

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย มีแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศมีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดของ Adam Smith (1776) ที่ได้อธิบายไว้ในหนังสือชื่อ ความมั่งคั่งของชาติ (An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations) ว่า ความสามารถในการผลิต หรือ ผลผลิตภาพ ของแต่ละประเทศจะมากน้อยเท่าไร ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของบุคคลที่มีความอิสระที่จะเลือกทำในสิ่งที่ตนเองสนใจมากที่สุด แค่ไหน ซึ่งความสนใจส่วนบุคคลนี้จะนำไปสู่การผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง การแลกเปลี่ยนสินค้าจะเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความสามารถในการผลิตและจะมีประสิทธิภาพสูงสุดผ่านการแบ่งงานกันทำ แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดเศรษฐกิจเสรีที่นำมาใช้อธิบายการค้าระหว่างประเทศ ที่เกิดจากความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ซึ่งมีหลักการว่า เมื่อประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งมากกว่าประเทศแรก ขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งมากกว่าประเทศแรก ดังนั้น ทั้งสองประเทศนี้จะได้รับประโยชน์จากการผลิตเฉพาะอย่างในสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ และการแลกเปลี่ยนสินค้ากันนั้นก็จะมีผลได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตสินค้าดังกล่าว (วิรัช ธเนศวร 2542: 4)

จากแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ของ Adam Smith ซึ่งอธิบายว่าการค้าเกิดจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ โดยได้ให้หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำ คือจะเลือกผลิตเฉพาะสินค้าและบริการที่ตนเองมีความถนัด ซึ่งจะก่อให้เกิดความชำนาญสามารถผลิตสินค้าและบริการได้มากขึ้นแล้วนำไป

แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการชนิดอื่นของอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลทำให้ทุกฝ่ายมีสินค้าบริโภคมากขึ้นและได้รับประโยชน์จากผลผลิตรวมทั้งหมด ส่งผลให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ

1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Theory of Comparative Advantage)

David Ricardo ได้แสดงแนวความคิดในเรื่องของการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจาก Adam Smith โดย David Ricardo ได้ให้แนวความคิดว่า ประเทศ 2 ประเทศจะทำการค้าขายกันเมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่า เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง โดยเน้นการค้าขายภายใต้ระบบการค้าเสรี โดยในแต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนเองสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าจากประเทศอื่น ซึ่งแนวความคิดนี้ เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว ตามแนวความคิดของสำนักคลาสสิก คือแรงงานซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและแรงงานการผลิตในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตแตกต่างกันโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น โดยมีข้อสมมติว่าความพอใจการบริโภคแต่ละประเทศจะเหมือนกัน ซึ่งเขาสรุปไว้ว่า ประเทศหนึ่งควรส่งสินค้าออกที่ได้เปรียบทางการผลิตมากกว่า (Production Advantage) หรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ กล่าวคือ สามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้น ในอีกประเทศหนึ่ง และสั่งสินค้าเข้าที่ได้เปรียบทางการผลิตต่ำ หรือว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สมศักดิ์ สัจจรังสิตสกุล 2550:11)

1.3 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ (The modern theory of international trade)

Heckcher-Ohlin นักวิทยาศาสตร์ชาวสวีเดน ได้อธิบายไว้ว่า ประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากภายในประเทศ ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตอยู่ 2 ประเภทคือ แรงงาน และทุน โดยมีข้อสมมติไว้ว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศ แต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงาน และทุน ประเทศที่มีแรงงานมากและค่าจ้างต่ำกว่า จะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต (Labor Intensive Commodities) จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของ Heckcher-Ohlin

นั้นทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศใดควรจะผลิตและส่งออกสินค้าอะไร โดย พิจารณาจากปัจจัยที่มีอยู่มากมายในประเทศ (สมศักดิ์ สัจรังสิตสกุล 2550:11)

1.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

Bela Balassa (Balassa, 1989) ได้มีการสร้างค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) มาใช้วิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบแทนการใช้ข้อมูลต้นทุน ซึ่งอาศัยการนำมูลค่าของสินค้ามาใช้ในการวิเคราะห์แทนต้นทุน เพราะมูลค่าสินค้าจะประกอบไปด้วยส่วนของต้นทุนและกำไร ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามวิธีของ RCA เราสามารถใช้มูลค่าสินค้าเป็นตัวแทนได้อย่างดี ในการวิเคราะห์ เพราะมูลค่าของสินค้าสำหรับทุกประเทศได้มีการรวบรวมและทำการจดบันทึกเป็นสถิติไว้ จึงทำให้สะดวกต่อการนำข้อมูลสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์

สูตรที่ใช้ในการคำนวณค่า RCA ดังต่อไปนี้

$$RCA_{ik} = \frac{\frac{X_{ik}}{\sum X_i}}{\frac{X_{wk}}{\sum X_w}} \quad (1)$$

โดยที่ RCA_{ik} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออก k ของประเทศ i

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด k ของประเทศ i

$\sum X_i$ คือ มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} คือ มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด k ในตลาดโลก

$\sum X_w$ คือ มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดในตลาดโลก

เกณฑ์การพิจารณาค่า ดัชนี RCA

1. ถ้าค่า RCA ของประเทศใดมากกว่า 1 ($RCA > 1$) แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบมากกว่าในการส่งออกสินค้าชนิดนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลกหรือตลาดที่พิจารณา
2. ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใดน้อยกว่า 1 ($RCA < 1$) แสดงว่าประเทศนั้นมีความเสียเปรียบในการส่งออกสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลกหรือในตลาดที่พิจารณา
3. ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใดเท่ากับ 1 ($RCA = 1$) แสดงว่าประเทศนั้นมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าส่งออกชนิดนั้นเท่ากับประเทศอื่น หรือในตลาดโลกหรือในตลาดที่พิจารณา (วนิดา ศักดิ์ 2550: 19)

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งตลาด หมายถึง สัดส่วนของปริมาณการค้าของผู้ผลิตรายหนึ่ง ที่ทำการผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง แล้วสามารถจำหน่ายได้หมดในตลาด ถ้าสัดส่วนนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตรายนี้จะประสบความสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น (นิตยา สังขปริษา 2541:17)

