

บทที่ 4

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

ในบทนี้จะเป็นการพิจารณาถึงผลของการวิเคราะห์จากข้อมูล ซึ่งจะประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ โดยพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยและประเทศคู่แข่ง และในส่วนที่สองจะเป็นการวิเคราะห์แหล่งที่มาของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้ง 3 ชนิดของไทย คือ ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่และยางใน โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย

4.1 การวิเคราะห์โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยกับประเทศคู่แข่ง สามารถวัดได้จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งจะแสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญ (Specialization) และเป็นการพิจารณาศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพในการผลิตสินค้าชนิดนั้นของโลก

การศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย จะใช้ข้อมูลการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550 เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงที่มีการขยายการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดรถยนต์ภายในประเทศไทยภายหลังเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวในปี พ.ศ.2534 จนกระทั่งเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 เรื่อยมาจนกระทั่งเริ่มเข้าสู่วิกฤตการณ์ทางการเงินอีกครั้งในปี พ.ศ.2550 สำหรับผลการวิเคราะห์สามารถแสดงได้ ดังนี้

จากตารางที่ 4.1 ซึ่งแสดงถึงมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยและประเทศคู่แข่ง ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550 พบว่า ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงที่สุดในโลก แม้จะเริ่มมีการส่งออกสู่ตลาดโลกในปี พ.ศ.2535 โดยมีมูลค่าการส่งออกเพียง 142.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ก็สามารถส่งออกเพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

และมีการขยายตัวของ การส่งออกอย่างมากในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,486.8, 3,781.2 และ 5,127.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 54.69, 52.05 และ 35.62 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2) และในปี พ.ศ.2550 ประเทศจีนก็สามารถส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ได้สูงสุดในโลก โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 7,091.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.03 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก (ตารางที่ 4.3)

ขณะที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากประเทศจีน โดยมีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ในปี พ.ศ.2531 เท่ากับ 2,142.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.42 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก ซึ่งถือว่า ญี่ปุ่นเป็นผู้ส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ได้เป็นอันดับ 1 ของโลกในขณะนั้น ต่อจากนั้นมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของญี่ปุ่นก็ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะลดลงบ้างในปี พ.ศ.2533-2534 และ พ.ศ.2536 แต่ก็สามารถปรับตัวสูงขึ้นได้ในปีถัดมา ก่อนที่มูลค่าการส่งออกจะลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ.2544 จากนั้นก็ปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในปี พ.ศ.2550 เท่ากับ 5,987.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.66 จากปีก่อนหน้า โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.85 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก และเมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ พบว่า สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด

ส่วนประเทศเยอรมันเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงเป็นอันดับที่ 3 ของโลก โดยในปี พ.ศ.2531 ประเทศเยอรมันสามารถส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มีมูลค่าเท่ากับ 1,494.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.07 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ ซึ่งถือเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 ของโลกในขณะนั้น ต่อมาภายหลังเยอรมันก็มีสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกที่ลดลงเช่นเดียวกับญี่ปุ่น ในขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ลดลงในปี พ.ศ.2536 และ พ.ศ.2543 และสามารถปรับตัวสูงขึ้นได้อีกครั้งในปีถัดมา จนกระทั่งสามารถส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ได้สูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4,572.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.51 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.05 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก

ประเทศเกาหลีใต้ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในทวีปเอเชีย มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงเป็นอันดับที่ 6 ของโลก โดยในปี พ.ศ.2531 ประเทศเกาหลีใต้สามารถส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มีมูลค่าเท่ากับ 637.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.11 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ ซึ่งถือเป็นผู้ส่งออกอันดับ 3 ของโลกในขณะนั้น สำหรับสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกของประเทศเกาหลีใต้มีแนวโน้มที่ลดลงเช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นและเยอรมัน ในขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 เท่ากับ 2,659.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.26 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก

สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (ในจำนวนประเทศผู้ส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ 15 อันดับแรกของโลก และประเทศไทยถือเป็นอันดับที่ 4 ของทวีปเอเชีย รองจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) ซึ่งประเทศไทยเริ่มปรากฏข้อมูลมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ในปี พ.ศ.2532 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 53.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.83 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก จากนั้นมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 ผู้ประกอบการจึงหันไปให้ความสนใจกับตลาดส่งออกมากขึ้น รวมทั้งการที่บริษัทข้ามชาติ 3 รายใหญ่มีนโยบายใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2547-2550 เป็นช่วงที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 37.22 และมีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 1,511.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 35.22 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.99 ของมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก

เมื่อพิจารณาเฉพาะอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโลก (ตารางที่ 4.2) พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 เป็นต้นมา ประเทศจีนมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 30 โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2547-2548 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 54.68 และ 52.05 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการที่อุตสาหกรรมการผลิตยานพาหนะประเภทต่างๆ ของจีนเติบโตอย่างรวดเร็วตามการเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ตลาดยานพาหนะภายในประเทศจึงมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการชาวจีนเริ่มหันไปให้ความสำคัญต่อตลาดส่งออกมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในประเทศ ทำให้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาจีนได้ก้าวขึ้นเป็นผู้ส่งออกยานพาหนะรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยจะมีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่น้อยกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดโลก อย่างเช่น จีน ญี่ปุ่น เยอรมัน หรือเกาหลีใต้ ก็มิได้หมายความว่า ประเทศไทยจะไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ เพราะเมื่อพิจารณาถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) (ตารางที่ 4.5) พบว่า

ประเทศโปแลนด์เป็นประเทศที่มีค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นปีแรกที่มีการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.29 จากนั้นก็มีค่า RCA เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างค่อนข้างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ.2550 โปแลนด์มีค่า RCA เท่ากับ 3.02 สูงเป็นอันดับ 2 ของโลก สำหรับสาเหตุที่การส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของโปแลนด์มีการเติบโตอย่างรวดเร็วขึ้น เนื่องมาจากการที่โปแลนด์เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของยุโรปตะวันออก ประกอบกับการลงทุนจากบริษัทข้ามชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้อุตสาหกรรมยานพาหนะของโปแลนด์มีการขยายตัว โดยในปี พ.ศ.2546 มีการลงทุนจากบริษัทข้ามชาติที่สำคัญ คือ Goodyear Luxembourg มีมูลค่าการลงทุน 181 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, มิซลินของประเทศฝรั่งเศส มีมูลค่าการลงทุน 161.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และบริดจสโตนของประเทศญี่ปุ่น มีมูลค่าการลงทุน 148 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และภายหลังจากที่โปแลนด์เข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป (EU) ในปี พ.ศ.2547 โรงงานผลิตรถยนต์ ยานยนต์และอุปกรณ์ประกอบได้ขยายฐานการผลิตและเพิ่มการลงทุนในโปแลนด์อย่างมากและต่อเนื่อง ทั้งนี้ปัจจัยที่ดึงดูดให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนในโปแลนด์ ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าโดยเปรียบเทียบ, มีสิ่งจูงใจ (incentive) และการอุดหนุน (subsidies) ให้กับบริษัทต่างชาติ, สถาบันการเงินหลักของยุโรป อาทิ European Central Bank (ECB) และ European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) รวมทั้งธนาคารโลกอนุมัติให้เงินกู้ในการลงทุน

ประเทศสาธารณรัฐเช็กซึ่งมีค่า RCA สูงที่สุดของโลกในปี พ.ศ.2550 นั้น ได้เริ่มปรากฏข้อมูลการส่งออกภายนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ซึ่งเป็นปีที่เช็กเปลี่ยนแปลงการปกครองเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจตลาดเสรี โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.58 จากนั้นก็ปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ จนมีค่า RCA สูงสุดในปี พ.ศ.2545 เท่ากับ 4.27 ซึ่งเป็นค่า RCA ที่สูงที่สุดตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ถือเป็นประเทศที่มีค่า RCA สูงเป็นอันดับ 1 ของโลก ต่อเนื่องมาจนกระทั่งปี พ.ศ.2550 โดยค่า RCA ในปี พ.ศ.2550 มีค่าเท่ากับ 3.78 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่สาธารณรัฐเช็กมีบรรยากาศทั่วไปที่เอื้อต่อการลงทุน

