

## บทที่ 2

### โครงร่างทฤษฎี

#### การตรวจเอกสาร

การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการระบาดของโรคไข้หวัดนกที่มีต่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปสหภาพยุโรปสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยซึ่งมีดังนี้

ชลเชษฐ์ (2538) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ เพื่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นและเยอรมันในระหว่างปี 2520-3536 โดยใช้วิธีการทางเศรษฐมิติสร้างสมการในรูปแบบของสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดมาทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรในแต่ละตัวซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยโดยใช้ข้อมูลทศนิยมแบบอนุกรมเวลาที่รวบรวมจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2520-2536 ผลการศึกษาพบว่ากรณีตลาดญี่ปุ่นปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อัตราภาษีการนำเข้าไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น รองลงมาได้แก่ ราคาส่งออก เอฟ โอ บี ไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่น ของปัจจัยดังกล่าวเท่ากับ -3.1403 และ 2.0538 ตามลำดับ สำหรับผลการพยากรณ์ปรากฏว่าในช่วงปี 2537-2541 คาดว่าอุปสงค์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น จะมีมูลค่าเฉลี่ยปีละประมาณ 59.06 ตัน สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ราคาส่งออก เอฟ โอ บี ไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออก เอฟ โอ บี ไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยดังกล่าวเท่ากับ 2.8353 และ 2.6177 ตามลำดับสำหรับผลการพยากรณ์ปรากฏว่าในช่วงปี 2537-2541 คาดว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งประเภทติดกระดูกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะมีมูลค่าเฉลี่ยปีละประมาณ 249,286 ตัน

สำหรับกรณีตลาดเยอรมัน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปประเทศเยอรมัน ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อหัวของประชากรชาวเยอรมันและราคาส่งออก เอฟ โอ บี ไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปประเทศเยอรมัน โดยมีค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยดังกล่าวเท่ากับ 3.1096 และ-1.0023 ตามลำดับ สำหรับผลการพยากรณ์ปรากฏว่าในช่วงปี 2537-2541 คาดว่าอุปสงค์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปประเทศเยอรมันจะมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ ประมาณ 95,824.80 ตัน

จากการศึกษาเอกสารดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ถ้าประเทศไทยต้องการขยายการส่งออกและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่แข็งในตลาดต่างประเทศแล้ว ควรจะให้ความสำคัญในแง่ของการแข่งขันทางด้านราคาให้มากที่สุดโดยพยายามลดต้นทุนการผลิตที่จะทำให้ราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยถูกลง และจะทำให้ความต้องการไก่สดแช่แข็งของไทยเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สุลี (2539) ทำการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปญี่ปุ่น และเพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปญี่ปุ่น โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์แบบเส้นถดถอยเชิงซ้อนที่ประมาณค่าโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดซึ่งอุปสงค์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นกับราคาประเทศคู่แข่งเมื่อปีที่แล้ว รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของญี่ปุ่นและอัตราแลกเปลี่ยน ส่วนอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปตลาดญี่ปุ่นกับราคาขายปลีกภายในประเทศเมื่อปีที่แล้ว และปริมาณการผลิตไก่เนื้อในประเทศไทยโดยการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรเหล่านั้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 89.47 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนปริมาณการผลิตไก่เนื้อในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับอุปทานการส่งออกในทิศทางเดียวกันมีค่าความยืดหยุ่น 1.69 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการศึกษาเอกสารข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งเปรียบเทียบของไทยกับประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติที่แท้จริง และอัตราแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งที่กำหนดอุปสงค์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นซึ่งตัวกำหนดอุปสงค์ทั้ง 3 นี้จะเห็นได้ว่าเป็นตัวกำหนดพื้นฐานในด้านอุปสงค์ที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการค้าระหว่างประเทศโดยทั่วไปและสามารถนำ

มาเป็นแนวทางในการศึกษาในเรื่องอุปสงค์การนำเข้าสินค้าได้ต่อไป

รังสิมา (2544) ทำการศึกษาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของตลาดส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยในตลาดเยอรมันนี ตลาดญี่ปุ่น ตลาดเกาหลีใต้ และตลาดเนเธอร์แลนด์ซึ่งทำการศึกษาภาวະทั่วไปของการผลิต การตลาดของไก่สดแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย และยังศึกษาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าในตลาดส่งออกไก่สดแช่แข็งที่สำคัญของไทยโดยได้มีการทำการศึกษาเน้นเฉพาะไก่แปรรูปแช่แข็ง (Chick frozen) โดยระยะเวลาในการทำการศึกษาเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2544 ผลการศึกษาพบว่าในตลาดญี่ปุ่น ค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งแสดงว่าการขยายตัวของตลาดไม่เป็นที่น่าพอใจ แต่มีปัจจัยที่ส่งเสริมการบริโภค คือ ระยะทางการขนส่งระยะสั้นและคุณภาพของสินค้าในด้านฝีมือการผลิตเป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภคจึงเป็นสาเหตุเกื้อหนุนที่ทำให้มูลค่าการส่งออกไก่แปรรูปแช่แข็งของประเทศไทยไปญี่ปุ่นมีเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนในตลาดเยอรมันพบว่าค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 และตลาดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องซึ่งมีปัจจัยส่งเสริม คือ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศทางการค้าทางการลงทุน และการส่งเสริมด้านวิชาการและเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศเยอรมันมีอัตราการขยายตัวเป็นบวกตั้งแต่ปี 2540 และคนเยอรมันส่วนใหญ่ก็ใช้รายได้ไปกับการบริโภคมากถึงร้อยละ 64 ต่อปี แต่ที่เป็นอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญในตลาดเยอรมันก็คือ การควบคุมมาตรฐานของสินค้าให้ขึ้นไปตามมาตรฐานของยุโรปและประเทศไทยก็ยังต้องการการปรับปรุงคุณภาพสินค้าไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยให้ขึ้นไปตามมาตรฐานและความต้องการของตลาดในยุโรปมากขึ้นส่วนในการศึกษาในตลาดเกาหลีใต้ และเนเธอร์แลนด์ พบว่าค่า RCA ของเกาหลีใต้มีค่ามากกว่า 1 แต่ตลาดเนเธอร์แลนด์มีค่า RCA น้อยกว่า 1