พื้นฐานการวิเคราะห์ ตั้งอยู่บนสมมติฐานทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน คือ อุปสงค์และอุปทาน ซึ่งอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศนำเข้า และอุปทานจะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศส่งออก

ส่วนแบ่งการตลาดเกิดขึ้นจากความสามารถในการขายสินค้าหนึ่งๆ ในตลาดแห่งหนึ่ง เป็นสัดส่วนของการส่งออกมูลค่าสินค้า i ของประเทศ j ที่เข้าสู่ตลาด m เปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้า i ของโลกที่เข้าสู่ตลาด m ดังนี้

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

โดยที่	$MS_{i\ j-m}$	คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า i ของประเทศ j
	Xi_{j-m}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i จากประเทศ j ไปประเทศ m
	Xi_{w-m}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i จากโลกไปประเทศ m
	i	คือ รายการสินค้า
	w	คือ มูลค่าสินค้าในตลาดโลก

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันกันขายสินค้ามาก ซึ่งการขายได้มากดังกล่าว อาจมาจากปัจจัยหลาย ๆ ประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดมาก ๆ คือ ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ซึ่งกล่าวได้ว่า ความได้เปรียบในลักษณะเช่นนี้ เป็นความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดจึงสะท้อนความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (กมลสัน สุริยะ 2544: 10)

1.6 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หรือดัชนี RCA ค่าที่ได้จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยนั้น ได้เปรียบหรือเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ไม่สามารถที่จะอธิบายได้ว่า ความสามารถนั้นเกิดมาจากสาเหตุใด ดังนั้นจึงได้มีการนำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) มาใช้เพื่อวัดการขยายตัวของการส่งออก ว่าการขยายตัวของการส่งออกมาจากปัจจัยใด

นักเศรษฐศาสตร์ Leamer and Stern (ค.ศ. 1970) ได้คิดค้นวิธีการวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยมีข้อสมมติที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่ อุปสงค์ และอุปทาน ซึ่งปัจจัยด้านอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้นำเข้า สำหรับปัจจัยด้านอุปทานจะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้ส่งออกและการขยายตัวของการส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องมาจากสาเหตุ 3 ประการ คือ 1) การส่งออกอาจประกอบด้วยสินค้าที่ความต้องการมีอัตราการขยายตัวต่ำ 2) การส่งออกอาจมุ่งเน้นไปยังตลาดที่มีการขยายตัวต่ำหรือชะงัก 3) ประเทศที่ส่งออกไม่สามารถหรือไม่ต้องการที่จะแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น

หลักการสำคัญในการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่คือ การพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศที่พิจารณา โดยมีข้อสมมติที่ว่า ประเทศผู้ส่งออกที่พิจารณา มีส่วนแบ่งในตลาดโลก (Market Share) ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเท่าเดิม โดยสามารถแยกความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริง กับขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่มีส่วนแบ่งของตลาดคงที่ โดยผลที่แยกออกมาได้นั้น ประกอบด้วยผลจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย (World Trade effect) ผลจากส่วนประกอบของสินค้า (Commodity composition

effect) ผลจากการกระจายตลาด (Market distribution effect) และผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect)

สำหรับการวิเคราะห์จะพิจารณาจากข้อมูลการส่งออกในช่วง 2 เวลา โดยกำหนดนิยามของตัวแปรต่างๆดังนี้

- V_{k1} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 1
 V_{k2} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 2
 V_{j1} = มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 1
 V_{j2} = มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 2
 V_{jk1} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศ j ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 1
 V_{jk2} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศ j ของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 2
 V_1 = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 1
 V_2 = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศผู้ส่งออกในปีที่ 2
 r = อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกของผู้ส่งสินค้าทั้งหมดในช่วงปีที่ 1 ถึงปีที่ 2
 r_k = อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกประเภท k ของประเทศทั้งหมดในช่วงปีที่ 1 ถึงปีที่ 2
 r_{jk} = อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกประเภท k ของประเทศผู้ส่งออกไปยังประเทศ j ในช่วงปีที่ 1 ถึงปีที่ 2

จากตัวแปรข้างต้นกล่าวได้ว่า

- เมื่อรวมมูลค่าส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังแต่ละตลาดทุกตลาดเข้าด้วยกันย่อมมีค่าเท่ากับมูลค่าส่งออกรวมของสินค้า k ทั้งหมดของประเทศ i

$$\sum_j V_{jk1} = V_{k1} \text{ และ } \sum_j V_{jk2} = V_{k2} \quad (3)$$

- เมื่อรวมมูลค่าส่งออกเป็นรายสินค้าทุกๆ ชนิดของประเทศ i ไปยังประเทศ j ย่อมมีค่าเท่ากับมูลค่าส่งออกรวมของประเทศ i ไปยังประเทศ j

$$\sum_k V_{jk1} = V_{j1} \text{ และ } \sum_k V_{jk2} = V_{j2} \quad (4)$$

3. เมื่อรวมมูลค่าของการส่งออกรวมของประเทศ i ในปีที่ 1 และ 2

$$\sum_j \sum_k V_{jk1} = \sum_j V_{j1} = \sum_k V_{k1} = V_1 \quad (5)$$

$$\sum_j \sum_k V_{jk2} = \sum_j V_{j2} = \sum_k V_{k2} = V_2 \quad (6)$$

สำหรับการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 พิจารณามูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออกระหว่างปี 1 และปีที่ 2 โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างของสินค้าและตลาดส่งออก โดยถือว่ามูลค่าการส่งออกรวมเป็นการส่งออกสินค้า 1 ชนิด ไปยังตลาดแห่งเดียว ถ้าหากในปีที่ 2 ประเทศ i สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการค้าในตลาดโลกไว้ได้ โดยสามารถเพิ่มการส่งออกในอัตราที่เท่ากับการขยายตัวของการส่งออกของโลก (r) ดังนั้น มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งในปีที่ 2 จะมีมูลค่าเท่ากับ rV_1 อันเป็นผลเนื่องจากการขยายตัวของตลาดโลก (World trade effect) แต่มูลค่าการส่งออกจริงในปีที่ 2 มีค่าเท่ากับ V_2 ดังนั้นผลต่างระหว่าง V_2 กับ V_1 ส่วนที่เหลือนอกจาก rV_1 อาจเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งถูกตีความว่าเป็นผลของความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) ตามวิธีการวิเคราะห์แบบ CMS ซึ่งจากความสัมพันธ์ที่กล่าวมา สามารถแสดงได้ดังสมการที่ 6