โดยมีที่ตั้งอยู่ใจกลางทวีปยุโรป ซึ่งเอื้อต่อการส่งสินค้าไปขายยังประเทศรอบด้าน และมีแรงงานที่มีคุณภาพแต่ค่าแรงต่ำเมื่อเทียบกับประเทยุโรปอื่น ประกอบกับการเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป ในปี พ.ศ.2547 ได้ดึงดูดให้บริษัทผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิต อาทิ Volkswagen นอกจากนี้ยังมีสำนักงานการลงทุนของเช็ก (CzechInvest) ที่มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ มีการเน้นการจัดตั้งโครงการพัฒนาวิจัยเพื่อช่วยเหลือนักลงทุนต่างชาติ มีการเชื่อมโยงการลงทุนของต่างชาติเข้ากับสถาบันการศึกษาและการวิจัยของเช็ก ซึ่งการลงทุนจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศเยอรมัน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น มีบทบาทสำคัญที่ช่วยทำให้เศรษฐกิจของเช็กมีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่อง อีกทั้งช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

ประเทศสเปนเป็นประเทศที่มีค่า RCA อยู่ในระดับสูง คือ มีค่าเท่ากับ 3.01 ในปี พ.ศ. 2532 ถือเป็นอันดับ 1 ของโลกในขณะนั้น จากนั้นสเปนก็ยังคงสามารถรักษาระดับของค่า RCA ให้สูงมากกว่า 1 มาโดยตลอด และในปี พ.ศ.2550 ค่า RCA เท่ากับ 2.56 อยู่ในอันดับที่ 4 ของโลก แต่เมื่อพิจารณาตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา พบว่า ค่า RCA มีความผันผวนและมีแนวโน้มลดลง แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะเป็นผลมาจากการได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันและประสิทธิภาพวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิตภัณฑ์ยานพาหนะ อย่างไรก็ตามสเปนยังคงสามารถรักษาค่า RCA ให้สูงมากกว่า 1 ได้ โดยอาศัยความเชื่อมโยงจากอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ในสเปนซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของยุโรป

สำหรับประเทศไทยมีค่า RCA สูงเป็นอันดับที่ 3 ของโลก โดยในปี พ.ศ.2532 การส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยมีค่า RCA เพียง 0.50 เท่านั้น เมื่อพิจารณาแนวโน้มตลอดช่วงปี พ.ศ.2531-2550 พบว่า ในช่วงต้น คือ ปี พ.ศ.2532-2540 ประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แม้ว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด และเมื่อได้มีการพัฒนาการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยานพาหนะอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปี พ.ศ.2541 เป็นต้นมา ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 โดยตลอด แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2538-2539 และพ.ศ.2546 ค่า RCA จะปรับลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า แต่ก็สามารถฟื้นตัวกลับขึ้นมาได้ในปีถัดมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงค่า RCA มีแนวโน้มดีขึ้นจากตอนที่เริ่มต้นการส่งออก และประเทศไทยสามารถพัฒนาการส่งออกจนสามารถที่จะแข่งขันและมีความได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดโลกได้ในปัจจุบัน

ในขณะที่ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดที่เป็นของใหม่สูงที่สุดในโลก ในปี พ.ศ.2550 กลับมีค่า RCA อยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก โดยในช่วงต้นที่ประเทศจีนเริ่มต้นการส่งออก คือ ปี พ.ศ.2535-2542 ประเทศจีนมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 และตั้งแต่ปี พ.ศ.2543

เป็นต้นมา ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 เนื่องจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่
ของจีนที่ส่งออกไปยังตลาดโลกนั้นเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด ยกเว้นในปี พ.ศ.2546
ที่ค่า RCA ลดลงเหลือ 0.96 แต่ก็ปรับสูงขึ้นในปีถัดมา จนกระทั่งปี พ.ศ.2550 ประเทศจีนมีค่า RCA
สูงสุด เท่ากับ 1.55 โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่ร้อยละ 14.03
สูงเป็นอันดับ 1 ของโลก ซึ่งการที่ประเทศจีนสามารถส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่ได้มาก
เป็นอันดับ 1 ของโลก เนื่องจากราคาสินค้าที่ต่ำกว่าประเทศอื่น สาเหตุอาจเนื่องมาจากต้นทุน
แรงงานและวัตถุดิบที่ถูกกว่า

สำหรับประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่เป็นอันดับที่ 2 ของโลก ในปี พ.ศ.2550 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่า ประเทศญี่ปุ่น
เป็นประเทศที่มีค่า RCA สูงเป็นอันดับที่ 5 ของโลก โดยช่วงปี พ.ศ.2531-2550 ญี่ปุ่นสามารถ
รักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกไว้ได้ โดยมีค่า RCA มากกว่า 1 มาโดยตลอด
แต่ในขณะเดียวกันกลับมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่ลดลงอย่างมาก
โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2531-2537 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประเทศคู่แข่งอย่างสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้
และสเปนเข้ามามีส่วนแบ่งในการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่มากขึ้น จากนั้นตั้งแต่
ปี พ.ศ.2538 ประเทศญี่ปุ่นสามารถรักษาสัดส่วนมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่
ไว้ที่อันดับ 2 ของโลก และมีค่า RCA สูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 โดยมีค่าเท่ากับ 2.23

ส่วนประเทศเยอรมันซึ่งเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกภายนอกชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่
สูงเป็นอันดับที่ 3 ของโลก ในปี พ.ศ.2550 แต่มีค่า RCA อยู่ในอันดับที่ 11 ของโลก โดยในช่วง
ปี พ.ศ.2531-2550 เยอรมันมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 มาตลอด ยกเว้นในปี พ.ศ.2545 และ พ.ศ.2548
เท่านั้น ที่มีค่า RCA มากกว่า 1 นอกจากนี้เยอรมันยังสูญเสียสัดส่วนมูลค่าการส่งออกภายนอก
ชนิดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นของใหม่ โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2531-2538 จากร้อยละ 33.07 ในปี พ.ศ.2531
เหลือเพียงร้อยละ 9.15 ในปี พ.ศ.2538 จากนั้นปรับขึ้นเล็กน้อยในปี พ.ศ.2539 และคงที่อยู่ที่
ประมาณร้อยละ 9-10 มาโดยตลอด

เมื่อพิจารณาโดยรวมถึงแนวโน้มของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ
(RCA) ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550 พบว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แม้ว่าจะมีบางช่วงที่ค่า RCA
มีความผันผวน แต่ก็ยังคงปรับสูงขึ้นได้ในปีต่อมา โดยประเทศที่มีค่า RCA เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
คือ สาธารณรัฐเช็ก และโปแลนด์ สำหรับประเทศไทยก็มีแนวโน้มของค่า RCA ที่ค่อยๆ เพิ่มขึ้น
อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ.2546-2550 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก
การที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบยางพารารายใหญ่ของโลกและเป็นฐานการผลิตรถยนต์

ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ซึ่งช่วยผลักดันให้ไทยกลายเป็นฐานการผลิตยานพาหนะ อันดับต้นๆ ของโลกเช่นกัน

ดังนั้น จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550 ประเทศที่มีมูลค่า การส่งออกยานอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่สูงสุด 15 อันดับแรกของโลก มีเพียง 9 ประเทศเท่านั้น (สาธารณรัฐเช็ก, โปแลนด์, ไทย, สเปน, ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ฝรั่งเศส, จีน และแคนาดา) ที่สามารถ พัฒนาความสามารถในการแข่งขันและยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากมีค่าดัชนี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มากกว่า 1 โดยประเทศที่มีค่า RCA สูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 คือประเทศสาธารณรัฐเช็ก, โปแลนด์, ไทย, สเปน, ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ฝรั่งเศส, จีน และ แคนาดา ตามลำดับ ส่วนประเทศเบลเยียม เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แม้ว่าบางประเทศ คือ เยอรมันและสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการส่งออกยานอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่อยู่ในอันดับต้นๆ ของโลกก็ตาม