พีระ (2545) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางการค้าที่มีโชภายีของสหภาพยุโรปที่มีผลกระทบต่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทย โดยในการวิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางการค้าที่มีโชภายีของสหภาพยุโรปที่มีต่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยศักยภาพในการส่งออกปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานไก่เนื้อของไทย และผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่ออุปสงค์ไก่สดแช่แข็งของประเทศเยอรมันจากไทยจากการดำเนินมาตรการทางการค้าเกี่ยวข้องกับ GMOs ของสหภาพยุโรปโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างสองช่วงเวลาคือ ก่อนการใช้และหลังการใช้มาตรการทางการค้า (พ.ศ. 2528-2543) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่าก่อนการมีมาตรการด้านสินค้าตัดแต่งพันธุกรรม ค่า RCA ของประเทศไทยในการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศเยอรมันมีค่าสูงกว่า 1 ทุกปียกเว้นปี พ.ศ. 2528 ซึ่งเป็นปีแรกที่ไทยได้ไปเปิดตลาดในประเทศเยอรมันจากค่า RCA ที่มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในสินค้าไก่สดแช่แข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศเยอรมันและในช่วงที่มีการใช้นโยบายสิน

ค่าตัดแต่งพันธุกรรม โดยปี พ.ศ. 2542 เป็นปีแรกที่สหภาพยุโรปเริ่มใช้นโยบายทางการค้าสินค้าตัดแต่งทางพันธุกรรมแต่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยกลับมีค่าเพิ่มเป็น 3.311 และในปีพ.ศ. 2543 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยลดลงซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่วงที่มีการใช้นโยบายสินค้าตัดแต่งพันธุกรรมค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าลดลงแต่ก็ยังมีค่ามากกว่า 1 อยู่ซึ่งแสดงว่าประเทศไทยยังมีศักยภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งอยู่ แต่ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่สามารถบอกได้ว่าเกิดผลกระทบมาจากเรื่องสินค้าตัดแต่งทางพันธุกรรมเนื่องจากการคำนวณหาค่า RCA ได้ใช้ข้อมูลมูลค่าการส่งออกและการนำเข้ามาใช้ในการคิดคำนวณดังนั้น RCA จึงไม่ได้เชื่อมโยงไปให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการทางการผลิตและการใช้มาตรการทางการค้าของสินค้าชนิดนั้นได้

ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังประเทศเยอรมัน คือ ราคาไก่ของไทย จำนวนประชากรของประเทศเยอรมัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงมาตรการการกีดกันสินค้า GMOs พบว่าปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้มีผลกระทบไปในทิศทางเดียวกับกับอุปสงค์การนำเข้าซึ่งนั่นแสดงให้เห็นว่าไก่แช่แข็งของไทยในสายตาของคนเยอรมันเป็น Giffen Goods และผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานไก่เนื้อของประเทศไทย พบว่าราคาขายส่งไก่เนื้อมีผลกระทบต่ออุปทานไก่เนื้อในทิศทางเดียวกัน ส่วนราคาขายส่งปัจจัยการผลิตมีผลต่ออุปทานไก่เนื้อในทิศทางตรงกันข้าม

จากการตรวจเอกสารทั้ง 2 เอกสารข้างต้นพบประเด็นที่สำคัญคือ สหภาพยุโรปเป็นตลาดที่มีการนำมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในมาใช้เป็นแนวทางในการกีดกันทางการค้า ซึ่งส่งผลให้ประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในกลุ่มประเทศนี้ต้องมีการปรับปรุงทางการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่ทางสหภาพยุโรปกำหนดขึ้น โดยเฉพาะในการพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังประเทศเยอรมันที่ได้จากการตรวจเอกสารของปีระนั้นจึงเป็นแนวทางที่สำคัญจะนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 เป็นการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของสินค้าอาหารของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

พนิตดา (2542) ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งไทยในประเทศญี่ปุ่นซึ่งเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดคือ อินโดนีเซียและอินเดีย โดยผลการศึกษพบว่าปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ประเทศไทยได้เปรียบประเทศอินโดนีเซียและอิน

เดีย คือ สภาพสภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศอันได้แก่ ความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบ กุ้ง ระบบคมนาคมและสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนภายในประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมห้องเย็น ยุทธรการและโครงสร้างบริษัท สภาพการแข่งขันภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการพัฒนาของผู้ประกอบการ และเหตุสุดวิสัย สำหรับปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศอินโดนีเซียและอินเดียคือ สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศโดยเฉพาะเงินทุนที่หมุนเวียนและค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง และนอกจากนี้ยังพบว่าทั้งสามประเทศมีสิ่งที่มีเหมือนกันคือ ขาดสภาวะอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนภายในประเทศ โดยเฉพาะวัตถุดิบที่เป็นอาหารกุ้งซึ่งบางส่วนต้องนำเข้าจากต่างประเทศ การสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐบาลซึ่งแนวทางในการแก้ไขต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อมุ่งเน้นคุณภาพมาตรฐานสินค้าและสุขอนามัยอีกทั้งพัฒนาการแปรรูปอาหารให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

