

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แนวคิดและทฤษฎีซึ่งประกอบด้วย 2 ทฤษฎีดังนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
2. ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้น ดังนั้นความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหมายถึงความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นๆ (เกษร, 2528: 38-42)

จากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ของ Smith (1776) ซึ่งอธิบายว่าการค้าเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ คือประเทศใดประเทศหนึ่งจะผลิตเฉพาะสินค้าที่มีความชำนาญ (ได้เปรียบสินค้านั้น โดยสมบูรณ์) แล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งทำให้ประเทศทั้งสองมีสินค้าบริโภคที่มากขึ้น ต่อมา Ricardo (1812) ได้แสดงแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจาก Smith โดย Ricardo ได้ให้แนวคิดที่ว่าประเทศ 2 ประเทศ จะทำการค้าขายกันเมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้น โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่งแล้วนำมาค้าขายกันภายใต้ระบบการค้าเสรี แต่ละประเทศจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้ด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและนำเข้าสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มี

ปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวคือแรงงานซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและผลิตภาพของแรงงานในแต่ละประเทศแตกต่างกัน

ต่อมาแนวความคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวได้พัฒนาโดย Oline ซึ่งอธิบายว่าประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยการผลิตอีกชนิดหนึ่งในประเทศ ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภทคือ แรงงานและทุน โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศแต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตทั้งสองชนิดแตกต่างกัน จากแนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทุนจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต (Labor Intensive Commodities) และประเทศที่มีปัจจัยแรงงานน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทุนก็จะส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนมากในการผลิต (Capital Intensive Commodities) จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของ Oline ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าอะไร โดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอีกชนิดหนึ่งภายในประเทศ

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศหนึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ นั้นจะวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตเปรียบเทียบกันเพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับสินค้านั้น ซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตนั้นมีความยากลำบากในทางปฏิบัติ เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ และการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตต้องเป็นการสำรวจซึ่งข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากวิธีการสำรวจเช่นเดียวกันและมีปัญหาด้านความสอดคล้องของข้อมูล นอกจากนี้การเปรียบเทียบต้นทุนจะละเลยปัจจัยที่มีใช้ตัวเงินเช่น ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพของสินค้า และระดับการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลกระทบต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นเพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวจึงได้มีการสร้างค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) มาใช้วิเคราะห์แทนการใช้ต้นทุนเพราะข้อมูลค่าสินค้าจะประกอบไปด้วยส่วนของต้นทุนและกำไรของสินค้า ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามวิธี RCA สามารถใช้มูลค่าสินค้าเป็นตัวแทนได้อย่างดีในการวิเคราะห์เพราะมูลค่าของสินค้าสำหรับทุกประเทศได้มีการรวบรวมและจัดบันทึกสถิติไว้ทำให้สะดวกต่อการนำข้อมูลทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณค่า RCA มีดังนี้

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

กำหนดให้ RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ w

โดยหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาค่า RCA มีดังต่อไปนี้

ประเทศที่มีค่า RCA_{ik} มากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านั้น ๆ หรือประเทศนั้นมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้านั้นดีขึ้น

ประเทศที่มีค่า RCA_{ik} น้อยกว่า 1 หมายความว่าประเทศนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านั้น ๆ หรือประเทศนั้นมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้านั้นลดลง

ประเทศที่มีค่า RCA_{ik} มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบ หมายความว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านั้น ๆ มากกว่าหรือประเทศนั้นมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้านั้นมากกว่า (Balassa, 1989)

โดยทั่วไปแล้วนอกจากจะพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) กับ 1 แล้วยังใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการส่งออกสินค้านั้น ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ถ้าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่

ปรากฏของสินค้าชนิดใดมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับย่อมชี้ให้เห็นถึงรายได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้านั้นมีอนาคตที่ดีด้วย