อย่างไรก็ตาม การคำนวณโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนี้ ยังคงมีข้อด้อยอยู่มาก เช่น การคำนวณที่ใช้สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกยานอกชนิดอัดลมที่เป็น ของใหม่กับมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิด ทำให้บางประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดอื่น สูงมากๆ เช่น จีนและเยอรมัน มีค่า RCA ที่ต่ำ (จีนและเยอรมันมีมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิด ในปี พ.ศ.2550 สูงกว่าสาธารณรัฐเช็ก 10 และ 11 เท่า ตามลำดับ) นอกจากนี้ ค่า RCA ยังไม่สามารถ แสดงผลของการกีดกันทางการค้า หรือการสนับสนุนจากภาครัฐออกมาได้ ทำให้ผลที่คำนวณ ออกมาได้อาจไม่สะท้อนความได้เปรียบจากความสามารถในการผลิตที่แท้จริง ดังนั้น การวิเคราะห์ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ควรใช้ร่วมกับการวิเคราะห์โดยวิธีอื่นๆ เพื่อทดแทนข้อด้อยบางข้อของการคำนวณโดยใช้ดัชนีนี้

ตารางที่ 4.1

มูลค่าการส่งออกยกานนอกชนิดตัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
จีน	na	na	na	na	142.4	177.2	225.1	430.5	467.3	503.0	575.1	722.0	1,002.8	1,002.6	1,218.4	1,607.6	2,486.8	3,781.2	5,127.8	7,091.8
ญี่ปุ่น	2,142.6	2,395.4	2,391.2	2,351.8	2,448.2	2,320.8	2,494.0	3,070.0	3,260.4	3,230.2	3,362.2	3,440.3	3,245.0	2,923.1	3,281.7	3,951.2	4,436.2	4,954.0	5,315.0	5,987.8
เยอรมัน	1,494.5	1,495.3	1,623.0	1,619.1	1,767.9	1,493.1	1,620.4	1,865.6	1,958.6	1,924.9	1,976.3	2,078.2	1,890.7	1,998.0	2,300.7	2,785.7	3,397.1	3,842.1	4,214.1	4,572.7
ฝรั่งเศส	na	na	na	na	na	na	2,272.0	2,536.8	2,649.4	2,595.4	2,681.6	2,516.7	2,215.1	1,999.3	2,009.2	2,488.5	2,931.1	2,977.8	3,245.7	3,805.9
สหรัฐอเมริกา	na	na	na	1,199.4	1,322.3	1,373.7	1,515.9	1,784.1	1,880.9	2,324.7	2,466.0	2,343.2	2,413.5	2,281.1	2,240.3	2,199.4	2,571.3	2,827.4	3,146.0	3,573.8
เกาหลีใต้	637.7	617.6	723.9	740.2	873.1	963.4	1,053.9	1,116.7	1,307.1	1,214.0	1,344.5	1,322.5	1,264.5	1,266.3	1,356.4	1,540.6	1,890.4	2,226.6	2,393.3	2,659.3
สเปน	na	713.1	827.8	789.8	902.4	880.6	1,048.5	1,218.5	1,361.1	1,274.3	1,375.0	1,423.8	1,281.9	1,282.2	1,236.1	1,493.3	1,672.2	1,751.6	2,323.2	2,443.2
สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	na	na	83.1	112.1	192.7	193.7	na	237.6	307.4	338.0	351.5	602.0	662.3	944.3	1,093.2	1,293.3	1,723.1
แคนาดา	na	291.6	627.7	685.8	771.5	855.5	903.9	913.7	1,003.0	1,137.0	1,167.0	1,183.7	1,285.3	1,264.3	1,273.0	1,308.2	1,456.2	1,607.7	1,695.6	1,650.3
อิตาลี	na	na	na	na	na	na	922.3	1,124.9	1,138.4	1,020.3	1,062.5	1,090.0	946.2	968.7	988.1	1,136.9	1,407.1	1,368.0	1,430.2	1,645.1
โปแลนด์	na	na	na	na	na	na	99.3	152.5	1,573.5	166.5	209.8	222.6	258.4	343.2	419.9	560.9	735.7	964.0	1,128.6	1,577.2
เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	633.0	636.5	637.8	769.1	739.7	660.1	535.6	631.3	579.8	541.5	713.1	888.3	1,158.8	1,182.6	1,350.2	1,563.7
ไทย	na	53.3	67.3	78.5	108.8	127.7	150.2	181.0	202.6	233.2	276.1	270.1	300.1	336.5	391.3	427.0	615.3	829.0	1,117.9	1,511.6
เบลเยียม	na	na	na	na	na	na	na	733.4	672.6	644.8	659.7	507.5	512.8	446.3	478.4	665.4	894.0	1,019.4	1,097.5	1,494.0
อังกฤษ	na	na	na	na	na	904.9	1,051.8	1,194.1	1,230.6	1,123.2	1,274.0	1,093.1	1,049.2	818.5	751.2	849.2	926.5	922.1	1,018.8	1,176.6
อื่นๆ	243.7	839.2	837.0	927.8	1,658.8	1,731.9	2,685.7	3,103.7	905.9	3,684.3	4,003.2	4,381.6	4,290.4	4,486.5	3,804.5	5,602.5	6,854.0	8,350.0	9,566.0	8,066.6
รวม	4,518.6	6,405.6	7,098.0	8,392.3	10,628.3	11,548.4	16,792.8	20,387.5	20,544.7	21,735.7	23,206.2	23,534.2	22,873.7	22,309.7	23,064.5	28,167.2	34,376.9	39,696.7	45,463.1	50,542.7

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db>

ตารางที่ 4.2

อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
จีน	na	na	na	na	-	24.41	27.08	91.24	8.54	7.63	14.34	25.54	38.90	-0.02	21.52	31.95	54.68	52.05	35.61	38.30
ญี่ปุ่น	-	11.80	-0.18	-1.65	4.10	-5.20	7.46	23.10	6.20	-0.92	4.09	2.32	-5.68	-9.92	12.27	20.40	12.27	11.67	7.29	12.66
เยอรมัน	-	0.05	8.54	-0.24	9.19	-15.54	8.53	15.13	4.99	-1.72	2.67	5.16	-9.02	5.67	15.15	21.08	21.95	13.10	9.68	8.51
ฝรั่งเศส	na	na	na	na	na	na	-	11.66	4.44	-2.04	3.32	-6.15	-11.99	-9.74	0.50	23.86	17.78	1.59	8.99	17.26
สหรัฐอเมริกา	na	na	na	-	10.25	3.89	10.35	17.69	5.43	23.59	6.08	-4.98	3.00	-5.48	-1.79	-1.83	16.91	9.96	11.27	13.60
เกาหลีใต้	-	-3.16	17.23	2.24	17.96	10.35	9.39	5.96	17.05	-7.12	10.75	-1.64	-4.39	0.15	7.11	13.58	22.71	17.79	7.48	11.12
สเปน	na	-	16.08	-4.59	14.26	-2.41	19.06	16.21	11.70	-6.38	7.90	3.55	-9.96	0.02	-3.59	20.81	11.98	4.75	32.63	5.17
สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	na	na	-	34.88	72.01	0.50	-	-	29.39	9.95	4.02	71.26	10.01	42.58	15.77	18.30	33.23
แคนาดา	na	-	115.27	9.25	12.50	10.88	5.66	1.09	9.76	13.37	2.64	1.43	8.59	-1.64	0.69	2.76	11.32	10.40	5.47	-2.67
อิตาลี	na	na	na	na	na	na	-	21.96	1.20	-10.38	4.14	2.59	-13.20	2.38	2.01	15.06	23.77	-2.78	4.55	15.02
โปแลนด์	na	na	na	na	na	na	-	53.69	931.53	-89.42	26.01	6.11	16.08	32.83	22.34	33.57	31.17	31.04	17.07	39.75
เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	-	0.55	0.21	20.58	-3.82	-10.77	-18.85	17.86	-8.16	-6.60	31.67	24.58	30.45	2.05	14.18	15.81
ไทย	na	-	26.21	16.62	38.59	17.38	17.66	20.46	11.97	15.08	18.41	-2.17	11.10	12.12	16.31	9.11	44.10	34.72	34.85	35.22
เบลเยียม	na	na	na	na	na	na	na	-	-8.28	-4.13	2.31	-23.08	1.05	-12.96	7.19	39.08	34.34	14.03	7.66	36.13
อังกฤษ	na	na	na	na	na	-	16.23	13.53	3.05	-8.73	13.43	-14.20	-4.02	-21.98	-8.22	13.04	9.11	-0.48	10.48	15.49
อื่นๆ	-	244.33	-0.26	10.84	78.79	4.41	55.08	15.56	-70.81	306.69	8.66	9.45	-2.08	4.57	-15.20	47.26	22.34	21.83	14.56	-15.67
รวม	-	41.76	10.81	18.24	26.64	8.66	45.41	21.41	0.77	5.80	6.77	1.41	-2.81	-2.47	3.38	22.12	22.05	15.47	14.53	11.17