$$V_2 - V_1 = rV_1 + (V_2 - V_1 - rV_1) \quad (7)$$

หากพิจารณาเฉพาะการส่งออกสินค้าชนิดเดียว (k) ไปยังตลาดโลก ก็สามารถเขียนสมการเป็น

$$V_{k2} - V_{k1} = r_k V_{k1} + (V_{k2} - V_{k1} - r_k V_{k1}) \quad (8)$$

ระดับที่ 2 พิจารณามูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออกระหว่างปี 1 และปีที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยสินค้าตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป แต่ส่งออกไปตลาดเดียว ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของสินค้าหลายๆชนิดในหนึ่งตลาด ข้อพิจารณาเพิ่มเติมคือ เมื่อมีสินค้าหลายชนิด การขยายตัวการส่งออกนอกเหนือจาก 2 ส่วนที่กล่าวมาแล้ว ยังมีผลอีกส่วนหนึ่ง เนื่องจากการขยายตัวการส่งออกของโลกในสินค้านั้นๆ (Commodity composition effect)

เพราะสินค้าส่งออกแต่ละชนิด (r_k) อาจมีการขยายตัวต่ำหรือสูงกว่าการขยายตัวการส่งออกของโลก (r) ดังแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆในสมการที่ 9

$$\begin{aligned} V_2 - V_1 &= \sum_k r_k V_{k1} + \sum_k (V_{k2} - V_{k1} - r_k V_{k1}) \\ &= (rV_1) + \sum_k (r_k - r) V_{k1} + \sum_k (V_{k2} - V_{k1} - r_k V_{k1}) \quad (9) \end{aligned}$$

นอกจากนี้วิธีการในระดับที่ 2 สามารถประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้า 1 ชนิด ไปยังหลายๆตลาด ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ผล เนื่องจากการขยายตัวของแต่ละตลาดที่มีต่อสินค้านั้นๆ (Market distribution effect) เพราะแต่ละตลาด อาจมีการขยายตัวต่ำหรือสูงกว่าการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย ดังแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆในสมการที่ 10 ดังนี้

$$\begin{aligned} V_2 - V_1 &= \sum_j r_j V_{j1} + \sum_j (V_{j2} - V_{j1} - r_j V_{j1}) \\ &= (rV_1) + \sum_j (r_j - r) V_{j1} + \sum_j (V_{j2} - V_{j1} - r_j V_{j1}) \quad (10) \end{aligned}$$

ระดับที่ 3 พิจารณามูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออกระหว่างปี 1 และปีที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยสินค้าหลายชนิดและส่งออกไปยังหลายๆตลาด ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\begin{aligned} V_2 - V_1 &= \sum_j \sum_k r_{jk} V_{jk1} + \sum_j \sum_k (V_{jk2} - V_{jk1} - r_{jk} V_{jk1}) \\ &= (rV_1) + \sum_j \sum_k (r_{jk} - r_k) V_{jk1} + \sum_j \sum_k (V_{jk2} - V_{jk1} - r_{jk} V_{jk1}) \quad (11) \end{aligned}$$

นั่นคือ อัตราการขยายตัวของการส่งออกขึ้นอยู่กับ 4 ปัจจัยคือ

1. rV_1 คือผลจากอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย เมื่อกำหนดให้การส่งออกสินค้าแต่ละชนิดของประเทศ i ขยายตัวในอัตราเดียวกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกโดยเฉลี่ย (r) แล้วมูลค่าส่งออกสินค้านี้จะมีค่าเท่ากับ rV_1 นั่นคือ ประเทศ i มีส่วนแบ่งตลาดของสินค้านั้นคงที่ในตลาดโลก

2. $\sum_k (r_k - r) V_{k1}$ คือผลกระทบจากประเภทของสินค้า ที่ส่งเข้าไปประเทศผู้นำเข้า

สินค้า (Commodity composition effect) ถ้าผลกระทบของปัจจัยนี้เป็นบวกแสดงว่าประเทศผู้นำเข้ามีความต้องการสินค้าสูง ซึ่งจะทำให้การค้าระหว่างประเทศของประเทศผู้นำเข้าและส่งออกเพิ่มขึ้น หากผลกระทบของปัจจัยนี้เป็นลบ แสดงว่าประเทศผู้นำเข้ามีความต้องการสินค้าต่ำ ซึ่งจะทำให้การค้าระหว่างประเทศของผู้นำเข้าและส่งออกลดลง

3. $\sum_j \sum_k (r_{jk} - r_k) V_{jk1}$ เป็นตัวชี้ว่า สินค้า k จากประเทศ i ได้กระจายไปยังตลาดอื่นๆ

ที่มีอัตราการนำเข้าสินค้า k สูงกว่าอัตราการส่งออกสินค้า k ของโลกได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเรียกเทอมนี้ว่า ผลจากการกระจายตลาด (Market distribution effect) ถ้าหากเทอมนี้มีค่าเป็นบวก แสดงว่าสินค้าส่งออกจากประเทศ i ได้มุ่งเน้นไปยังตลาดที่มีการขยายตัวของการนำเข้าในอัตราที่สูงกว่าอัตราการส่งออกของสินค้า k ของทั่วโลก แต่ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นลบ แสดงว่าการส่งออกของประเทศนี้ ยังคงพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นสำคัญ แม้ว่าตลาดนั้นจะมีความต้องการนำเข้าในอัตราที่ต่ำกว่าความต้องการนำเข้าสินค้า k ของโลกโดยเฉลี่ยก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ส่งออกจากประเทศ i ไม่สามารถกระจายสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดอื่นๆ ที่มีอัตราการนำเข้าสูงกว่าตลาดปัจจุบันได้