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์(Demand) หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น หรือราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง(อุปสงค์ไขว้) หรือระดับรายได้ของผู้บริโภค(อุปสงค์ต่อรายได้) ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ซึ่งผู้บริโภคต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) และเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้น(Willingness to Pay) (นราทิพย์, 2536 : 33-34)

ฟังก์ชันอุปสงค์(Demand Function) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับตัวแปรต่างๆ ที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อขึ้น ซึ่งสามารถเขียนได้ในรูป

$$Q_x = f(P_x, P_y, Y, S, T, \dots\dots\dots)$$

ตัวแปรที่มีอิทธิพลในการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อขึ้น มีอยู่หลายตัวแปรด้วยกัน ได้แก่

1) ราคาสินค้า(Price: P_x) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าและอุปสงค์จะเป็นไปลักษณะตรงข้ามกัน คือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าชนิดนั้นลดลง

2) ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง(Price of Related Goods: P_y) สินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ต้องการพิจารณานั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1) สินค้าประเภททดแทนกัน(Competitive Commodity) อาทิเช่น น้ำตาลทรายกับสารให้ความหวาน จะมีความสัมพันธ์ระหว่างราคากับอุปสงค์เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ เมื่อราคาสินค้าประเภททดแทนกันเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

2.2) สินค้าประเภทที่ใช้ประกอบกัน(Complementary Commodity) เช่น กาแฟกับน้ำตาลทราย จะมีความสัมพันธ์กันในลักษณะตรงข้ามกัน คือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้อุปสงค์ต่อ สินค้าอีกชนิดหนึ่งลดลง

3) รายได้ของผู้บริโภค(Consumer Incomes: Y) หากรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอุปสงค์จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าด้วย หากเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะหันไปบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น อุปสงค์ของสินค้านั้นก็ลดลง

4) ฤดูกาลและเทศกาล(Season and Festival Season: S) ความต้องการซื้อสินค้าบางประเภทจะเพิ่มขึ้นในช่วงฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น ในฤดูร้อน ความต้องการซื้อเครื่องปรับอากาศจะเพิ่มมากขึ้น

5) รสนิยมของผู้บริโภค(Consumer Taste: T) ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้านั้น อาจเนื่องมาจากกระแสความนิยมยอมทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าสินค้าเสื่อมความนิยมหรือล้าสมัย ปริมาณความต้องการซื้อก็จะลดลง

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอีกมากมายที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของสินค้า เช่น คุณภาพและรูปแบบสินค้า(Product Quality and Design) ช่องทางการจำหน่ายและสถานที่จำหน่ายสินค้า(Distribution Outlets and Places of Sale) การโฆษณาและส่งเสริมการขาย(Advertising and Promotion) และปัจจัยอื่น ๆ (Other Factors) เป็นต้น

แนวคิดเรื่อง ความยืดหยุ่น

ปริมาณซื้อหรือขายของสินค้าบางอย่างมีปฏิกิริยาต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดโดยตรงหรือโดยอ้อมค่อนข้างสูงในขณะที่ปฏิกิริยาดังกล่าวของสินค้าบางอย่างค่อนข้างต่ำ (วันรักษ์ , 2535) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เช่นนี้จึงมีการสร้างเครื่องมือตรวจวัดขึ้นมาและเรียกค่าที่คำนวณได้ว่า ค่าความยืดหยุ่น(Elasticity) ดังนั้น ความยืดหยุ่นจึงเป็นการวัดเพื่อดูปฏิกิริยาตอบโต้ของปริมาณซื้อหรือปริมาณขาย ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดต่างๆ นั้นว่ามีความไวมากน้อยเพียงไร

ความยืดหยุ่นนั้นใช้วัดได้ทั้งอุปสงค์และอุปทาน เนื่องจากเราได้แบ่งอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด คือ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น ฉะนั้นการวัดความยืดหยุ่นของอุปสงค์จึงแยกออกเป็น 3 ประเภทเช่นเดียวกัน โดยจะพิจารณาตามลำดับ ดังนี้