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.3

ส่วนแบ่งในตลาดโลกของมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

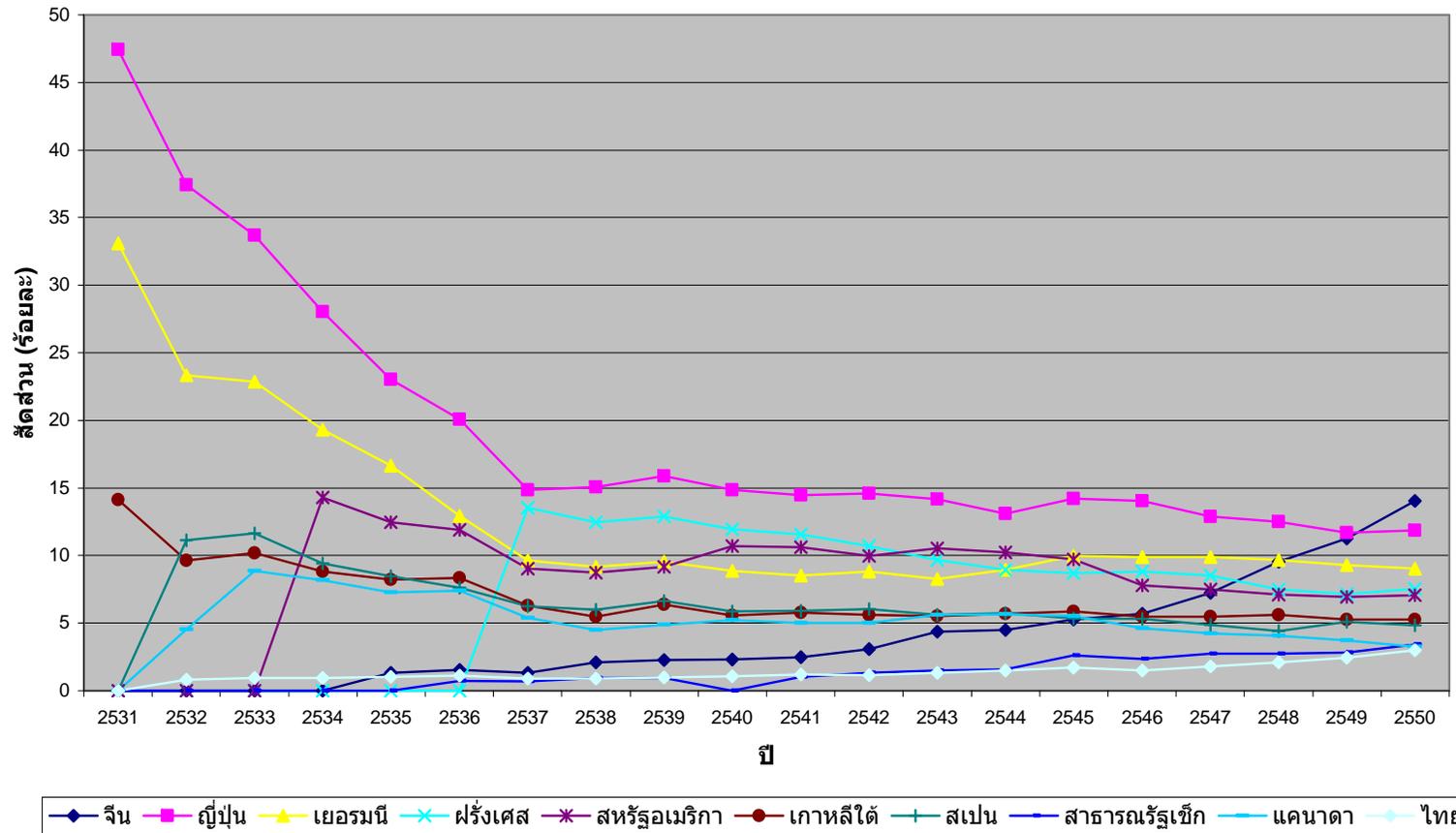
หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
จีน	na	na	na	na	1.34	1.53	1.34	2.11	2.27	2.31	2.48	3.07	4.38	4.49	5.28	5.71	7.23	9.53	11.28	14.03
ญี่ปุ่น	47.42	37.40	33.69	28.02	23.03	20.10	14.85	15.06	15.87	14.86	14.49	14.62	14.19	13.10	14.23	14.03	12.90	12.48	11.69	11.85
เยอรมัน	33.07	23.34	22.87	19.29	16.63	12.93	9.65	9.15	9.53	8.86	8.52	8.83	8.27	8.96	9.98	9.89	9.88	9.68	9.27	9.05
ฝรั่งเศส	na	na	na	na	na	na	13.53	12.44	12.90	11.94	11.56	10.69	9.68	8.96	8.71	8.83	8.53	7.50	7.14	7.53
สหรัฐอเมริกา	na	na	na	14.29	12.44	11.90	9.03	8.75	9.16	10.70	10.63	9.96	10.55	10.22	9.71	7.81	7.48	7.12	6.92	7.07
เกาหลีใต้	14.11	9.64	10.20	8.82	8.21	8.34	6.28	5.48	6.36	5.59	5.79	5.62	5.53	5.68	5.88	5.47	5.50	5.61	5.26	5.26
สเปน	na	11.13	11.66	9.41	8.49	7.63	6.24	5.98	6.63	5.86	5.93	6.05	5.60	5.75	5.36	5.30	4.86	4.41	5.11	4.83
สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	na	na	0.72	0.67	0.95	0.94	na	1.02	1.31	1.48	1.58	2.61	2.35	2.75	2.75	2.84	3.41
แคนาดา	na	4.55	8.84	8.17	7.26	7.41	5.38	4.48	4.88	5.23	5.03	5.03	5.62	5.67	5.52	4.64	4.24	4.05	3.73	3.27
อิตาลี	na	na	na	na	na	na	5.49	5.52	5.54	4.69	4.58	4.63	4.14	4.34	4.28	4.04	4.09	3.45	3.15	3.25
โปแลนด์	na	na	na	na	na	na	0.59	0.75	0.77	0.77	0.90	0.95	1.13	1.54	1.82	1.99	2.14	2.43	2.48	3.12
เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	5.96	5.51	3.80	3.77	3.60	3.04	2.31	2.68	2.53	2.43	3.09	3.15	3.37	2.98	2.97	3.09
ไทย	na	0.83	0.95	0.94	1.02	1.11	0.89	0.89	0.99	1.07	1.19	1.15	1.31	1.51	1.70	1.52	1.79	2.09	2.46	2.99
เบลเยียม	na	3.60	3.27	2.97	2.84	2.16	2.24	2.00	2.07	2.36	2.60	2.57	2.41	2.96						
อังกฤษ	na	na	na	na	na	7.84	6.26	5.86	5.99	5.17	5.49	4.64	4.59	3.67	3.26	3.01	2.70	2.32	2.24	2.33
อื่นๆ	5.39	13.10	11.79	11.06	15.61	15.00	15.99	15.22	11.30	16.95	17.25	18.62	18.76	20.11	16.50	19.89	19.94	21.03	21.04	15.96
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.1

ภาพที่ 4.1

ส่วนแบ่งในตลาดโลกของมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550



ตารางที่ 4.4

มูลค่าการส่งออกรวมทุกสินค้าของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