4. $\sum_j \sum_k (V_{jk2} - V_{jk1} - r_{jk} V_{jk1})$ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างการค้าที่เกิดขึ้นจริงกับ

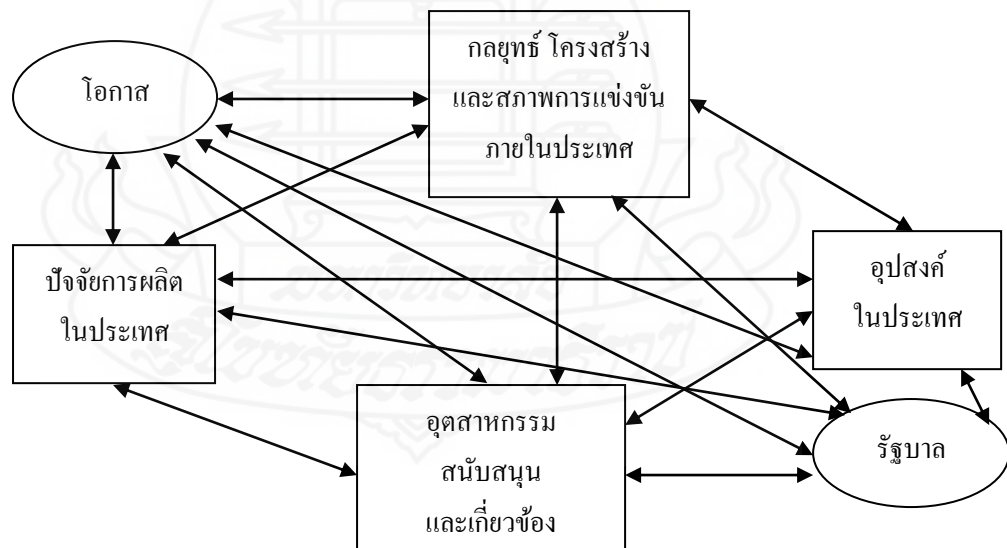
การค้าที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งก็คือความสามารถในการครองตลาดของประเทศผู้ส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยการส่งออกของประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งจะมีสัดส่วนคงที่ นอกจากปัจจัยทางด้านราคามาทำให้การส่งออกของประเทศนั้นเพิ่มขึ้นหรือลดลง และความแตกต่างของการส่งออกที่แท้จริงกับการส่งออกที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามทฤษฎีก็คือผลจากการแข่งขัน (Competitiveness effect) นั่นเอง

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์การขยายตัวการส่งออก โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ มีหลักการวิเคราะห์ที่สำคัญคือ การพิจารณาถึงผลการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อเทียบกับกรณีประเทศดังกล่าว สามารถรักษาสัดส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกไว้เท่าเดิม และการขยายตัวของการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่งใน 2 ช่วงเวลา เกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งผลด้านต่างๆ ดังกล่าว สามารถคำนวณได้ในระดับของประเทศหรือกลุ่มประเทศผู้ส่งออก นอกจากนี้ยังสามารถใช้คำนวณผลการส่งออกเฉพาะกลุ่มต่างๆ ของประเทศผู้นำเข้าหรือเฉพาะกลุ่มของสินค้าหรือชนิดของสินค้าได้

(รามศรี สุขมาก 2552: 36)

1.7 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

การพิจารณาความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ เพื่อศึกษาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม Michael E. Porter (ค.ศ. 1980) นักเศรษฐศาสตร์ ได้มีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยมีแนวความคิดที่ว่า ภาวะการแข่งขันในการค้าโลกนั้น ทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุด ที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมในประเทศของตน เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลก เครื่องมือที่นำมาอธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น โดยเขาได้กำหนดปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ (Factor Condition) อุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition) กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสริมอีก 2 ปัจจัยได้แก่ รัฐบาล(Government) และโอกาส(Chance) ซึ่งมีปัจจัยหลักแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ 6 ปัจจัย ดังแสดงในแบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) แสดงได้ดังภาพที่ 2.1 (วนิดา ศักดิ์ 2550:29)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model)

การวิเคราะห์ตามกรอบแนวความคิดแบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 6 ด้านดังนี้

1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor conditions) เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบโดยเชิงแข่งขันของประเทศ ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน

2. สภาพความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition) อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้หมายถึง ความต้องการภายในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในคุณภาพและปริมาณอุปสงค์ภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตในปริมาณมากๆ อีกทั้งปริมาณและความต้องการที่เพียงพอ จะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศอีกด้วย แต่ในทฤษฎีของ Michael E. Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งในด้านของปริมาณและคุณภาพของความ ต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีเหตุผล คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศจะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และยังเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในประเทศได้ หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนนี้จะทำให้มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้ตรงความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry) การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้น และการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติ การ

บริหาร และการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

5. รัฐบาล (Government) โดยบทบาทของรัฐบาลมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาปัจจัยในด้านทั้ง 4 ที่กล่าวมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่เอื้อหรือเป็นอุปสรรค โดยปัจจัยที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เช่น การที่รัฐบาลมีการยกเว้นภาษีสรรพสามิต สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและผู้นำเข้าเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำลง หรือการเปิดเขตการค้าเสรีกับต่างประเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมมีแนวโน้มการส่งออกได้มากขึ้น

6. โอกาส (Chance) เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิต การเปลี่ยนแปลงของตลาดเงินโลก หรือการเปลี่ยนแปลงอัตราการแลกเปลี่ยน การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหรือการเกิดสงคราม การเกิดโรคระบาด การก่อการร้าย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ประเทศอื่นๆ สามารถเข้ามาแข่งขันและได้เปรียบคู่แข่งรายเดิมได้ ขณะเดียวกันประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน

1.8 นโยบายและมาตรการของรัฐที่มีผลต่ออุตสาหกรรมน้ำผลไม้

ภาคอุตสาหกรรมสามารถที่จะพัฒนาได้เองตามธรรมชาติ โดยผ่านการทำงานของระบบตลาดและกลไกตลาด แต่ในทางปฏิบัติพบว่าประเทศมิได้ปล่อยให้ระบบตลาดและกลไกราคาทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรการผลิตเพียงลำพัง รัฐบาลมักเข้าแทรกแซงโดยการกำหนดนโยบายและมาตรการ เพื่อหวังจะช่วยให้ภาคอุตสาหกรรมได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น (ไพฑูรย์ วิทยุชชุติกุล 2553:8-45-53) โดยมาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เช่น การยกเลิกภาษีสรรพสามิต สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและผู้นำเข้าเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำลง การกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดต่างๆ ทำให้มีศักยภาพในการส่งออกเพื่อแข่งขันกับประเทศอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ ได้มีการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย สามารถจำแนกประเด็นและข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้ดังนี้

2.1 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกของสินค้าและปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

สายฝน ตระกลสุทรัพย์ (2543) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกข้าวของประเทศไทยในปี 2529-2539 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการตลาดและการส่งออกข้าวของไทย วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของไทย และประเทศคู่แข่ง คือสหรัฐอเมริกา อินเดีย เวียดนาม จีน และปากีสถาน โดยทำการศึกษา 2 กรณีคือ กรณีพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าทุกประเภทที่ส่งออก และกรณีพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะสินค้าเกษตรที่ส่งออก และวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกข้าวของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าข้าวในระหว่างปี 2529-2539

ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเทศที่ศึกษามีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวทั้ง 2 กรณีศึกษา โดยไทย สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และปากีสถาน มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลง ยกเว้นประเทศอินเดีย ที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น ส่วนผลการศึกษาของแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ การขยายการส่งออกข้าวของไทย มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นโดยจากปัจจัยภายนอก คือ การขยายตัวการส่งออกทั้งหมดของโลก และการกระจายตลาด ที่ทำให้ไทยมีการขยายตัวการส่งออกข้าวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการส่งออกข้าวของโลก ส่วนผลที่ทำให้การขยายตัวการส่งออกข้าวไม่เพิ่มเท่าที่ควร เป็นผลจากปัจจัยภายในประเทศคือ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง และการปรับตัวการส่งออกของไทย

ณัฏฐร กลีบตร (2544) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ วัตถุประสงค์ของการศึกษา โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน รวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศ

สหรัฐอเมริกา ในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้

ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทยเป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) โดยในอดีตการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลง โดยมีอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้แนวความคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และจากการวิเคราะห์ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทย และประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกง ตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้ จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้ ยกเว้นประเทศฮ่องกง แต่จากแนวโน้มอัตราการขยายตัวในการส่งออกทั้ง 3 ตลาดดังกล่าว จะพบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ภาณุ วสุนธราวิวัฒน์ (2545) ศึกษาถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องของประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย ในการส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มลดลง และการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มลดลง และปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนของประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกาปรับด้วยดัชนีราคา และราคาส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องของประเทศไทยปรับด้วยดัชนีราคาและคูณด้วยอัตราแลกเปลี่ยนในหน่วยดอลลาร์สหรัฐต่อบาท โดยมีค่าความยืดหยุ่น เท่ากับ 1.960 และ -0.747 ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกปลาหูกน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อคนในประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคา และคูณด้วยอัตราแลกเปลี่ยนในหน่วยเยนต่อบาท โดยมีค่าความ

ยืดหยุ่น เท่ากับ 11.505 ปีละ -0.789 ตามลำดับ ดังนั้น การที่จะรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปยัง 15 ตลาดโลก ควรที่จะพยายามลดต้นทุนในการผลิต และขยายตลาดใหม่เพื่อทดแทนตลาดเดิมที่เริ่มสูญเสียความสามารถในการส่งออก

สุปราณี โกศลศิริลักษณ์ (2545) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การส่งออกน้ำผลไม้ไทย มีจุดประสงค์เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย ศึกษาความสามารถในการส่งออก รวมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการส่งออกน้ำผลไม้ของไทย โดยใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกน้ำสับปะรด และน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักอื่นๆ ชนิดใดชนิดหนึ่ง ไปยังตลาดโลก และประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของไทย รวมถึงเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย และอธิบายสาเหตุของการมีหรือสูญเสียความได้เปรียบในการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

ผลการศึกษาพบว่า น้ำผลไม้เป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้เมื่อมีการขาดแคลน และไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรด แต่มีค่า RCA ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ในทุกตลาดที่ทำการศึกษา ส่วนอินโดนีเซียมีค่า RCA ต่ำกว่าไทย และในการส่งออกน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักอื่นๆ ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าคู่แข่งชั้นทั้งสอง นอกจากนี้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกทั้งน้ำสับปะรด และน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักอื่นๆ ชนิดใดชนิดหนึ่ง คือ การขยายตัวของตลาดโลก และประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

คมสันต์ สิทธิชัย (2546) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดน้ำสับปะรดของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดน้ำสับปะรด วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงก่อนวิกฤตและหลังวิกฤตประเทศไทยและฟิลิปปินส์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า 1 แต่ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศอินโดนีเซียพบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงก่อนวิกฤตและหลังวิกฤตพบว่า มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการแข่งขัน รองลงมาคือ ผลจากการขยายตัวการส่งออกของโลก และผลจากการส่งเสริมการส่งออกตามลำดับ ส่วนผลจากการกระจายตลาดทำให้มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ส่วนผลการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่ง

การตลาดของประเทศไทยในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่ามูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลกระทบมาจากการแข่งขัน รองลงมาคือ ผลจากการส่งเสริมการส่งออกและผลจากการขยายตัวการส่งออกโลก ตามลำดับ ส่วนผลจากการกระจายตลาด ทำให้มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในตลาดเนเธอร์แลนด์เพิ่มขึ้น ส่วนผลการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในประเทศสเปนพบว่า มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการกระจายตลาด ส่วนผลที่ทำให้มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในตลาดสเปนลดลง ส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายตัวการส่งออกของโลก รองลงมาคือ ผลกระทบมาจากการแข่งขันและผลจากการส่งเสริมการส่งออกตามลำดับ และส่วนผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น พบว่ามูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขยายตัวการส่งออกของโลก ส่วนผลจากการกระจายตลาดและผลกระทบมาจากการแข่งขัน ทำให้มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