มนสิทธิ ( 2547) ทำการศึกษาถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะ โครงสร้างทางการผลิตและการส่งออกตลอดจนศึกษาถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยไปยังตลาดโลกซึ่งทำการศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันซึ่งทำการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2537-2545 โดยที่ผลจากการศึกษาพบว่าค่าดัชนี RCA ของประเทศไทยมีค่าลดลงตลอดในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา แต่ก็ยังมีค่ามากกว่า 1 ตั้งแต่ พ.ศ. 2537-2544 สำหรับการส่งออกกุ้งแช่แข็งของประเทศคู่แข่ง คือ เอกวาดอร์ เวียดนาม บังคลาเทศ อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย อาร์เจนตินาและเม็กซิโกต่างก็มีค่า RCA มากกว่า 1 เรียงตามลำดับและผลจากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของของไทยในช่วงที่มีการศึกษามีมูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 151.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมีสาเหตุมาจากผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกผลจากการกระจายตลาด ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากความสามารถในการแข่งขัน ส่วนในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตลดลงเนื่องมาจากวัตถุดิบในการผลิตที่มีราคาเพิ่มขึ้น ค่าจ้างแรงงานที่แพงขึ้น การขาดแคลนเทคโนโลยีบุคลากร และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนพบว่าแม้ว่าจะมีความพร้อมแต่ก็ยังคงขาดการประสานงานที่เป็นระบบและยังไม่มีหน่วยงานใดที่รับผิดชอบในเรื่องนี้อย่างจริงจังทำให้การผลิตที่เกิดขึ้นไม่มีศักยภาพมากเพียงพอ ในตอนท้ายของการศึกษายังมีการแนะนำให้มีการแก้ไขอย่างเป็นระบบทั้งทางภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

จากการตรวจเอกสารทั้ง 2 เอกสารข้างต้น จะเห็นได้ว่าในการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันนั้น ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งที่ประเทศไทยมีความเสียเปรียบมากที่สุดคือ รัฐบาล อันเนื่องมาจากสิ่งที่สำคัญในการส่งออกสินค้าอาหารไปยังต่างประเทศ คือ มาตรฐานสินค้าและสุขอนามัย ดังนั้นการแก้ไขและปรับปรุงจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐเป็นสำคัญ โดยที่การวิเคราะห์เรื่องผลกระทบของโรคไข้หวัดนกที่มีต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปสหภาพยุโรปนั้น มีแนวทางเดียวกับการศึกษาในเอกสารทั้งสองนั่นเอง

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้นี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยอื่นๆ ที่สำคัญ คือ การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการวิจัยที่เน้นศึกษาถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้จึงอาจเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคตหรือการศึกษาในครั้งต่อไปได้

### **แนวคิดและทฤษฎี**

ในระยะเวลาที่ผ่านมาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศได้มีการปรับพัฒนาแนวคิดมาอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้มีความสอดคล้องและมีความเป็นเหตุเป็นผลกับสภาพความเป็นจริงในโลกปัจจุบันให้มากที่สุด สำหรับแนวคิดทางทฤษฎีที่นำมาวิเคราะห์ผลกระทบจากการระบาดของโรคไข้หวัดนกที่มีต่อการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปสหภาพยุโรป คือ แนวคิดอุปสงค์การนำเข้าแบบดั้งเดิม แนวคิดอุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศ และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

### **แนวคิดแบบดั้งเดิม (Traditional Approach)**

แนวคิดอุปสงค์แบบดั้งเดิมนี้ (Henderson M. James and Quandt E. Richard , 1980 อ้างถึงใน ปีณญาต, 2540: 22-27) เป็นแนวคิดที่ว่าสินค้านำเข้าไม่สามารถทดแทนสินค้าที่ผลิตในประเทศได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นสินค้านำเข้าจึงถูกพิจารณาเป็นสินค้าหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคให้ได้หรือลดประโยชน์สูงสุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะแสวงหาความพอใจสูงสุดด้วยข้อจำกัดของเงินที่มีอยู่และภายใต้ราคาสินค้าในท้องตลาด อุปสงค์ของผู้บริโภคคนหนึ่งต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นมาจากความพยายามทำให้หรือลดประโยชน์ของเขาสูงสุดภายใต้ขอบเขตรายได้และราคาตลาด ข้อมูลต่างๆ ที่ให้ความพอใจผู้บริโภคจะรวมอยู่ใน ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ตามแนวความคิดนี้จะต้องมีเครื่องมือพื้นฐานดังต่อไปนี้

ก. ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ มีข้อสมมติพื้นฐานที่สำคัญ คือ

- 1) ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ จะต้องเป็นแบบต่อเนื่องและสามารถหาอนุพันธ์อันดับแรกและอันดับสองได้
- 2) มีลักษณะโค้งเข้าหาจุดกำเนิดเพื่อสัมผัสเส้นงบประมาณ (Budget Line) เพียงจุดเดียวได้และเป็น Unique Solution
- 3) อนุพันธ์เฉพาะส่วนจะต้องมีค่าเป็นบวก ซึ่งหมายความว่ายิ่งบริโภคมากยิ่งมีความพอใจมาก
- 4) ฟังก์ชันอรรถประโยชน์จะคงที่ในช่วงเวลาหนึ่งแต่เมื่อเวลาต่างกันความต้องการจะต่างไปในทฤษฎีผู้บริโภคจึงเป็นการพิจารณาทางสถิติและแบบแผนการบริโภคจะวิเคราะห์ในระยะเวลานึงเท่านั้น