หน่วย : พันล้านเหรียญสหรัฐ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
จีน	na	na	na	na	84.9	91.7		148.8	151.0	182.8	183.8	194.9	249.2	266.1	325.6	438.2	593.3	762.0	968.9	1,217.8
ญี่ปุ่น	264.9	275.2	286.9	314.5	339.7	360.9		442.9	410.9	421.1	388.1	417.6	479.2	403.4	416.7	472.0	565.8	594.9	646.7	714.3
เยอรมัน	323.2	341.1	398.4	402.5	430.3	380.1	427.1	523.7	524.2	512.4	543.6	542.8	549.6	571.4	616.0	748.5	911.7	977.1	1,122.0	1,328.8
ฝรั่งเศส	na	na	na	na	na	na	233.3	284.0	283.9	283.3	300.6	296.0	295.3	289.6	304.9	358.1	413.7	434.4	479.0	539.7
สหรัฐอเมริกา	na	na	na	421.6	447.3	464.8	512.3	583.0	622.8	687.5	680.4	692.8	780.3	731.0	693.2	723.6	817.9	904.3	1,037.0	1,162.5
เกาหลีใต้	60.6	62.4	65.0	71.9	76.6	82.2	96.0	125.1	129.7	136.2	132.3	143.7	172.3	150.4	162.5	193.8	253.8	284.4	325.5	371.5
สเปน	na	44.5	55.6	60.2	64.3	61.0	73.2	89.6	101.6	106.2	109.3	111.5	113.3	116.1	125.9	158.2	182.7	192.8	214.1	253.8
สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	na	na	12.9	14.1	21.7	21.9	na	28.3	26.8	29.1	33.4	38.5	48.7	65.8	78.2	95.1	120.9
แคนาดา	na	116.0	126.9	126.8	134.5	144.6	166.3	191.1	202.3	216.0	214.6	238.8	277.1	261.1	252.6	272.2	317.2	360.6	388.2	420.2
อิตาลี	na	na	na	na	na	na	190.0	230.4	252.1	238.3	242.1	235.0	239.9	244.3	254.2	299.5	353.5	373.0	417.2	500.2
โปแลนด์	na	na	na	na	na	na	17.2	22.9	24.4	25.7	28.2	27.4	31.6	36.1	40.3	53.5	73.8	89.4	109.6	138.8
เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	139.9	131.1	145.8	177.6	177.4	184.4	167.6	170.5	180.1	169.5	175.4	227.3	290.5	320.1	370.2	477.6
ไทย	16.0	20.1	23.1	28.4	32.5	37.2	45.2	56.4	55.7	58.3	53.6	58.4	68.8	64.9	68.1	80.3	96.2	110.1	130.6	153.6
เบลเยียม	na	na	na	na	na	na	na	168.2	168.3	172.7	178.6	178.9	184.8	190.3	215.8	255.5	306.4	334.1	369.3	430.8
อังกฤษ	na	na	na	na	na	167.4	198.8	234.4	253.6	278.9	270.3	265.4	282.9	272.6	280.6	307.7	349.0	384.4	444.4	440.0
อื่นๆ	120.6	341.7	422.2	491.8	707.6	898.2	1,122.8	1,383.2	1,617.2	1,719.0	1,749.3	1,868.3	2,292.1	2,186.7	2,322.9	2,734.1	3,342.8	3,898.3	4,613.2	5,149.8
รวม	785.2	1,200.9	1,378.2	1,917.7	2,457.7	2,832.1	3,758.7	4,683.0	4,997.0	5,222.9	5,270.7	5,468.9	6,225.7	5,986.8	6,293.1	7,371.4	8,934.2	10,098.0	11,730.9	13,420.4

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db>

ตารางที่ 4.5

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของประเทศต่างๆ
ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

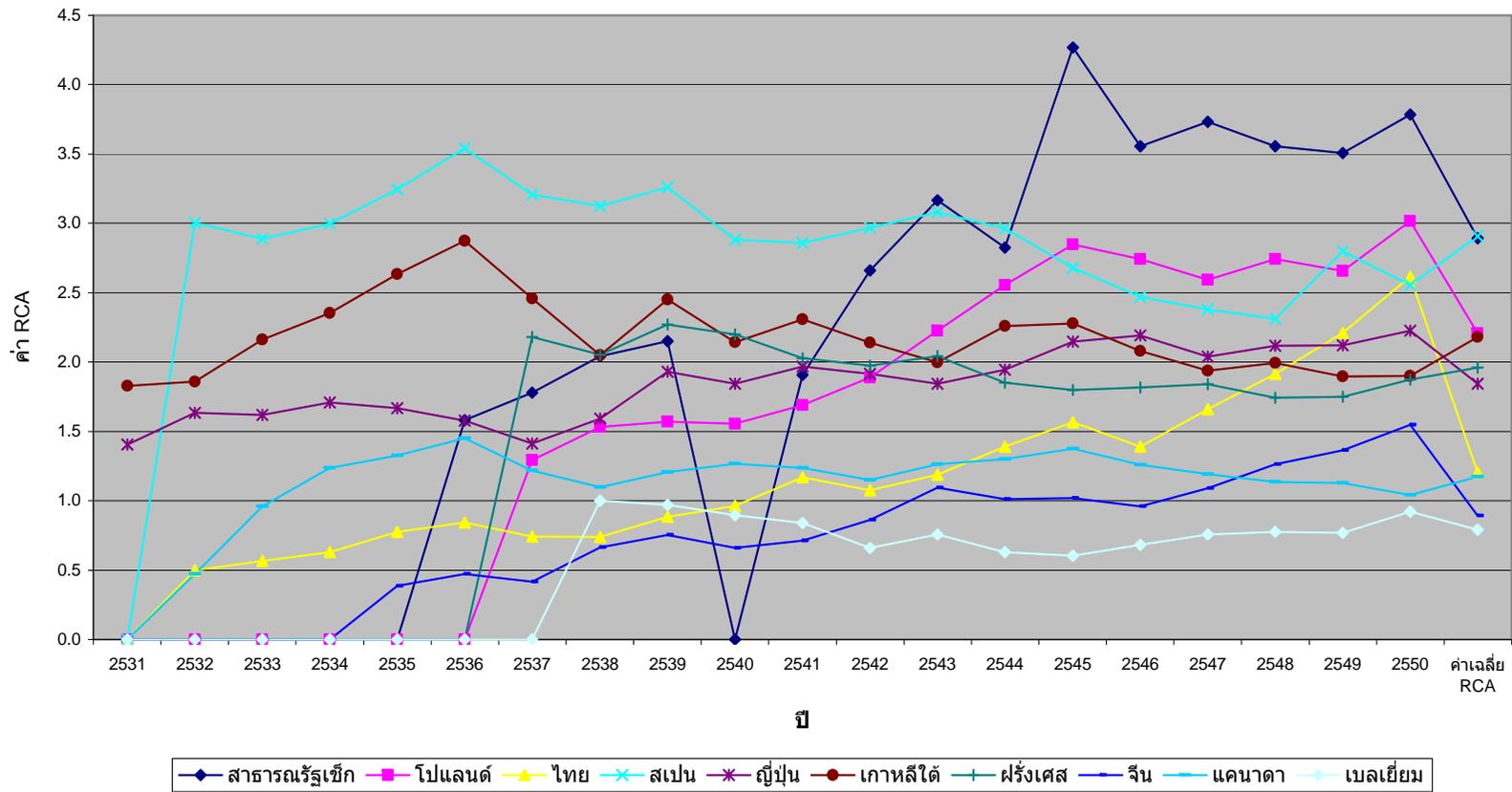
ประเทศ	ปี																				ค่าเฉลี่ย RCA
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	
สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	na	na	1.58	1.78	2.04	2.15	na	1.91	2.66	3.17	2.83	4.27	3.56	3.73	3.56	3.51	3.78	2.89
โปแลนด์	na	na	na	na	na	na	1.29	1.53	1.57	1.56	1.69	1.89	2.22	2.55	2.85	2.74	2.59	2.74	2.66	3.02	2.21
ไทย	na	0.50	0.57	0.63	0.77	0.84	0.74	0.74	0.89	0.96	1.17	1.07	1.19	1.39	1.57	1.39	1.66	1.92	2.21	2.61	1.20
สเปน	na	3.01	2.89	3.00	3.24	3.54	3.21	3.12	3.26	2.88	2.86	2.97	3.08	2.96	2.68	2.47	2.38	2.31	2.80	2.56	2.91
ญี่ปุ่น	1.41	1.63	1.62	1.71	1.67	1.58	1.41	1.59	1.93	1.84	1.97	1.91	1.84	1.94	2.15	2.19	2.04	2.12	2.12	2.23	1.84
เกาหลีใต้	1.83	1.86	2.16	2.35	2.63	2.87	2.46	2.05	2.45	2.14	2.31	2.14	2.00	2.26	2.28	2.08	1.94	1.99	1.90	1.90	2.18
ฝรั่งเศส	na	na	na	na	na	na	2.18	2.05	2.27	2.20	2.03	1.98	2.04	1.85	1.80	1.82	1.84	1.74	1.75	1.87	1.96
จีน	na	na	na	na	0.39	0.47	0.42	0.66	0.75	0.66	0.71	0.86	1.10	1.01	1.02	0.96	1.09	1.26	1.37	1.55	0.89
แคนาดา	na	0.47	0.96	1.24	1.33	1.45	1.22	1.10	1.21	1.26	1.24	1.15	1.26	1.30	1.38	1.26	1.19	1.13	1.13	1.04	1.17
เบลเยียม	na	1.00	0.97	0.90	0.84	0.66	0.76	0.63	0.60	0.68	0.76	0.78	0.77	0.92	0.79						
เยอรมัน	0.80	0.82	0.79	0.92	0.95	0.96	0.85	0.82	0.91	0.90	0.83	0.89	0.94	0.94	1.02	0.97	0.97	1.00	0.97	0.91	0.91
อิตาลี	na	na	na	na	na	na	1.09	1.12	1.10	1.03	1.00	1.08	1.07	1.06	1.06	0.99	1.03	0.93	0.88	0.87	1.02
เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	1.05	1.19	0.98	0.99	1.01	0.86	0.73	0.86	0.88	0.86	1.11	1.02	1.04	0.94	0.94	0.87	0.96
สหรัฐอเมริกา	na	na	na	0.65	0.68	0.72	0.66	0.70	0.73	0.81	0.82	0.79	0.84	0.84	0.88	0.80	0.82	0.80	0.78	0.82	0.77
อังกฤษ	na	na	na	na	na	1.33	1.18	1.17	1.18	0.97	1.07	0.96	1.01	0.81	0.73	0.72	0.69	0.61	0.59	0.71	0.92