ทรงสุตา ยนต์นิยม (2548) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของไทยในตลาดที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป โครงสร้างการผลิต การส่งออก และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผักและผลไม้ส่งออกของไทยไปยังตลาดที่สำคัญซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆที่มีส่วนแบ่งการตลาด 3 อันดับแรกในเอเชีย รวมทั้งเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกผักและผลไม้ไทย ซึ่งผักและผลไม้ที่ศึกษาแบ่งตามพืชสกุลการในระบบฮาร์โมนไนซ์ (harmonized) ระดับ 2 digit คือ 07 08 และ 20 โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2548

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผักและผลไม้ในตลาดสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน ในขณะที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดพบว่า ในตลาดสหภาพยุโรป เป็นตลาดเดียวที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งทุกประเทศ เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาด พบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้อยในตลาดสหรัฐ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ขณะที่มีส่วนแบ่งตลาดมากในตลาดจีน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด ตลาดจีนเป็นตลาดที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศคู่แข่ง และจากการพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในตลาดสหภาพยุโรป และญี่ปุ่นและมีความสามารถในการแข่งขันมากและมีแนวโน้มจะครองตลาดได้มากขึ้นในตลาดจีนและความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มจะลดลงในตลาดสหรัฐฯ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดพบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศคู่แข่งในตลาดสหภาพยุโรปและจีน นอกจากนี้ จากการศึกษาด้านอุปสรรคการส่งออกผักและผลไม้

พบว่าในปัจจุบันหลายประเทศมีการใช้มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Barrier) มากขึ้น เช่น มาตรการสุขอนามัย มาตรการทางด้านเทคนิค มาตรการปกป้อง เป็นต้น ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมีความเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานต่างๆ มากขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องสารตกค้างที่ประเทศไทยยังคงพบปัญหานี้น้อยครั้ง

รัฐพงศ์ เศรษฐวัฒน์ (2549) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เพื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยที่ค่า RCA มากกว่า 1 จะแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต รวมถึงการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูป

ผลการศึกษาพบว่า ในปี 2547 ไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลกในการส่งออกน้ำผลไม้แปรรูป และอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยมีแนวโน้มที่จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลกต่อไป การศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ประเทศพบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดในตลาดสเปน แต่จะมีแนวโน้มที่จะได้เปรียบลดลง ในตลาดเนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และอิตาลี มีแนวโน้มที่จะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่อไป สำหรับตลาดญี่ปุ่น ไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ (DRC) พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและมีแนวโน้มที่จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตมากขึ้น ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกพบว่า ภาครัฐให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมดังกล่าว แต่การคุ้มครองทำให้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงนอกจากนี้ ค่าจ้างแรงงานที่แท้จริง และการขยายตัวของตลาดโลกและประเทศนำเข้าสำคัญ มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แปรรูปของประเทศไทย

จิราวรรณ โกช่วย (2551) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่สำคัญของไทย ไปยังตลาดกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยเปรียบเทียบในแต่ละประเทศ มีสินค้ารายการใดของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) และพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) และศึกษาสถานการณ์การส่งออก

โดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) รวมทั้งศึกษาสภาพทั่วไปของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม นโยบายการค้า สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สินค้าที่สำคัญของไทยเลือกศึกษาจากสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 20 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2551 โดยแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิซ์ 2007 ระดับ 2 digit และ 4 digit ตามคำนิยามของสินค้า โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2551

ผลการศึกษาพบว่า สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม มีความได้เปรียบในการแข่งขันหลัก ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย เนื่องจากมีความได้เปรียบในการแข่งขันทุกปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2551 และทุกประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ส่วนสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าในปี พ.ศ. 2551 พบว่า ตลาดประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์มีการขยายตัวการนำเข้า พร้อมทั้งการส่งออกของไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนตลาดประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ส่วนตลาดประเทศบรูไน จะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการขยายตัวการนำเข้ามีแนวโน้มที่ลดลงแต่สินค้าไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น และตลาดประเทศสิงคโปร์การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่อัตราการนำเข้ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการส่งออกของไทยกลับมีแนวโน้มที่ลดลง จากการศึกษาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดประเทศบรูไน ประเทศกัมพูชา ประเทศเกาหลี ประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศเวียดนาม พบว่าปัจจัยทางด้านการความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ความนิยมของผู้บริโภคกลับมีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ตลาดในประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย ปัจจัยทางด้านการความสามารถการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลง พร้อมกับความนิยมของผู้บริโภคก็ลดลงด้วยเช่นกัน

ศิวณีย์ จาบรัมย์ (2552) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดสหภาพยุโรปและตลาดสหรัฐอเมริกา รวมทั้งศึกษาสภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย วิธีการศึกษาใช้วิธีหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2551

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีประสิทธิภาพผลิตสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย และประเทศจีน แต่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าประเทศฟิลิปปินส์ โดยพิจารณาจากค่า RCA ของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดสหภาพยุโรปที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 70.65 ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 28.26 ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา ค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 23.63 ในขณะที่ RCA เฉลี่ยของประเทศไทยอินโดนีเซียมีค่าเท่ากับ 11.10 เมื่อพิจารณาค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยฟิลิปปินส์ จะพบว่ามีค่าสูงถึง 36.85 ในขณะที่ค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย มีค่าเพียง 0.0001 ในด้านการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสับปะรดกระป๋องเนื่องจากสับปะรดกระป๋องของไทยจัดเป็นสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก และส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างสูง ในด้านการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าประเทศไทยยังสามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นแม้จะมีแนวโน้มชะลอตัวบ้างก็ตาม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยยังมีจุดแข็งที่สามารถช่วยรักษาศักยภาพการส่งออกไว้ได้ สรุปได้ว่า ในตลาดสหภาพยุโรป ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกสับปะรดกระป๋องเหนือกว่าประเทศอินโดนีเซีย ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกสับปะรดกระป๋องเหนือประเทศอินโดนีเซียและจีน แต่ต่ำกว่าประเทศฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตามเมื่อมองในด้านศักยภาพการส่งออกแล้ว พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสับปะรดกระป๋องอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