ข. เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve) คือเส้นที่แสดงส่วนประกอบของสินค้า 2 ชนิดขึ้นไปที่ทำให้ความพอใจกับผู้บริโภคเท่ากัน ไม่ว่าจะเลือกบริโภคในสัดส่วนใดก็ตาม โดยมีข้อสมมติต่างๆ ของเส้นความพอใจเท่ากันดังนี้

- 1) ผู้บริโภคจะต้องระบุได้ว่าพอใจในสินค้าใดมากกว่ากัน โดยที่สามารถเรียงลำดับความพอใจเหล่านั้นได้
- 2) ผู้บริโภคจะไม่มีจุดอิมิตวในการบริโภคในสินค้าแต่ละชนิด

ค. เส้นงบประมาณ (Budget Line) คือ เส้นที่แสดงถึงส่วนประกอบของสินค้าตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ภายใต้งบประมาณที่กำหนดให้จำนวนหนึ่ง ถ้ากำหนดราคาสินค้า A เท่ากับ  $P_a$  ราคาสินค้า B เท่ากับ  $P_b$  ปริมาณสินค้า A เท่ากับ A ปริมาณสินค้า B เท่ากับ B เงินงบประมาณหรือรายได้ของผู้บริโภคเท่ากับ Y และผู้บริโภคจะใช้รายได้ที่มีอยู่ทั้งหมดในการบริโภคสินค้า A และสินค้า B เท่านั้น สามารถเขียนความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$P_a A + P_b B = Y$$

$$B = Y/P_b - (P_a/P_b)A$$

จากสมการข้างต้นเส้นงบประมาณดังกล่าวมีจุดตัดแกนตั้งที่  $Y/P_b$  และมีค่าความชัน  $P_a/P_b$  ซึ่งก็คือ อัตราส่วนของราคาโดยเปรียบเทียบของสินค้า 2 ชนิดนั้น ดังนั้นตัวแปรที่กำหนดเส้นงบประมาณจึงได้แก่ รายได้ และ ราคาของสินค้าทั้ง 2 ชนิด

จากแนวคิดดั้งเดิมข้างต้นนำมาวิเคราะห์อุปสงค์นำเข้า (Import Demand) ดังนี้ สมมติให้มีสินค้า 2 ชนิด คือ สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ (D) และสินค้านำเข้า (M) สามารถเขียน Utility Function ของผู้บริโภคคนใดๆ ได้ดังนี้

$$U = u(D, M)$$

ภายใต้เงื่อนไข

$$P_d D + P_m M = Y$$

จะได้สมการ Lagrangian Function (L) เป็น

$$L = u(D, M) + \lambda (Y - P_d D - P_m M)$$

จะได้เงื่อนไขจำเป็นอันดับที่ 1 จากการหาอนุพันธ์อันดับที่ 1 ของสมการ Lagrangian Function เทียบกับตัวแปรอิสระ D, M และ  $\lambda$  ตามลำดับแล้วให้เท่ากับ 0 จะได้

$$\frac{\partial L}{\partial D} = U_d - \lambda P_d = 0$$

$$\frac{\partial L}{\partial M} = U_m - \lambda P_m = 0$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = Y - P_d D + P_m M = 0$$

จากสมการทั้ง 3 สมการข้างต้นสามารถหาอุปสงค์ของผู้บริโภคในแต่ละสินค้าได้โดยฟังก์ชันราคาและรายได้ ดังนี้

$$Q_d = Q_d(P_d, P_m, Y)$$

$$Q_m = Q_m(P_d, P_m, Y)$$

ซึ่งอุปสงค์ของสินค้าในสมการทั้ง 2 สมการนี้ยังไม่เพียงพอที่จะสรุปได้ว่าให้ความพอใจสูงสุดจึงต้องพิจารณาหาอนุพันธ์อันดับ 2 ร่วมด้วยโดยพิจารณาค่า Bordered Hessian Determinant จะต้องมากกว่า 0 จึงจะให้ความพอใจสูงสุด

เมื่อรวมอุปสงค์สินค้านำเข้าของแต่ละบุคคลภายในประเทศจากสมการอุปสงค์ได้แล้ว ( $Q_m$ ) จะได้ฟังก์ชันอุปสงค์รวมของการนำเข้า (Import Demand Function) ของประเทศใดๆ ดังนี้

$$M^d = m^d(P_m, P_d, Y_d)$$

โดยที่  $M^d$  คือ ปริมาณสินค้านำเข้า

$P_m$  คือ ระดับราคาสินค้านำเข้า

$P_d$  คือ ระดับราคาสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ

$Y^d$  คือ รายได้ในรูปตัวเงินของประเทศแสดงถึงผู้บริโภคมียภาพลวงตาทางการเงิน

ในกรณีที่ไม่มีภาพลวงตาทางการเงิน (Money Illusion) ผู้บริโภคจะพิจารณาสินค้าในรูปของราคาเปรียบเทียบ อุปสงค์สินค้าเข้ากรณีนี้จะเป็นดังนี้

$$\text{Max } U = u(D, M)$$

ภายใต้เงื่อนไข

$$D + (P_m/P_d) M = Y/P_d$$

โดยวิธีเดียวกับข้างต้นจะได้อุปสงค์ต่อสินค้านำเข้าที่ไม่มีภาพลวงตาทางการเงินดังนี้

$$M^d = m^d(P_m/P_d, Y^d/P_d)$$

สมการดังกล่าวจึงเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของอุปสงค์การนำเข้าแบบดั้งเดิมซึ่งใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณทั่วไป