ที่มา : คำนวณจาก ตารางที่ 4.1 และ ตารางที่ 4.3

ภาพที่ 4.2

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

77



4.2 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

การวิเคราะห์ที่ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาของการขยายตัวในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย อันได้แก่ ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่ (HS 4012) และยางใน (HS 4013) ในตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เบลเยียม มาเลเซีย และออสเตรเลีย โดยแบ่งช่วงเวลาในการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ.2540-2541 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ และช่วงปี พ.ศ.2549-2550 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจโลกเริ่มเข้าสู่ภาวะชะงักงัน เนื่องจากวิกฤติการเงินในสหรัฐอเมริกา โดยสามารถอธิบายผลของการศึกษาได้ดังนี้

1. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 เทียบกับปี พ.ศ.2549-2550 (ตารางที่ 4.6) พบว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังตลาดโลกมีมูลค่าเท่ากับ 283.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐและเพิ่มขึ้นเป็น 324.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2541 ซึ่งเฉลี่ย 2 ปี มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 304.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ในปีถัดมา มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะลดลงร้อยละ 2.66 จากปี พ.ศ.2541 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 315.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จนมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ.2550 โดยมีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเท่ากับ 1,623.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 1,206.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.62 ซึ่งเฉลี่ย 2 ปี มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 1,414.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย คือ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ได้เท่ากับ 29.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.50 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของไทย จากนั้นก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะลดลงบ้างในปี พ.ศ.2542 , พ.ศ.2544 และพ.ศ.2546 แต่ก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นในถัดมา และสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังสหรัฐอเมริกาได้สูงสุดในปี พ.ศ.2550 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 363.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.39 เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.62 จากปี พ.ศ.2549 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 290.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.11 ขณะที่ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังตลาดญี่ปุ่นได้มากเป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดสหรัฐอเมริกา โดยในปี พ.ศ.2540 ไทยสามารถ

ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังตลาดญี่ปุ่นได้เท่ากับ 16.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.70 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของไทย จากนั้นก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะลดลงบ้างในปี พ.ศ.2542 , พ.ศ. 2545 และ พ.ศ.2546 แต่ก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นในปีถัดมา และสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะไปยังญี่ปุ่นได้สูงสุดในปี พ.ศ.2550 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 133.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.21 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.72 จากปี พ.ศ.2549 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 118.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.81 ส่วนประเทศเบลเยียม มาเลเซียและออสเตรเลีย เป็นตลาดที่ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะได้มากเป็นอันดับรองลงมา ในปี พ.ศ.2550 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.412, 5.408 และ 4.938 ตามลำดับ

2. มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 เทียบกับปี พ.ศ.2549-2550 จากการศึกษาพบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยมากที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 3,952.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.73 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของโลก (ตารางที่ 4.8) โดยมีมูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มากที่สุด คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3,744.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่ โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 152.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้ายางในเท่ากับ 55.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ประเทศเบลเยียมเป็นประเทศที่มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยมากเป็นอันดับ 2 ของโลก โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย 778.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.49 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของโลก โดยเป็นการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มากที่สุดเท่ากับ 732.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่เท่ากับ 38.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และยางในเท่ากับ 6.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลียและมาเลเซียมีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยเท่ากับ 560.41, 537.15 และ 32.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.51, 2.41 และ 0.14 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยมากที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 9,647.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.37 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของโลก (ตารางที่ 4.9) รองลงมาคือประเทศเบลเยียมที่มีมูลค่าการนำเข้า

ผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 2,067.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.15 ส่วนประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และมาเลเซียมีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 1,354.78, 852.88 และ 203.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.72, 1.71 และ 0.41 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงรายสินค้า พบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 ทั้งโลกมีมูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มากที่สุด โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 20,826.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.43 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของโลก ส่วนยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดกยางใหม่มีมูลค่าการนำเข้าสูงเป็นอันดับที่ 2 โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 981.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.40 และมูลค่าการนำเข้ายางในเฉลี่ยเท่ากับ 482.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.17 ขณะที่ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 การนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 47,567.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 95.53 ส่วนการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดกยางใหม่ก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับ 1,644.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่คิดเป็นสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 3.30 และมูลค่าการนำเข้ายางในของโลกเพิ่มขึ้นเป็น 581.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.17 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของโลก

ดังนั้น จากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของประเทศไทยไปยังตลาดโลก (ตารางที่ 4.10 และตารางที่ 4.11) พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 304.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 1,414.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 และการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งหมดของไทยโดยเฉลี่ย ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับช่วงปี พ.ศ.2540-2541 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,110.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง)

เมื่อวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า แหล่งที่มาของการขยายตัวในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยมีทั้งหมด 4 ประการ ซึ่งสามารถสรุปนัยสำคัญได้ดังนี้

1. ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก (World trade effect) เนื่องจากแบบจำลองนี้มีข้อสมมติที่สำคัญประการหนึ่งว่า ประเทศต่างๆ จะมีส่วนแบ่งการส่งออกในตลาดโลกคงที่ จึงได้ประเมินว่า การขยายตัวของการค้าโลกจะทำให้ประเทศต่างๆ เช่น ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเท่ากับอัตราการขยายตัวของการค้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลก

จากการศึกษา พบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541 ภาวะเศรษฐกิจโลกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจอย่างเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 123.38 (สหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเพิ่มขึ้นถึง 5,694.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 144.05) ดังนั้น จากแบบจำลองที่กำหนดว่า การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย จะมีค่าเท่ากับอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลก ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย มีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 375.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.78 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างแท้จริง ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541 (ตารางที่ 4.15)

2. ผลจากการกระจายตลาด (Market-distribution effect) จากแบบจำลองที่กำหนดว่า ถ้าประเทศไทยเน้นการส่งออกไปยังประเทศที่มีเศรษฐกิจขยายตัวดีและมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นมาก ก็จะมีผลทำให้ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของส่งออกโดยรวมที่ดี ในทางตรงข้าม หากประเทศไทยเน้นการส่งออกไปประเทศที่มีเศรษฐกิจซบเซา ก็จะทำให้ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมที่ซบเซาตามไปด้วย

