)	LNQUANTI	.	.120	.002	.157
	LNPWPI	.120	.	.012	.083
	LNRATES	.002	.012	.	.005
	DUMMY	.157	.083	.005	.
N	LNQUANTI	20	20	20	20
	LNPWPI	20	20	20	20
	LNRATES	20	20	20	20
	DUMMY	20	20	20	20

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DUMMY, LNPWPI, LNRATES ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.630 ^a	.397	.284	.5200	1.979

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNPWPI, LNRATES

b. Dependent Variable: LNQUANTI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.854	3	.951	3.518	.039 ^a
	Residual	4.327	16	.270		
	Total	7.181	19			

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNPWPI, LNRATES

b. Dependent Variable: LNQUANTI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.198	1.952		5.224	.000
	LNPWPI	-.114	.677	-.038	-.169	.868
	LNRATES	1.059	.377	.723	2.809	.013
	DUMMY	-.265	.395	-.158	-.670	.512

a. Dependent Variable: LNQUANTI

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	LNQUANTI
5	-3.616	10.43

a. Dependent Variable:
LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12.1623	13.2963	12.8295	.3876	20
Residual	-1.8803	.4470	-2.66E-16	.4772	20
Std. Predicted Value	-1.721	1.204	.000	1.000	20
Std. Residual	-3.616	.860	.000	.918	20

a. Dependent Variable: LNQUANTI



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LNQUANTI	11.5806	1.0146	20
LNGPI	1.1732	.4466	20
LNPWPI	3.4351	.1814	20
LNRATE	1.3539	.1555	20
DUMMY	.1500	.3663	20

Correlations

		LNQUANTI	LNGPI	LNPWPI	LNRATE	DUMMY
Pearson Correlation	LNQUANTI	1.000	.878	-.631	-.184	.338
	LNGPI	.878	1.000	-.604	-.244	.637
	LNPWPI	-.631	-.604	1.000	-.211	-.465
	LNRATE	-.184	-.244	-.211	1.000	.159
	DUMMY	.338	.637	-.465	.159	1.000
Sig. (1-tailed)	LNQUANTI	.	.000	.001	.219	.073
	LNGPI	.000	.	.002	.150	.001
	LNPWPI	.001	.002	.	.186	.020
	LNRATE	.219	.150	.186	.	.252
	DUMMY	.073	.001	.020	.252	.
N	LNQUANTI	20	20	20	20	20
	LNGPI	20	20	20	20	20
	LNPWPI	20	20	20	20	20
	LNRATE	20	20	20	20	20
	DUMMY	20	20	20	20	20

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DUMMY, LNRATE, LNPWPI, LNGPI	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.893	.864	.3743	1.771

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNRATE, LNPWPI, LNGPI

b. Dependent Variable: LNQUANTI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.458	4	4.364	31.159	.000 ^a
	Residual	2.101	15	.140		
	Total	19.559	19			

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNRATE, LNPWPI, LNGPI

b. Dependent Variable: LNQUANTI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.337	3.150		3.282	.005
	LNGPI	2.546	.348	1.121	7.318	.000
	LNPWPI	-.793	.672	-.142	-1.180	.256
	LNRATE	.868	.704	.133	1.232	.237
	DUMMY	-1.284	.336	-.464	-3.818	.002

a. Dependent Variable: LNQUANTI

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.7909	12.7675	11.5806	.9586	20
Residual	-.6556	.6188	1.599E-15	.3325	20
Std. Predicted Value	-1.867	1.238	.000	1.000	20
Std. Residual	-1.752	1.653	.000	.889	20

a. Dependent Variable: LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LNQUANTI	11.6210	.6031	20
LNPWPI	3.4351	.1814	20
LNGPI	3.2692	9.695E-02	20
DUMMY	.1500	.3663	20

Correlations

		LNQUANTI	LNPWPI	LNGPI	DUMMY
Pearson Correlation	LNQUANTI	1.000	-.570	.933	.580
	LNPWPI	-.570	1.000	-.578	-.465
	LNGPI	.933	-.578	1.000	.619
	DUMMY	.580	-.465	.619	1.000
Sig. (1-tailed)	LNQUANTI	.	.004	.000	.004
	LNPWPI	.004	.	.004	.020
	LNGPI	.000	.004	.	.002
	DUMMY	.004	.020	.002	.
N	LNQUANTI	20	20	20	20
	LNPWPI	20	20	20	20
	LNGPI	20	20	20	20
	DUMMY	20	20	20	20

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DUMMY, LNPWPI, LNGPI	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LNQUANTI

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 ^a	.872	.849	.2347	.970

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNPWPI, LNGPI

b. Dependent Variable: LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.029	3	2.010	36.481	.000 ^a
	Residual	.881	16	5.509E-02		
	Total	6.910	19			

a. Predictors: (Constant), DUMMY, LNPWPI, LNGPI

b. Dependent Variable: LNQUANTI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.312	3.273		-1.928	.072
	LNPWPI	-.158	.369	-.047	-.428	.674
	LNGPI	5.652	.778	.909	7.261	.000
	DUMMY	-7.26E-03	.190	-.004	-.038	.970

a. Dependent Variable: LNQUANTI

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.6694	12.6013	11.6210	.5633	20
Residual	-.3358	.3748	2.842E-15	.2154	20
Std. Predicted Value	-1.689	1.740	.000	1.000	20
Std. Residual	-1.431	1.597	.000	.918	20

a. Dependent Variable: LNQUANTI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้