### แนวคิดอุปสงค์นำเข้า

โดยทั่วไปแล้วการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งมีความต้องการในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจากต่างประเทศนั้นย่อมมีสาเหตุด้วยกันหลายประการ อาทิ เช่น ทรัพยากรที่แตกต่างกันภายในประเทศ การที่ประเทศผลิตสินค้าได้ไม่เพียงพอกับความต้องการในประเทศทั้งจำนวนสินค้าและชนิดประเภทสินค้า และการขาดแคลนปัจจัยบางชนิด อันเป็นสาเหตุทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น ซึ่งความต้องการสินค้าใดๆ ก็ตามเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศ หรือที่เรียกว่า อุปสงค์นำเข้า ก็มีที่มาจากการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศในเชิงมหภาคโดยที่สามารถสรุปได้ว่าสิ่งที่กำหนดความต้องการสินค้าจากต่างประเทศ หรืออุปสงค์นำเข้านั้น มีดังต่อไปนี้

### อัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rates)

อัตราแลกเปลี่ยน คือ ราคาของเงินตราสกุลหนึ่งเมื่อเทียบกับเงินตราสกุลอื่นๆ อันเนื่องมาจากว่า อัตราแลกเปลี่ยนเป็นราคาที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าโดยทั่วไป เพราะอัตราแลกเปลี่ยนเป็นตัวเชื่อมโยงของราคาสินค้าของประเทศต่างๆ ซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนกับอุปสงค์นำเข้าก็คือ อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศ (Demand for Foreign Exchange) อันเนื่องมาจากว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดอุปสงค์ต่อเนื่อง ซึ่งก็คือ อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศนั่นเอง โดยที่ความสัมพันธ์ของอุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศกับอัตราแลกเปลี่ยน

เปลี่ยนเป็นลักษณะที่เป็นปฏิภาคกลับกัน (ศรีวงศ์และสาลินี 2536: 209-217) ซึ่งสามารถอธิบายได้จากตัวอย่างว่า ถ้ามีประเทศอยู่ 2 ประเทศ คือ ไทยและสหภาพยุโรป โดยให้ทั้ง 2 ประเทศมีการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างกัน จะเห็นได้ว่าเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินยูโรเป็นไปในทางที่เงินบาทมีราคาต่ำและเงินยูโรมีราคาสูง สินค้าจากประเทศไทยจะมีราคาถูกในสายตาของผู้ซื้อชาวยุโรปดังนั้นแนวโน้มที่คนยุโรปจะซื้อสินค้าและบริการจากประเทศไทยก็มีเพิ่มมากขึ้นด้วย หรืออีกนัยหนึ่งก็คือชาวยุโรปมีอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการจากประเทศไทยมากขึ้นซึ่งจะเป็นผลทำให้อุปสงค์ต่อเงินบาทโดยชาวยุโรปมีมากขึ้นตามไปด้วย โดยที่ถ้าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่ชาวยุโรปมีต่อสินค้าและบริการของไทยมีค่าสูงมากเท่าไรความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อเงินบาทโดยชาวยุโรปก็ยังมีค่าสูงมากขึ้นเช่นกัน โดยที่ปัจจัยที่กำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศขึ้นอยู่กับ

1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการนำเข้า คือ เมื่อราคาสินค้าเข้ามีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการเหล่านั้นจะเปลี่ยนแปลงตามและอุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

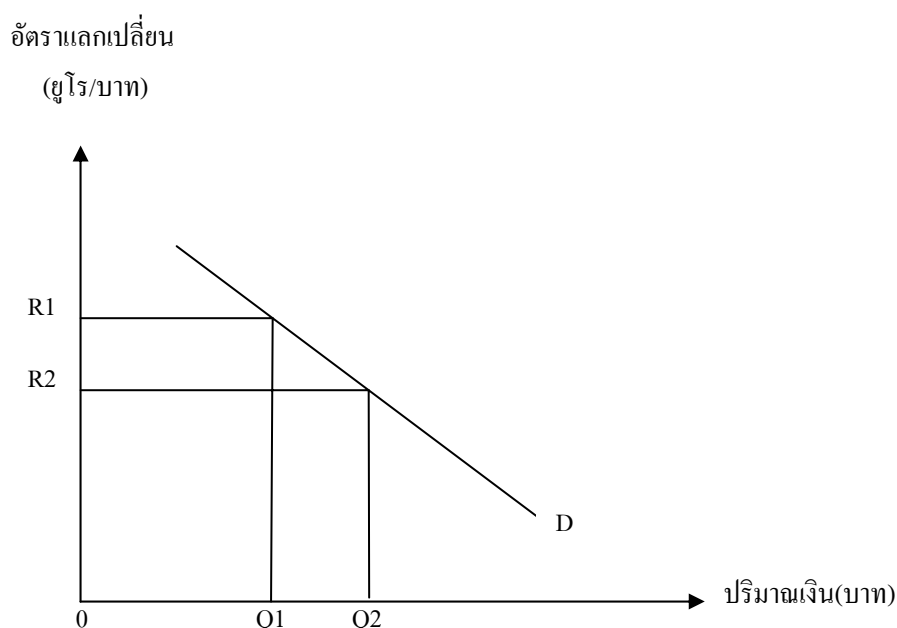
2) ความยืดหยุ่นของอุปทานของสินค้าและบริการประเภทเดียวกับสินค้าที่ผลิตได้เองภายในประเทศ คือ เมื่อราคาของสินค้าและบริการนำเข้าเปลี่ยนแปลงผู้ผลิตในประเทศจะปรับการผลิตของตนเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศของตนเพื่อให้สอดคล้องกับอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ในแต่ละสภาพการณ์มากขึ้นน้อยแตกต่างกันไป