วคินี หยกสุวรรณกุล (2552) ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติของประเทศไทย กรณีศึกษาตลาดจีน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพส่งออกหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติ ของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ วิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออก รวมถึงปัญหาและแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันอุตสาหกรรมหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติของไทยในตลาดจีน โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบที่ปรากฏ และใช้การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติของประเทศไทยในกลุ่ม ASEAN ด้านปัญหาและแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันส่งออกอุตสาหกรรมหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติในตลาดจีน

ผลการศึกษาพบว่า ในการส่งออกไปจีนตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542-2551 พบว่า ช่วงปีพ.ศ. 2542-2545 สิงคโปร์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงสุด รองลงมาได้แก่ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม ต่อมาช่วงปีพ.ศ. 2546-2547 ไทยเริ่มมีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบในการส่งออก สูงกว่ามาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม แต่ยังคงต่ำกว่าฟิลิปปินส์ และตั้งแต่ปีพ.ศ.2548 เป็นต้นมา ไทยกลับมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่าทุกประเทศ ขณะที่ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบรองลงมาตามลำดับ โดยในปีพ.ศ.2551 ไทยมีค่า RCA อยู่ที่ 3.42 2.47 1.20 0.42 และ 0.02 ตามลำดับ ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกหน่วยเก็บข้อมูลประมวลผลอัตโนมัติของประเทศไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าจุดแข็งของการแข่งขันการส่งออกของไทยได้แก่ อัตราค่าแรงยังค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย แต่มีความสามารถและทักษะ มีฝีมือและความละเอียดคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์สูง มีการปรับเทคโนโลยีตามมาตรฐานสากล

พนิตนาฏ ยวงศิริ (2553) ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงสถานะการค้าข้าวระหว่างประเทศในตลาดโลก ศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม ตลาดจนทราบแนวทางและความเป็นไปได้ในการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม และทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม โดยใช้ข้อมูลสถิติภูมิรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503-2550

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยและประเทศเวียดนาม มีปริมาณการส่งออกข้าวมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าข้าวที่เวียดนามส่งออกจะเป็นข้าวคุณภาพต่ำและคุณภาพปานกลาง แต่ก็สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก และจากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนามในตลาดโลกจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบระหว่างไทยกับเวียดนามพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA ที่ต่ำกว่าประเทศเวียดนาม โดยการส่งเสริมการผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของรัฐบาลเวียดนาม ซึ่งเรียกนโยบายของรัฐบาลนี้ว่า คอยมอย โดยจะส่งเสริมการผลิตข้าวภายในประเทศ เพิ่มคุณภาพผลผลิต อีกทั้งราคาส่งออกที่ต่ำกว่าไทย และเป็นผลมาจากการทำข้อตกลงว่าด้วยเรื่องสินค้าทางการเกษตรของไทยปีพ.ศ.2538 ทำให้ราคาข้าวในตลาดต่างประเทศต่ำลง และมีการแข่งขันการส่งออกอย่างรุนแรงจากประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลก จึงส่งผลต่อการส่งออกข้าวของไทย ค่า RCA ของไทยจึงลดต่ำลงเรื่อยๆ สำหรับการศึกษาลวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : DRCA) ในการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนามนั้นพบว่า ทั้งสองประเทศอยู่ในสถานการณ์ “สวนกระแส” ซึ่งหมายความว่า ถึงทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกข้าว โดยมีความได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลก ในขณะที่อยู่ในสถานะที่ตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าข้าวลดลง และการศึกษาอัตราการเติบโตของการนำเข้าข้าวของตลาดโลกจากแบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของการส่งออกข้าวที่สูงกว่าเวียดนามมาโดย

ตลอด นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2550 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกได้ดีกว่าเวียดนาม

2.2 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ทิพพา เพิ่มลาภ (2545) ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานะอุตสาหกรรมสิ่งทอในปัจจุบัน ในทุกๆด้าน แล้วนำข้อมูลเหล่านี้มาทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันด้วยวิธี Diamond Model ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการกำหนดความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของประเทศได้แก่ ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์โครงสร้าง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) และรัฐบาล (Government) นอกจากนั้นการศึกษานี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบและเสียเปรียบในเชิงแข่งขันในแต่ละปัจจัย กล่าวคือ ในด้านปัจจัยการผลิต ไทยมีความได้เปรียบเนื่องจากมีแรงงานจำนวนมาก แต่เสียเปรียบเนื่องจากขาดแรงงานและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทางรวมทั้งอัตราค่าจ้างแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ด้านปัจจัยอุปสงค์ ไทยมีความได้เปรียบจากการที่มีตลาดในประเทศที่ใหญ่ มีความต้องการที่หลากหลาย แต่ก็มีความเสียเปรียบจากการที่ผู้ผลิตในบางอุตสาหกรรมไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ไทยมีความได้เปรียบจากการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีการผลิตที่ครบวงจรเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน แต่ก็มีสิ่งที่ลดความได้เปรียบนี้ลงคือ การขาดความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละอุตสาหกรรม ด้านกลยุทธ์โครงสร้าง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในประเทศ เป็นปัจจัยที่ไทยมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเนื่องจากมีการแข่งขันในประเทศที่รุนแรง เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ ส่วนเหตุที่ควบคุมไม่ได้ เช่น การเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ เป็นปัจจัยที่ไทยจะต้องคำนึงถึงและหาทางพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อฉกฉวยโอกาสและทำให้ไทยได้เปรียบจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอให้ได้ โดยปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้คือ รัฐบาล ที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆที่เหมาะสม สำหรับการ

วิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่า ถึงแม้ไทยจะมีจุดอ่อนในหลายเรื่อง เช่น ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต่อเนื่องใน กระบวนการผลิต คุณภาพวัตถุดิบไม่ดีพอ ไม่มี Brand Name ของตนเอง เป็นต้น และมีอุปสรรคใน เรื่องของโครงสร้างภาษี กฎระเบียบของหน่วยงานราชการ มาตรการของต่างประเทศ แต่ไทยก็มีจุด แข็งหลายประการที่สำคัญคือ การที่อุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยมีการผลิตที่ครบวงจร ผู้ประกอบการมีประสบการณ์มายาวนาน มีตลาดในประเทศที่ใหญ่ มีแรงงานจำนวนมากและฝึกฝน ง่าย และมีโอกาสจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอขององค์การการค้าโลก การเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน ซึ่งจะทำให้ไทยขยายตลาดได้มากขึ้นหากไทยสามารถปรับปรุงแก้ไข จุดอ่อน และหาทางลดปัญหาและอุปสรรคต่างๆลงได้

มนธิทธิ์ หลักชัยมงคล (2547) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม กุ้งแช่แข็งของไทย พบว่าในอดีตประเทศไทยสามารถส่งออกกุ้งแช่แข็งไปยังตลาดโลกได้เป็น จำนวนมาก ส่งผลให้ประเทศไทยมีเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี แต่ในปัจจุบัน แนวโน้มการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยมีมูลค่าลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การศึกษานี้จึงต้องการ ศึกษาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทย เพื่อพัฒนาจุดแข็งและแก้ไข จุดอ่อนของอุตสาหกรรมและเสริมสร้างขีดความสามารถในเชิงแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมเพิ่มมา กขึ้น โดยศึกษาผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) แบบจำลองส่วนแบ่งตลาด คงที่ (CMS) แบบจำลองผลกระทบจากแรงกดดัน 5 ประการ (Five Force Model) และทฤษฎีความ ได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยใช้ Diamond Model โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานทางราชการ และ อีกจำนวนมากทาง internet

ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยมีค่าดัชนี RCA ลดลงตลอดช่วงเวลา ที่ทำการศึกษา (พ.ศ.2537-2544) แต่ก็ยังสามารถกล่าวได้ว่า ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งแช่แข็ง เนื่องจากค่า RCA ยังคงมีค่ามากกว่า 1 (การส่งออกกุ้งแช่แข็ง ของไทยมีค่า RCA เท่ากับ 21.51, 20.86, 19.95, 17.44, 16.99, 15.69, 15.60 และ 13.43 ตามลำดับ) ส่วนการส่งออกกุ้งแช่แข็งของประเทศคู่แข่งของไทยก็มีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกประเทศ (ยกเว้น ประเทศจีน) โดยประเทศที่มีค่า RCA มากที่สุดคือ ประเทศเอกวาดอร์ เวียดนาม บังกลาเทศ อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา และเม็กซิโก ตามลำดับ สำหรับการศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่ง ตลาดคงที่ พบว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทย ในช่วงปี พ.ศ.2543-2544 เทียบกับช่วงปี พ.ศ.2537-2538 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 151.98 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. ซึ่งจากการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของการหดตัวในมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยมี 4 ประการ คือ 1) ผลจากอัตรา

การขยายตัวของตลาดโลก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกในช่วงนี้มีการขยายตัว ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 280.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. 2) ผลจากการกระจายตลาดพบว่าตลาดส่วนใหญ่ยังมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ที่มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 39.8 ส่งผลให้โดยรวมแล้ว ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งได้เพิ่มขึ้นเท่ากับ 468.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. 3) ผลจากส่วนประกอบของสินค้า พบว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งแช่แข็งและกุ้งแช่เย็นของไทยมีมูลค่าลดลง แต่สามารถทดแทนมูลค่าการส่งออกที่ลดลงได้โดยส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปได้ ส่งผลให้โดยรวมแล้วผลจากส่วนประกอบของสินค้ามีค่าเท่ากับ 94 ล้านดอลลาร์ สรอ. 4) ผลจากความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากต้นทุนในการผลิตของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้า ทั้งทางด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยมีค่าลดลงเท่ากับ 995.6 ล้านดอลลาร์ สรอ.

สรุป จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทย พบว่าการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม มีผู้ทำการวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ดัชนีได้เปรียบเทียบเปรียบเทียบที่ปรากฏ หรือ ดัชนี RCA มีผู้วิจัยได้แก่ สายฝน ตระกูลสุทรัพย์ (2543) ฉัตรกร กสิบุตร (2544) ภาณุ วสุนทรวิวัฒน์ (2545) สุปราณี โกศลศิริลักษณ์ (2545) คมสันต์ ลิทธิชัย (2546) จีราวรรณ โกช่วย (2551) ศิวณีย์ จาปรัมย์ (2552) ทรงสุดา ขนด้นิยม (2548) รัชฎพงศ์ เศรษฐวัฒน์ (2549) วสินี หยกสุวรรณกุล (2552) และพนิตนาฏ ขวงศิริ (2553) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) มีผู้วิจัยได้แก่ สายฝน ตระกูลสุทรัพย์ (2543) สุปราณี โกศลศิริลักษณ์ (2545) และจีราวรรณ โกช่วย (2551) การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) มีผู้วิจัยได้แก่ ทิพพา เพิ่มลาภ (2545) และมนสิทธิ หลักชัยมงคล (2547)

ในการศึกษาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หรือดัชนี RCA เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ตลาดโลก ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดอิตาลี ตลาดออสเตรเลีย และตลาดญี่ปุ่น รวมถึงการวิเคราะห์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบของการส่งออกน้ำผลไม้ของไทย และยังสามารถนำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ หรือแบบจำลอง CMS มาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการขยายตัวของ

การส่งออกน้ำผลไม้ของไทย นอกจากนี้ยังจะได้้นำแบบจำลองไดมอนด์หรือ Diamond Model เพื่อใช้ในการพิจารณาศักยภาพของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทย ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ มาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เพื่อพิจารณาข้อได้เปรียบและเสียเปรียบในด้านต่างๆของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทย