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา(Elasticity of Price Demand or Price Elasticity) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า ซึ่งแสดงเป็นสูตรเบื้องต้นได้ดังนี้

$$E_d = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา}}$$

$$= \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

ถ้าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา แสดงว่าอุปสงค์ต่อราคามีความยืดหยุ่นสูง(High Elasticity) ถ้าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา แสดงว่าความอุปสงค์นั้นมีความยืดหยุ่นน้อย(Inelastic)

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

$$E_d = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้}}$$

$$= \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I}$$

มีข้อสังเกตว่า โดยทั่วไปการบริโภคจะเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น นั่นคือความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อจะมีทิศทางเดียวกัน แต่ในกรณีของสินค้าด้อยคุณภาพ(Inferior Goods) เช่น เสื้อโหล โรงภาพยนตร์ชั้น 2 เป็นต้น ผู้บริโภคมักจะบริโภคจำนวนน้อยลงเมื่อรายได้ของเขาเพิ่มขึ้น ในกรณีเช่นนี้ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อจะมีทิศทางตรงกันข้าม กรณีอุปสงค์ต่อรายได้ก็เช่นเดียวกับอุปสงค์ต่อราคา คือ พิจารณาความยืดหยุ่นจากค่าสัมบูรณ์ แต่ที่เพิ่มเติมคือ เครื่องหมายที่แสดงข้างหน้าค่าความยืดหยุ่นสามารถบอกถึงประเภทของสินค้า หากเป็นเครื่องหมายลบแสดงความเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ หากเป็นเครื่องหมายบวกแสดงว่าเป็นสินค้าปกติหรือสินค้าสามัญ

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นๆ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น(Elasticity of Cross Demand or Cross Elasticity) หรือความยืดหยุ่นไขว้ จึงแสดงถึงเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า X ต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y นั่นคือ

$$\begin{aligned} \text{ความยืดหยุ่นไขว้} &= \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า X}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y}} \\ &= \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y} \end{aligned}$$

การพิจารณาความยืดหยุ่นไขว้ นอกจากดูที่ค่าสัมบูรณ์แล้ว ยังพิจารณาเครื่องหมายด้วย ซึ่งแสดงถึงลักษณะของสินค้าที่กำลังพิจารณา คือ สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน ดังนี้

(ก) ในกรณีของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้(Substitution Goods) ปริมาณซื้อสินค้า X จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับราคาสินค้า Y ตัวอย่าง สินค้า X คือเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ ส่วนสินค้า Y คือวุ้นเส้น

ในกรณีของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ ค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นไขว้จะมีเครื่องหมายเป็นบวก (Positive Coefficient) ส่วนค่าสัมบูรณ์ของความยืดหยุ่นไขว้หากมีค่ามากเท่าไร ก็แสดงว่าสินค้า 2 ชนิดนั้นใช้ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้นเท่านั้น

(ข) ในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ควบคู่กัน(Complementary Goods) ปริมาณซื้อสินค้า X จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาของสินค้า Y ยกตัวอย่าง สินค้า X คือน้ำตาลทรายขาว ส่วนสินค้า Y คือกาแฟ

ในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ควบคู่กัน ค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นไขว้จะมีเครื่องหมายลบ (Negative Coefficient) ส่วนค่าสัมบูรณ์ของความยืดหยุ่นไขว้หากมีค่ามากเท่าไร ก็แสดงว่าสินค้า 2 อย่างนั้นต้องใช้ประกอบกันมากเท่านั้น สินค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กันจะมีความยืดหยุ่นไขว้เป็นศูนย์

ปัจจัยกำหนดความยืดหยุ่น(Determinants of Elasticity of Demand)

สินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อราคามาก(Elastic) มักจะมีลักษณะดังนี้

1. สินค้านั้นมีราคาแพงมาก เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยไม่จำเป็นแก่การครองชีพ สินค้าเหล่านี้เปออร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของจำนวนซื้อจะมากกว่าเปออร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา เหตุผลคือ สินค้ามีราคาแพงมาก ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงราคาเพียงไม่กี่เปออร์เซ็นต์ย่อมกระทบค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

2. สินค้านั้นมีสินค้าอื่นใช้แทนได้มาก สินค้าใดมีสินค้าอื่นใช้แทนได้มาก การเปลี่ยนแปลงราคาเพียงเล็กน้อยจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงได้มาก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่จะหันไปใช้สินค้าอื่นที่ใช้แทนกันได้เมื่อราคาเพิ่มขึ้น ตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้านั้นลดลง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เคยซื้อสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนกันได้ จะหันมาซื้อสินค้านั้น

3. สินค้านี้เป็นสินค้าที่คงทนถาวร(Durable Goods) ในกรณีของสินค้าประเภทคงทนถาวร มักจะปรากฏว่าเปออร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของจำนวนซื้อจะมากกว่าเปออร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของ

ราคา เหตุผลคือ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนมากจะพยายามซ่อมแซมใช้ของเก่ามากกว่าจะเปลี่ยนซื้อของใหม่ ตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคก็อาจจะเปลี่ยนเป็นของใหม่เร็วขึ้น

กรณีของสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อย(Inelastic) มักจะมีลักษณะดังนี้

1. เป็นสินค้าจำเป็นแก่การครองชีพ เช่น อาหาร ยา วัคซีน เสื้อผ้าธรรมดา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้แม้ราคาจะสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จำเป็นต้องซื้อหามาใช้ ปริมาณซื้อจึงไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิมมากนัก

2. สินค้ามีราคาเพียงเล็กน้อย เช่น เกลือป่นถุงละ 1 บาท แม้ราคาจะขึ้นถึง 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นถุงละ 2 บาท ราคาส่วนที่สูงขึ้นก็ยังเป็นเพียงจำนวนเล็กน้อย ดังนั้น จึงไม่มีผลกระทบต่อราคาที่ใช้จ่ายทั้งสิ้นของผู้บริโภค หรือมีผลก็เพียงเล็กน้อยแทบสังเกตไม่เห็น

3. หาสินค้าอื่นใช้แทนได้ยาก ในกรณีเช่นนี้ เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้ออาจน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา

แบบจำลองในการศึกษา

แบบจำลองในการประมาณค่าเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าอันได้แก่ประเทศ สหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่นและ ประเทศมาเลเซีย มีรูปแบบดังนี้

$$Q_j = f(p_j, y_j, \text{pop}_j, \text{fx})$$

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการใส่ log เพื่อทำให้เกิดสมการ log-linear เพราะจะทำให้ได้ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรเป็นค่าความยืดหยุ่นดังนี้

$$\ln Q_w = \ln a + b_1 \ln p_w + b_2 \ln y_w + b_3 \ln \text{pop}_w + b_4 \ln fx + e_i$$

กำหนดให้

Q_w = อุปสงค์นำเข้าเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ ของประเทศ w จากประเทศไทย (พันกิโลกรัม)

p_w = ราคาส่งออก F.O.B เส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศไทยไปยังประเทศ w (ดอลลาร์สหรัฐ/ กิโลกรัม)

y_w = รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของประเทศ w

pop_w = จำนวนประชากรของประเทศ w (ล้านคน)

fx = อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)

โดยที่ $w = 1$ แทน ประเทศสหรัฐอเมริกา

$w = 2$ แทน ประเทศญี่ปุ่น

$w = 3$ แทน ประเทศมาเลเซีย

a แทน ค่าคงที่

b_1, \dots, b_4 แทน ค่าสัมประสิทธิ์

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

สมมติฐาน

คาดว่าปัจจัยต่างๆจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ดังนี้คือ

1. ราคาส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยการเปลี่ยนแปลงของราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศไทย ทำให้ปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้าราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศไทย เพิ่มขึ้นปริมาณการนำเข้าเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะลดลง และราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ของประเทศไทย ลดลงปริมาณการนำเข้าเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะเพิ่มขึ้น

$$\frac{\Delta Q_w}{\Delta p_w} < 0$$

2. รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของประเทศคู่ค้า โดยการเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติแท้จริงของประเทศคู่ค้าทำให้ปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ารายได้ประชาชาติแท้จริงของประเทศคู่ค้ามีค่าสูงขึ้นปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้ารายได้ประชาชาติแท้จริงของประเทศคู่ค้ามีค่าลดลงปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะลดลงเช่นกัน

$$\frac{\Delta Q_w}{\Delta y_w} > 0$$

3. จำนวนประชากรของประเทศคู่ค้า โดยการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรของประเทศคู่ค้า ทำให้ปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าจำนวนประชากรของประเทศคู่ค้า มีค่าสูงขึ้นปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าจำนวนประชากรของประเทศคู่ค้า มีค่าลดลงปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะลดลงเช่นกัน

$$\frac{\Delta Q_w}{\Delta POP_w} > 0$$

4. อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทยโดยการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนทำให้ปริมาณการส่งออกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นปริมาณการนำเข้าเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะเพิ่มขึ้น และถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลงปริมาณการนำเข้าเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่จะลดลง

$$\frac{\Delta Q_w}{\Delta fx} > 0$$

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเกี่ยวกับการส่งออกสินค้าที่สำคัญของประเทศไทยมีผู้ทำการศึกษาที่สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ โดยในแต่ละเรื่องมีเนื้อหาและประเด็นที่สำคัญจากการวิเคราะห์ดังนี้

จิระนัย (2540) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกของผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปแช่แข็งของประเทศไทยในตลาดโลกและตลาดญี่ปุ่น ในการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในสินค้าไก่แปรรูปแช่แข็งและการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปแช่แข็งในประเทศญี่ปุ่น ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเลือกพิจารณาประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งทางการค้าโดยทำการเปรียบเทียบข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือปี พ.ศ. 2533-2536 2537-2539 และ 2540-2541 ผลการวิเคราะห์ที่ได้เท่ากับ 1.11 2.07 และ 1.48 ตามลำดับ ส่วนประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.61 1.19 และ 0.95 ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกของค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2537-2539 เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยปี 2534-2536 ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทาง รองลงมาเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของตลาดโลก มีค่าเท่ากับ 1,690.91 667.97 410.87 และ 310.73 ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2540-2541 เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2537-2539 คือ ผลจากการแข่งขัน รองลงมาเป็นผลของอัตราการขยายตัวของตลาด ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทางมีค่าเท่ากับ 6,128.25 276.98 -1,149.77 และ -1,222.28 ตามลำดับ

ชรินทร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในการส่งออกน้ำตาลของประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบโครงสร้างและต้นทุนการผลิต การแปรรูปและการตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมน้ำตาลของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบจุดเด่นและจุดด้อยของอุตสาหกรรมน้ำตาลของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศบราซิลและออสเตรเลีย ในการวิเคราะห์ใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Porter โดยผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้พบว่า โครงสร้างการผลิตน้ำตาลของประเทศไทยมีอัตราส่วนการกระจุกตัวของการผลิตน้ำตาลร้อยละ 68.5 ของปริมาณการผลิตน้ำตาลทั้งประเทศรองลงมาคือ สมาคมการค้าอุตสาหกรรมน้ำตาล สมาคมโรงงานน้ำตาลไทย และกลุ่มโรงงานอิสระมีจำนวน