จากการศึกษาพบว่า ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะได้มากที่สุด มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะจากตลาดโลกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 144.05 ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่น เบลเยียม มาเลเซีย ออสเตรเลีย และประเทศอื่นๆ ที่เหลือมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.19, 165.62, 531.78, 152.22 และ 117.09 ตามลำดับ ส่งผลให้ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะได้เพิ่มมากขึ้น (ผลจากการกระจายตลาด) เท่ากับ 6.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างแท้จริง ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541

3. ผลจากส่วนประกอบของสินค้า (Commodity-composition effect) จากแบบจำลองที่กำหนดว่า หากประเทศไทยเน้นการส่งออกสินค้าประเภทที่มีอัตราการขยายตัวของการค้าในตลาดโลกสูง ก็จะมีผลทำให้การส่งออกโดยรวมของประเทศนั้นมีอัตราการขยายตัวที่สูงตามไปด้วย ในทางตรงข้าม หากประเทศไทยเน้นการส่งออกสินค้าประเภทที่ตลาดโลกมีความต้องการน้อย ก็จะมีผลทำให้การส่งออกโดยรวมของประเทศนั้นมีอัตราการขยายตัวที่น้อยไปด้วย

จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะประเภทยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวในตลาดโลกเท่ากับร้อยละ 128.40 ซึ่งมากกว่าอัตราการขยายตัวในตลาดโลกโดยเฉลี่ยที่มีค่าร้อยละ 123.38 โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึง 1,060.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 416.31 ขณะที่การส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกลงใหม่แม้จะมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 33.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 349.46 แต่ก็มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าเพียงร้อยละ 67.47 ซึ่งน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลกโดยเฉลี่ย สำหรับการส่งออกยางในก็เช่นเดียวกัน แม้จะมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 17.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.12 แต่ก็มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าเพียงร้อยละ 20.58 ซึ่งต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลกโดยเฉลี่ย เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะเห็นว่าประเทศไทยเน้นการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกลงใหม่และยางใน ซึ่งเป็นสินค้าที่ตลาดโลกมีความต้องการน้อย ขณะเดียวกันการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ก็มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของโลกโดยเฉลี่ยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะได้ลดลง (ผลจากส่วนประกอบของสินค้า) เท่ากับ 33.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนลดลงร้อยละ 3 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างแท้จริง ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541

4. ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) ในแบบจำลองนี้อธิบายว่า ความแตกต่างระหว่างการส่งออกที่ประมาณจากข้อสมมติที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกคงที่กับการส่งออกที่แท้จริง เป็นผลที่เกิดจากความสามารถในการแข่งขัน เช่น ถ้าประเทศไทยมีการส่งออกมากกว่าที่คาดการณ์โดยอาศัยข้อสมมติที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกคงที่ ก็แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันดีขึ้น

จากการศึกษา พบว่า ผลจากความสามารถในการแข่งขันมีค่าเท่ากับ 762.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.62 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างแท้จริง ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541 เนื่องมาจากปัจจัยพื้นฐานในเรื่องความพร้อมของปัจจัยการผลิต ไม่ว่าจะเป็นยางธรรมชาติ แรงงาน รวมถึงความพร้อมของผู้ผลิตยางยานพาหนะรายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติ ทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยี และการตลาด ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยเพิ่มขึ้น

ดังนั้น จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541 เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 68.62% ผลจากการขยายตัวของการค้าโลกเพิ่มขึ้น 33.78% และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้น 0.63% ในขณะที่ผลจากส่วนประกอบของสินค้าลดลง 3.00%

ตารางที่ 4.6

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ (HS 4011 - 4013) ของไทยไปยังตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหรัฐฯ	na	9.6	10.6	19.4	24.4	23.6	26.4	33.2	27.6	29.8	39.2	32.2	43.2	40.8	47.5	41.7	72.7	177.2	290.8	363.4
ญี่ปุ่น	na	4.1	4.1	4.3	4.1	4.9	6.6	8.4	7.0	16.2	27.2	19.7	35.8	45.9	43.6	43.4	75.6	92.1	118.3	133.3
เบลเยียม	na	1.5	3.3	2.8	3.4	2.4	3.5	5.0	4.4	3.2	3.8	6.7	6.1	7.0	7.6	16.3	32.7	34.6	49.3	87.9
มาเลเซีย	na	0.4	0.6	0.4	2.7	3.5	3.9	3.0	4.2	4.9	4.6	8.5	15.1	17.4	20.5	28.0	40.7	54.8	70.2	87.8
ออสเตรเลีย	na	4.9	2.7	4.3	6.5	8.0	7.7	8.1	9.0	9.4	11.9	11.8	15.6	18.8	22.3	23.9	26.3	33.0	57.3	80.2
ฮ่องกง	na	0.9	3.8	5.4	3.9	1.4	1.3	1.7	5.6	17.9	19.7	15.7	19.7	25.3	32.8	55.2	68.8	52.9	53.2	71.1
เยอรมัน	na	4.6	10.3	7.8	13.5	13.6	11.8	15.0	11.3	12.0	11.2	12.3	14.3	14.4	14.2	10.0	7.8	14.3	27.0	58.2
เวียดนาม	na	0.1	0.1	0.01	0.4	0.2	2.2	4.0	2.6	2.3	7.6	5.8	4.1	6.2	5.8	7.7	14.6	20.3	35.3	54.5
ฝรั่งเศส	na	2.1	4.3	3.3	5.9	5.8	5.7	8.4	5.9	3.6	4.4	8.1	7.0	7.3	8.6	9.4	14.2	19.0	23.8	38.6
กัมพูชา	na	na	0.0	0.0	0.1	0.6	1.4	5.3	6.8	7.9	7.8	8.9	6.1	11.8	16.9	18.6	21.6	24.0	28.6	37.0
ฟิลิปปินส์	na	0.3	0.3	0.6	1.2	3.4	3.1	5.4	7.7	4.0	4.4	7.2	7.4	9.1	13.0	12.6	17.9	22.6	27.5	35.3
อียิปต์	na	1.4	0.5	0.6	0.5	0.2	0.3	0.4	0.8	0.3	1.7	2.0	3.6	4.7	6.1	9.0	11.8	19.5	22.8	31.5
เนเธอร์แลนด์	na	1.5	3.6	6.4	7.0	6.4	8.8	7.9	7.2	4.7	10.7	9.0	6.8	7.3	11.3	15.1	20.6	18.7	21.9	30.8
สิงคโปร์	na	3.0	2.5	2.5	3.0	3.7	4.7	8.5	9.3	9.1	6.3	9.2	8.9	10.4	9.8	12.0	15.1	18.7	27.6	29.7
เมียนมาร์	na	0.4	0.6	1.8	3.4	8.9	11.3	9.9	15.3	21.4	16.9	19.0	20.1	14.2	13.3	15.8	18.3	18.5	21.5	26.7
อื่นๆ	na	32.5	42.2	44.7	60.8	79.0	93.8	108.1	124.8	137.2	146.9	139.6	130.4	139.7	161.8	158.2	219.2	279.1	330.9	457.5
รวม	na	67.2	89.5	104.1	140.9	165.6	192.6	232.3	249.4	283.8	324.4	315.7	344.5	380.4	435.1	476.9	677.9	899.3	1,206.0	1,623.5

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db>

ตารางที่ 4.7

สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ (HS4011-4013) ของไทยไปยังตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ.2531-2550