3) ความยืดหยุ่นของอุปทานของสินค้าและบริการนำเข้า ทั้งนี้เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการจากต่างประเทศและอุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรขึ้นอยู่กับว่าผู้ผลิตในต่างประเทศจะปรับจำนวนผลิตของเขาให้เหมาะสมกับอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการได้อย่างไร

นอกจากที่อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศจะเป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการสินค้าและบริการ ตลอดจนถึงการบริจาคมและการลงทุนระหว่างประเทศ อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (นิลิตาและนนุช 2547: 196)

- 1) อัตราแลกเปลี่ยน
- 2) รสนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ

- 3) การเปลี่ยนแปลงทั้งภายในอัตราดอกเบี้ยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- 4) รายได้ส่วนบุคคลและรายได้ประชาชาติ
- 5) ความแตกต่างด้านความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
- 6) ความแตกต่างระหว่างอัตราเงินเฟ้อของแต่ละประเทศ
- 7) การเปลี่ยนแปลงของการคาดการณ์ต่างๆ



### ภาพที่ 1 เส้นอุปสงค์ของเงินบาทในสหภาพยุโรป

ที่มา: นิธิตา และนนุช (2547: 197)

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าเมื่อเงินบาทมีค่าลดลง (อัตราแลกเปลี่ยนจากจุด R1 มาอยู่ที่ R2) อุปสงค์ของเงินบาทในตลาดสหภาพยุโรปจะเพิ่มขึ้น (ปริมาณเงินบาทในตลาดสหภาพยุโรปจากจุด Q1 มาอยู่ที่จุด Q2) เนื่องจากมีความต้องการในสินค้าและบริการจากประเทศไทยของชาวยุโรปเพิ่มมากขึ้น

### รายได้ประชาชาติ (National Income)

จากแนวความคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค ในระบบเศรษฐกิจเปิด (ศรีวงษ์และสาลินี 2536: 270-274) ตัวกำหนดรายได้ประชาชาติทางด้านค่าใช้จ่าย (Y) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (I) และค่าใช้จ่ายในการค้าต่างประเทศ นั่นคือ

$$Y = C + I + F$$

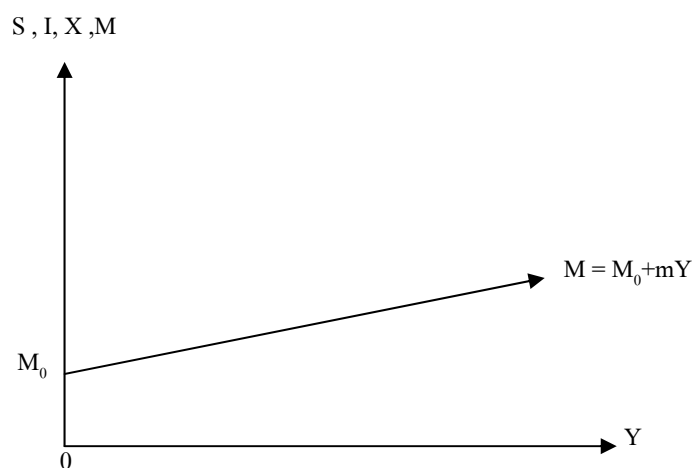
โดยที่ค่าใช้จ่ายในการค้าต่างประเทศ คือ มูลค่าความแตกต่างของการส่งออก (X) และการนำเข้า (M)

$$Y = C + I + (X - M)$$

เพื่อความสะดวกในการพิจารณาจึงกำหนดให้มูลค่าการส่งออก (X) เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ขึ้นกับรายได้ประชาชาติ คือเป็นค่าใช้จ่ายอิสระ เช่นเดียวกับค่าใช้จ่ายในการลงทุน (I) ส่วนค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค (C) เป็นค่าใช้จ่ายที่ขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติเช่นเดียวกับค่าใช้จ่ายในการนำเข้า (M) โดยที่ฟังก์ชันการนำเข้า คือ

$$M = g(Y)$$

โดยที่ 
$$M = M_0 + mY$$



ภาพที่ 2 เส้นฟังก์ชันการนำเข้า

ที่มา: ศรีวงศ์ และสุมิตร (2536: 273)

จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการนำเข้าแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายที่เป็นอิสระ ( $M_0$ ) ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนนี้หมายถึงมูลค่าการนำเข้าที่จำเป็นต้องนำเข้าเพื่อสนองความต้องการทั้งนี้เพราะประเทศไม่สามารถผลิตเองได้ และไม่ว่าประเทศจะมีรายได้หรือไม่ก็ตามก็จำเป็นต้องนำเข้าในจำนวนเท่านี้เสมอ อีกส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการนำเข้าที่ขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติส่วนนี้จะแปรตามรายได้ ( $mY$ ) ดังภาพที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการนำเข้าเป็นค่าใช้จ่ายที่ขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติ โดยที่การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายดังกล่าวนี้จะขึ้นอยู่กับความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการนำเข้า หรือ (Marginal Propensity to Import : MPM) นั่นเอง

## ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

ภายใต้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ (The Theory of Competitive Advantage of Nation) (Porter , 1998: 71-130) ประเทศหนึ่งจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศเฉพาะอุตสาหกรรมก็อันเนื่องมาจากข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริมหรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศแล้วอุตสาหกรรมนั้นก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องรู้ว่าสิ่งใดที่เป็นปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ โดยที่ปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศมีอยู่ 4 ตัวคือ (แสดงดังภาพที่ 3)

