

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทย โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน (จีน) สาธารณรัฐอินเดีย (อินเดีย) และสาธารณรัฐอิตาลี (อิตาลี) ในตลาดโลก ใช้ข้อมูลเป็นรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2547-2552 (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่า การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปไทยไปยังคู่ค้าคือ สหภาพยุโรป และ สหรัฐอเมริกา ใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาส ระหว่างปี พ.ศ. 2547-2552

การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่า จีน อินเดีย และอิตาลี มีค่า $RCA > 1$ ส่วนไทยมีค่า $RCA < 1$ ในทั้งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สำเร็จรูปตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา สำหรับสินค้าผ้าไหม พบว่า จีน อินเดีย และไทยมีค่า RCA ที่ลดลงเรื่อย ๆ แต่อิตาลีมีค่า RCA เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป จีน อิตาลี และไทยมีค่า RCA ที่ลดลงเรื่อย ๆ แต่อินเดียมีค่า RCA เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และ พบว่า จีน อินเดีย และไทย มีศักยภาพในการส่งออกผ้าไหมมากกว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป แต่อิตาลีมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปมากกว่าผ้าไหม

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สำเร็จรูปของไทย พบว่า

1. ราคาวัตถุดิบเส้นไหมเกรด 1 ของไทยมีผลต่อมูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยไปยังทั้งสองประเทศคู่ค้า ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ผลกระทบที่มวลรวมในสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา มีผลต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศคู่ค้ามีผลต่อมูลค่าการส่งออกผ้าไหมของไทยไปยังทั้งสองประเทศคู่ค้า ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทยไปยังทั้งสองคู่ค้าและแนวโน้มการส่งออกผ้าไหมของไทยไปยังสหภาพยุโรปมีแนวโน้มที่ลดลง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 99 และ 90 ตามลำดับ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยและประเทศคู่ค้า มีผลต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทยไปยังทั้งสองคู่ค้าในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 เป็นไปตามสมมติฐาน

2. ผลกระทบที่มวลรวมในสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา มีทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออกผ้าไหมของไทย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เกิดจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของข้อมูลในตัวแปรทั้งสองตัวที่วัดความสัมพันธ์กัน

3. ผลรวมของส่วนแบ่งการตลาดจากมูลค่าการส่งออกผ้าไหมของจีนและอินเดีย (คู่แข่งชั้น) ในสหภาพยุโรปมีทิศทางเดียวกับมูลค่าการส่งออกผ้าไหมของไทย แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป มีทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และ 95 ตามลำดับ แสดงว่าการนำเข้าผ้าไหมของไทยและคู่แข่งเป็นสินค้าประกอบกัน แต่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทยและคู่แข่งเป็นสินค้าแข่งขันกัน สำหรับผลรวมของส่วนแบ่งการตลาดจากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของจีน อินเดีย และอิตาลี (คู่แข่งชั้น) ในสหรัฐอเมริกามีทิศทางเดียวกับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 แสดงว่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปของไทยเป็นไปตามการหดและขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปในสหรัฐอเมริกา

In this thesis, the researcher investigates (1) the comparative advantage in the export of silk and ready-made silk products from the Kingdom of Thailand (Thailand) in comparison with that of its competitors—the People's Republic of China (PRC), the Republic of India (India), and the Italian Republic (Italy)—to the world market. In carrying out this phase of the current investigation, the researcher utilized relevant annual data from the period between 2004 and 2009.

In addition, the researcher also investigated (2) factors affecting the export value of Thai silk and ready-made silk products to its trade partners, viz., the European Union (EU) and the United States of America (USA).

In this phase of the current investigation, the researcher utilized relevant quarterly data from the period between 2004 and 2009.

Upon analysis, it was found that the revealed comparative advantage (RCA) index shows that China, India, and Italy had an RCA greater than 1 ($RCA > 1$). Furthermore, it was shown that Thailand had an RCA less than 1 ($RCA < 1$) in the export of silk and ready-made silk products during the period under study.

Furthermore, the researcher found that in regard to the export of silk, the PRC, India and Thailand had RCAs that continuously decreased. However, Italy had an RCA that continuously increased. In regard to ready-made silk products, the researcher also determined that the PRC, Italy, and Thailand had RCAs that continuously decreased. However, India had an RCA that continuously increased.

In addition, the researcher ascertained that the PRC, India, and Thailand had greater export potential in exporting silk than was the case with ready-made silk products. However, Italy exhibited a greater export potential in exporting ready-made silk products than was the case with silk.

In the course of analyzing factors affecting the value of exports of silk and ready-made silk products from Thailand, the researcher additionally determined the following:

1. The cost of raw material for Grade 1 silk thread inversely affected the export value of Thai silk to both trade partners at the reliability level of 99 percent. The gross domestic product of the United States of America (USA) adjusted in terms of the consumer price index of the USA affected the export value of ready-made Thai silk to the USA in the same direction at the reliability level of 99 percent. Furthermore, the consumer price index of the trade partners positively affected the export value of Thai silk to both trade partners at the reliability level of 95 percent. The trend in the export of ready-made Thai silk products to both trade partners and the trend in the export of Thai silk to the EU tended to decrease at the levels of reliability of 99, 99, and 90 percent, respectively. The real exchange rate of Thailand and its trade partners directly affected the value of exports of ready-made Thai silk products to both trade partners at the reliability level of 90 percent in accordance with the hypothesis postulated for this inquiry.

2. The gross domestic product of the USA adjusted in terms of the consumer price index of the USA was found to be inversely correlated with the export value of Thai silk at the reliability level of 95 percent. This finding was incongruent with the hypothesis postulated for this investigation as a result of structural changes in the data of both variables used when measuring the relationship.

3. The total EU market share of the PRC and India (competitors) was found to be directly correlated with the export value of Thai silk at the reliability level of 90 percent. However, the export of ready-made Thai silk products was found to be inversely correlated at the reliability level of 95 percent. This means that imports of silk from Thailand and its competitors were complementary. However, the ready-made silk products of Thailand and its competitors were indeed competitive export products.

The total market share in the USA of China, India, and Italy (competitors) was directly correlated with the export value of ready-made Thai silk products at the reliability level of 90 percent. This means that the import of ready-made Thai silk products was in accordance with the contraction and expansion of the market for ready-made Thai silk products in the USA.