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	ปี																			
	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหรัฐฯ	na	14.25	11.80	18.60	17.34	14.22	13.72	14.29	11.06	10.50	12.07	10.21	12.55	10.71	10.92	8.74	10.73	19.71	24.11	22.39
ญี่ปุ่น	na	6.10	4.54	4.10	2.92	2.97	3.41	3.64	2.79	5.70	8.40	6.24	10.40	12.06	10.01	9.10	11.16	10.24	9.81	8.21
เบลเยียม	na	2.17	3.64	2.69	2.43	1.47	1.82	2.14	1.76	1.12	1.17	2.13	1.77	1.85	1.76	3.42	4.82	3.85	4.09	5.41
มาเลเซีย	na	0.52	0.71	0.35	1.93	2.10	2.04	1.27	1.70	1.71	1.42	2.69	4.39	4.58	4.72	5.88	6.00	6.09	5.82	5.41
ออสเตรเลีย	na	7.30	3.02	4.10	4.62	4.81	3.98	3.49	3.60	3.30	3.68	3.74	4.54	4.94	5.13	5.02	3.89	3.67	4.75	4.94
ฮ่องกง	na	1.31	4.29	5.17	2.76	0.87	0.68	0.74	2.25	6.31	6.06	4.97	5.71	6.65	7.53	11.57	10.15	5.89	4.41	4.38
เยอรมัน	na	6.81	11.52	7.53	9.59	8.19	6.11	6.45	4.51	4.24	3.47	3.88	4.14	3.78	3.26	2.09	1.14	1.59	2.24	3.59
เวียดนาม	na	0.22	0.06	0.01	0.26	0.15	1.15	1.74	1.04	0.80	2.33	1.85	1.20	1.64	1.33	1.61	2.16	2.25	2.93	3.36
ฝรั่งเศส	na	3.09	4.76	3.15	4.21	3.49	2.94	3.62	2.36	1.26	1.37	2.56	2.04	1.92	1.98	1.97	2.09	2.12	1.98	2.38
กัมพูชา	na	0.00	0.00	0.01	0.05	0.36	0.75	2.27	2.73	2.79	2.41	2.83	1.78	3.11	3.89	3.90	3.18	2.66	2.37	2.28
ฟิลิปปินส์	na	0.44	0.37	0.58	0.87	2.05	1.62	2.34	3.08	1.42	1.37	2.27	2.15	2.39	2.99	2.65	2.64	2.51	2.28	2.17
อียิปต์	na	2.15	0.61	0.54	0.33	0.13	0.16	0.18	0.31	0.11	0.53	0.62	1.05	1.24	1.40	1.89	1.74	2.17	1.89	1.94
เนเธอร์แลนด์	na	2.28	4.02	6.14	4.94	3.89	4.58	3.38	2.90	1.65	3.31	2.85	1.98	1.92	2.59	3.16	3.04	2.07	1.81	1.90
สิงคโปร์	na	4.50	2.80	2.41	2.15	2.22	2.45	3.68	3.74	3.20	1.94	2.91	2.60	2.74	2.24	2.52	2.22	2.08	2.29	1.83
เมียนมาร์	na	0.58	0.65	1.72	2.45	5.39	5.88	4.26	6.12	7.56	5.20	6.03	5.83	3.72	3.06	3.31	2.70	2.06	1.78	1.65
อื่นๆ	na	48.28	47.20	42.91	43.15	47.71	48.69	46.52	50.05	48.34	45.27	44.22	37.86	36.73	37.19	33.17	32.34	31.04	27.44	28.18
รวม	na	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db>

ตารางที่ 4.8

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะประเภทต่างๆ ของโลกโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยในปี พ.ศ.2540-2541						รวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	3,744.65	536.39	732.87	24.11	507.83	15,280.45	20,826.30
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	152.63	9.79	38.42	5.98	17.08	757.89	981.79
ยางใน	55.57	14.23	6.95	2.15	12.24	391.47	482.62
รวม	3,952.86	560.41	778.24	32.24	537.15	16,429.81	22,290.71

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db/>

หมายเหตุ : ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ รหัส HS 4011

ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่ รหัส HS 4012

ยางใน รหัส HS 4013

ตารางที่ 4.9

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะประเภทต่างๆ ของโลกโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยในปี พ.ศ.2549-2550						รวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	9,311.84	822.80	1,978.99	184.33	1,314.16	33,955.02	47,567.15
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	243.21	16.12	82.14	11.55	29.49	1,261.74	1,644.24
ยางใน	92.08	13.96	6.01	7.82	11.13	450.96	581.96
รวม	9,647.13	852.88	2,067.14	203.69	1,354.78	35,667.72	49,793.35

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db/>

ตารางที่ 4.10

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะประเภทต่างๆ ของไทยโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเภท	มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในปี พ.ศ.2540-2541						รวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	29.18	19.26	3.38	4.07	9.94	188.81	254.64
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	0.53	1.58	0.11	0.15	0.24	6.93	9.54
ยางใน	4.77	0.86	0.99	0.52	0.46	32.29	39.91
รวม	34.48	21.70	4.49	4.73	10.64	228.03	304.08

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db/>

ตารางที่ 4.11

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะประเภทต่างๆ ของไทยโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเภท	มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในปี พ.ศ.2549-2550						รวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	322.04	120.34	67.34	69.92	63.36	671.72	1,314.73
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	4.09	2.81	0.20	6.59	4.24	24.96	42.88
ยางใน	0.97	2.64	1.02	2.51	1.15	48.83	57.12
รวม	327.10	125.80	68.56	79.02	68.75	745.51	1,414.73

ที่มา : <http://comtrade.un.org/db/>

ตารางที่ 4.12

อัตราการเติบโตของตลาด (r_j) และสินค้า (r_i) ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับ พ.ศ.2540-2541

ประเภท	ตลาด						อัตราการเติบโต ของสินค้า (r_i)
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	1.48670	0.53396	1.70033	6.64532	1.58781	1.22212	1.28399
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	0.59341	0.64627	1.13790	0.93060	0.72701	0.66480	0.67473
ยางใน	0.65702	-0.01921	-0.13537	2.63752	-0.09086	0.15197	0.20584
อัตราการเติบโตของตลาด (r_j)	1.44055	0.52188	1.65617	5.31784	1.52219	1.17091	1.23382

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.7 - 4.8

ตารางที่ 4.13
แสดงผลการคำนวณในแต่ละปีจัจ

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเภท	มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง ยานพาหนะของโลกโดยเฉลี่ยต่อปี		มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยาง ยานพาหนะของไทยโดยเฉลี่ยต่อปี		อัตราการขยายตัวของโลก	(5) x (3)	r x (3)
	(1)	(2)	(3)	(4)	[(2) - (1)] / (1)	(6)	(7)
	2540-2541	2549-2550	2540-2541	2549-2550	r_i	$r_i V_{i1}$	$r V_{i1}$
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	20,826.30	47,567.15	254.64	1,314.73	1.28399	326.95	314.17
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดกยางใหม่	981.79	1,644.24	9.54	42.88	0.67473	6.44	11.77
ยางใน	482.62	581.96	39.91	57.12	0.20584	8.21	49.24
รวม	22,290.71	49,793.35	304.08	1,414.73	1.23382	341.60	375.18
			V1	V2	r	$\sum_i r_i V_{i1}$	$\sum_i r V_{i1}$

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.5-4.11

ตารางที่ 4.14
แสดงผลการคำนวณค่า $r_{ij} \times V_{ij1}$

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	ตลาด						รวม
	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่	43.38	10.28	5.75	27.01	15.78	230.75	332.96
ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกยางใหม่	0.32	1.02	0.12	0.14	0.18	4.61	6.38
ยางใน	3.14	-0.02	-0.13	1.37	-0.04	4.91	9.22
						$\sum r_{ij} V_{ij1}$	348.56

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.9 และตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.15

ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

แหล่งที่มาของการขยายตัวของการส่งออก	สูตรการคำนวณ	ผลที่ได้
1. ผลจากการขยายตัวของการค้าโลก (World trade effect)	rV_1	= (1.23382)*304.08 = 375.18
<i>คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ</i>		33.78
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market-distribution effect)	$\sum_i \sum_j r_{ij} V_{ij1} - \sum_i r_i V_{i1}$	= (348.56 - 341.60) = 6.96
<i>คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ</i>		0.63
3. ผลจากส่วนประกอบของสินค้า (Commodity-composition effect)	$\sum_i r_i V_{i1} - \sum_i r V_{i1}$	= (341.60 - 375.18) = - 33.37
<i>คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ</i>		-3.00
4. ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect)	$\sum_i \sum_j V_{ij2} - \sum_i \sum_j V_{ij1} - \sum_i \sum_j r_{ij} V_{ij1}$	= (1,414.73 - 304.08 - 348.56) = 762.09
<i>คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ</i>		68.62
มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะโดยเฉลี่ย ในปี พ.ศ.2549-2550 เทียบกับปี พ.ศ.2540-2541	$V_2 - V_1$	= 1,414.73 - 304.08 = 1,110.65
<i>คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ</i>		100.00

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.11 - 4.13