1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. อุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries)
4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรม (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

**1. สภาพปัจจัยการผลิต** ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศโดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้างประกอบด้วย แรงงาน ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ และสาธารณูปโภค ซึ่งเทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิต เช่นเดียวกันดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตนั้นจึงหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor - Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตในประเทศและมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบเชิงแข่งขันซึ่งอาจโดยสรุปได้ว่าสภาพปัจจัยการผลิตในประเทศจะครอบคลุมทรัพยากรต่างๆ ดังนี้

**1.1 ทรัพยากรมนุษย์** หมายถึง ปริมาณแรงงาน คุณภาพ และทักษะของแรงงาน ด้านทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

**1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ** หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์และคุณภาพของทรัพยากร โดยที่ทรัพยากรธรรมชาติในที่นี้หมายรวมถึงที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ และพลังงานธรรมชาติอื่นๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรทางกายภาพเบื้องต้นแล้ว ที่ตั้งและขนาดก็มีความสัมพันธ์กับผู้

ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางด้านการขนส่งและจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

**1.3 ทรัพยากรด้านความรู้** หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรมจะพบมากในปัจจัยด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนทั้งทางภาครัฐบาลและภาคเอกชนโดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนประเทศนั้นก็จะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

**2. อุปสงค์ในประเทศ** โดยที่อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตในปริมาณมากๆ ในประเทศซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นปริมาณความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย แต่ในทฤษฎีของ Porter นั้น จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ภายในประเทศทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก ซึ่งหมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศจะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลักจะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศและความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากมาสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้นก็ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

กล่าวโดยสรุป ในสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

**2.1 โครงสร้างส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ** บริษัทมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ขั้นระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกถ้าตลาดส่วนที่คล้ายคลึงเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของอุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันในตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

**2.2 ผู้ซื้อที่รู้จัก** ผู้ซื้อที่รู้จักในสินค้าและบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันดังนั้นประเทศที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

**2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น** อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนแล้วจึงเกิดในประเทศอื่นๆ ภายหลังในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้าหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศหรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากลประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

**3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนเกี่ยวเนื่อง** อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้จะสามารถทำให้มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำกล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดมีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุที่สำคัญ 3 ประการได้แก่

**3.1 ช่องทางที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ** ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วสามารถลดต้นทุน

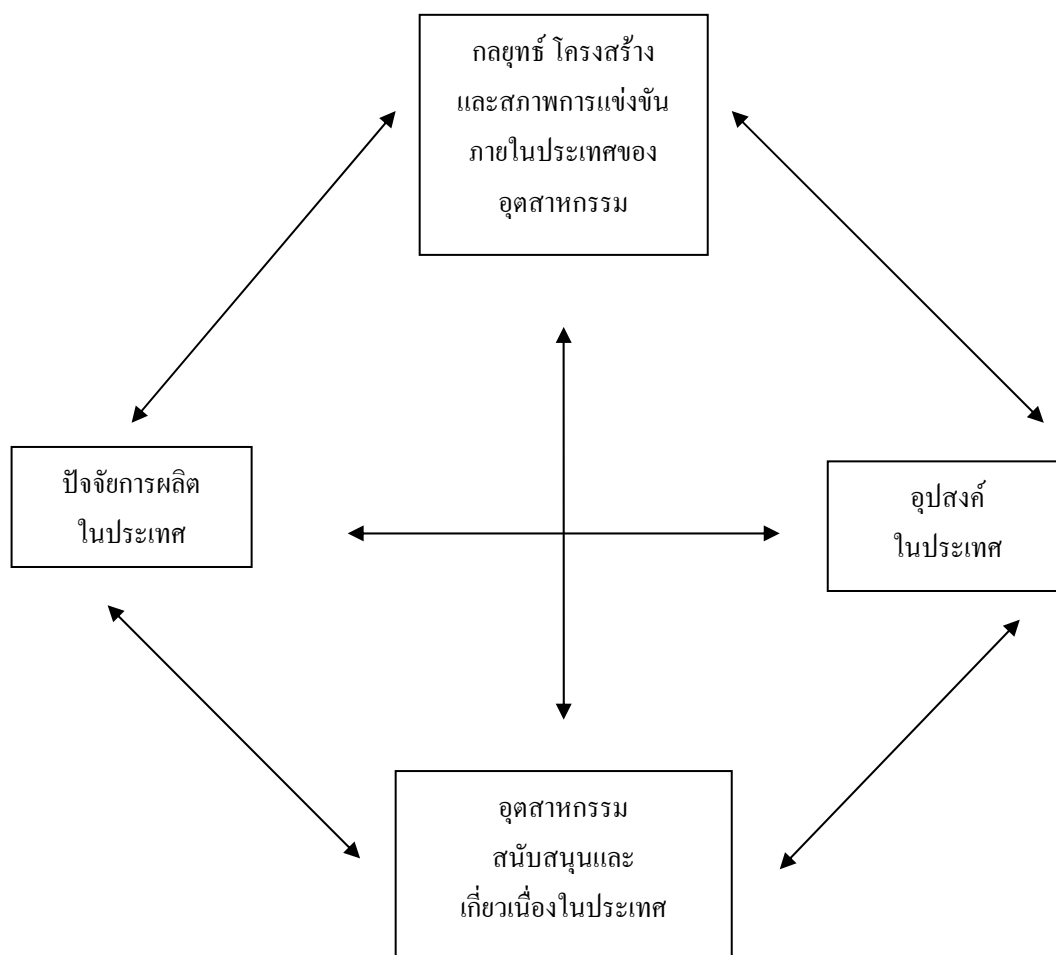
ทุนการผลิตและขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุดซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศอีกด้วย