ร้อยละ 15.6 13.8 และ 2.10 ตามลำดับ ในด้านต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยของแต่ละประเทศพบว่า ประเทศบราซิลมีต้นทุนต่ำที่สุด รองลงมาคือประเทศไทย และประเทศออสเตรเลีย ตามลำดับ ในด้านจุดเด่นของอุตสาหกรรมน้ำตาลของประเทศไทยคือ มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนการผลิต น้ำตาลทรายดิบและน้ำตาลทรายขาวตามความต้องการของตลาด และอยู่ใกล้กับตลาดนำเข้าที่สำคัญ เช่น ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ส่วนประเทศบราซิลและประเทศออสเตรเลียนั้นมีจุดเด่นคือมีศักยภาพในการผลิตสูง จุดค้อยของอุตสาหกรรมน้ำตาลของประเทศไทยคือประสิทธิภาพในการผลิตอ้อยต่ำและต้นทุนในการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนจุดค้อยของอุตสาหกรรมน้ำตาลของออสเตรเลียคือการจำหน่ายน้ำตาลส่งออกจะจำหน่ายผ่านบริษัทเพียงบริษัทเดียวทำให้เกิดการผูกขาด และจุดค้อยของอุตสาหกรรมน้ำตาลบราซิลคือมีอัตราภาษีส่งออกสูงถึงร้อยละ 40 ถ้าส่งออกน้ำตาลเกิน 4 ล้านตัน ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อสภาพการแข่งขันในการส่งออกน้ำตาลของประเทศไทยคือการกีดกันทางการค้าและการใช้ปัจจัยในการผลิตน้ำตาลโดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีผลผลิตต่ำ ส่วนปัจจัยพื้นฐานต่างๆ โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบมากกว่าประเทศบราซิลแต่เสียเปรียบประเทศออสเตรเลียซึ่งมีการพัฒนาด้านปัจจัยขั้นพื้นฐานต่างๆ มากกว่า นอกจากนี้ยังมีเหตุผลวิสัยอื่นๆ ที่อุตสาหกรรมน้ำตาลของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่น วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และการปฏิบัติตามข้อตกลงของแอกต์

นัยนา (2545) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกฝักสดแช่เย็นที่สำคัญในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาด และการส่งออกฝักสดแช่เย็นที่สำคัญของประเทศไทย วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดฝักสดแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ ประเมินค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS) ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดฝักสดแช่เย็นของประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่ผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2540-2542 เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2537-2539 คือ การปรับการส่งออกถูกหรือผิดทาง รองลงมาคือการกระจายตลาด อัตราการขยายตัวของตลาดโลก และการแข่งขัน ตามลำดับ ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อส่งออกฝักสดแช่เย็นที่สำคัญของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของการส่งออกข้าวโพดฝักอ่อนแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซียเนื่องมาจากราคาส่งออกข้าวโพดฝักอ่อนแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซีย ราคาส่งออกข้าวโพดฝักอ่อนแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซีย และปริมาณการผลิตข้าวโพดฝักอ่อนของประเทศไทย มีค่าเท่ากับ ร้อยละ -1.0346 0.2180 และ -07.829 ตามลำดับ ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การส่งออกหน่อไม้ฝรั่งแช่เย็นของ

ประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นอันเนื่องมาจากราคาส่งออกหน่อไม้ฝรั่งแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกหน่อไม้ฝรั่งแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศฟิลิปปินส์ไปยังประเทศญี่ปุ่น และปริมาณการผลิตหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทยมีค่าเท่ากับ -0.2709 1.9685 และ -0.2399 ตามลำดับ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกกระเจี๊ยบเขียวสดแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น อันเนื่องมาจากราคาส่งออกกระเจี๊ยบเขียวสดแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ราคาส่งออกกระเจี๊ยบเขียวสดแช่เย็นของประเทศไทยไปยังประเทศจีนไปยังประเทศญี่ปุ่น และปริมาณการผลิตกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยมีค่าเท่ากับ -2.6475 3.6796 และ -5.7383 ตามลำดับ

จากการตรวจสอบเอกสารทั้งหมดทำให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ตลอดจนทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อราคาส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ราคานำเข้าของสินค้านั้น รายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้า เป็นต้น