**3.2 ความร่วมมือตลอดเวลาระหว่างผู้ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ** ซึ่งหมายถึงความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบในการผลิตและผู้ผลิตที่ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ยังทำให้ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกันหรือมีความกระจุกตัวกันมีความร่วมมือกันก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่นๆ

**4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต** การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันในประเทศจะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้นและเป็นแรงกดดันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นปัจจัยกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมากเนื่องมาจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้นซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะด้านราคาเท่านั้นก็มีการแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่การแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าและการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศแต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่ออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลาและมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้าเพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆและจำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประ-

โยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันที่ต้องเข้มข้นด้วยเพราะ สภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

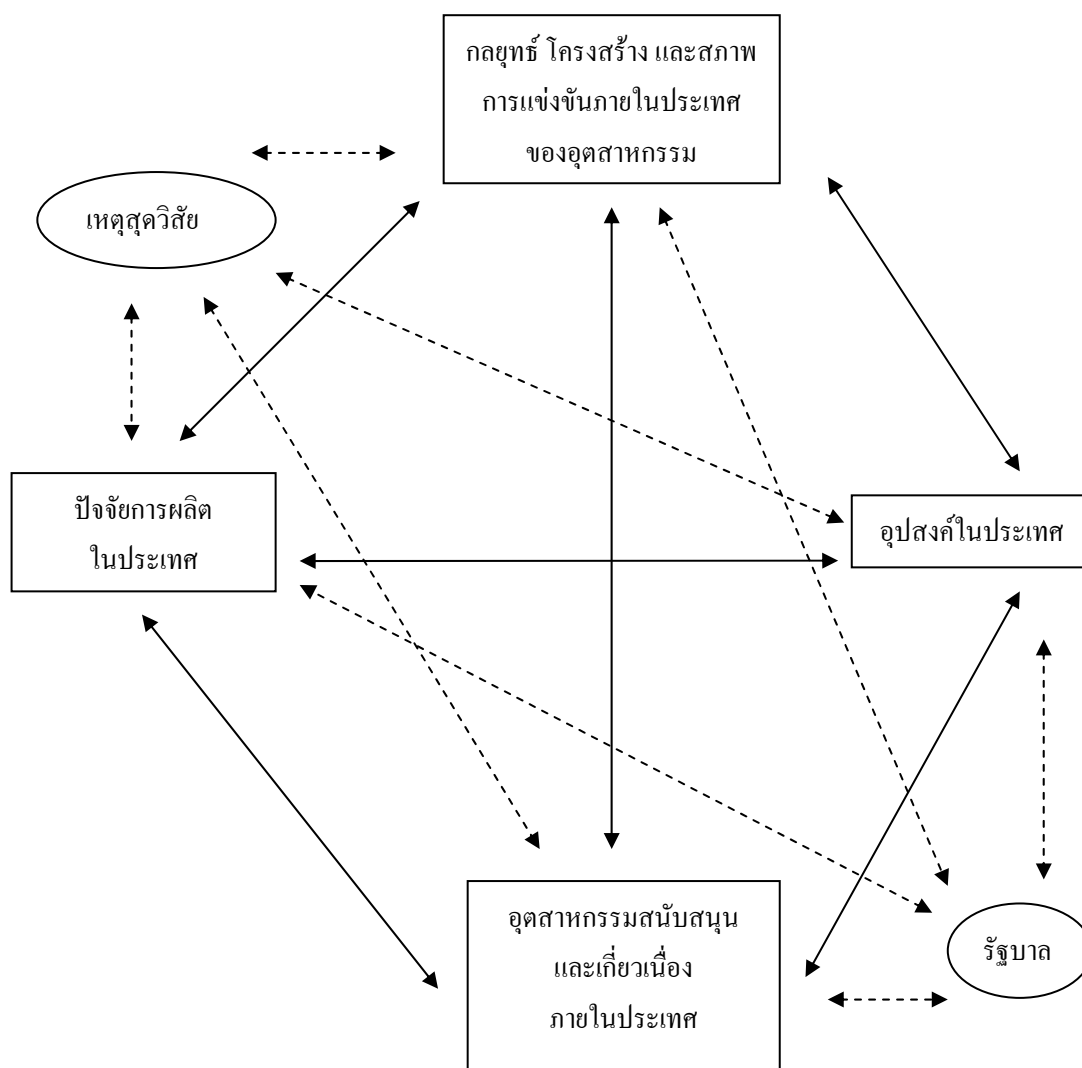


ภาพที่ 3 ปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

(Diamond Model)

ที่มา: Porter (1998: 72)

นอกจากปัจจัยกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ (ดังภาพที่ 4) คือ



ภาพที่ 4 Diamond Model ที่สมบูรณ์  
ที่มา: Porter (1998: 127)

5. **รัฐบาล** เป็นปัจจัยที่นอกจากจะส่งผลกระทบและได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสิ้นแล้ว โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวกและในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ โดยที่ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐ เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศจะได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันใน

ประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เป็นต้น

**6. เหตุสุดวิสัย** เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สำคัญ การเปลี่ยนแปลงในราคาปัจจัยการผลิต การเปลี่ยนแปลงตลาดการเงินของโลก หรือการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเกิดสงคราม หรือการเกิดโรคระบาด เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆ ข้างต้นจะส่งผลทำให้ประเทศอื่นสามารถเข้ามาแข่งขันและได้เปรียบผู้แข่งขันรายเดิมในประเทศได้ในขณะเดียวกัน

