

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ยางพารา ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศอีกชนิดหนึ่ง โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และสร้างความมั่นคงด้านอาชีพให้เกษตรกรชาวสวนยาง เนื่องจากเป็นพืชยืนต้นมีอายุยาวนานมากกว่า 20 ปี ให้ผลผลิตเริ่มตั้งแต่ปีที่ 7 เป็นต้นไป นอกจากนี้ยังใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ประเทศไทยส่งออกยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยผลผลิตยางพาราร้อยละ 90 ของผลผลิตรวมทั้งหมดที่ผลิตได้จะถูกส่งออก (สถาบันวิจัยยาง, 2546) ที่เหลืออีกร้อยละ 10 จะถูกนำไปใช้ภายในประเทศ (ตารางที่ 1) โดยใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ถู่มือยาง และยางรัดของเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามผลจากการที่ราคายางธรรมชาติในตลาดโลกได้ตกต่ำลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2539 ส่งผลให้ราคายางที่เกษตรกรขายได้ในประเทศลดลงตามไปด้วยจนทางการต้องออกมาตรการแทรกแซงตลาดยางพาราครบวงจรเพื่อให้ประเทศไทยสามารถรักษาสถานภาพการเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางใหญ่ที่สุดของโลกให้คงอยู่ต่อไป และจะต้องปรับกลยุทธ์หันมาใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศให้มากขึ้น โดยสร้างมูลค่าด้วยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อย่างจำนายทั้งในประเทศและส่งออก

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการผลิตภาคเกษตร คือ การปลูกยางพารา หากพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราและผลิตภัณฑ์ให้มีบทบาทในการใช้ยางพาราให้มากขึ้น โดยการพัฒนาโครงสร้างตลาดภายในประเทศทำให้เกิดอุปสงค์ต่อยางธรรมชาติภายในประเทศให้มากขึ้น และลดระดับการพึ่งพิงอุปสงค์ในตลาดโลกแต่เพียงอย่างเดียว การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับยางพารา อันจะทำให้มีการใช้น้ำยางที่ผลิตได้มาแปรรูปเป็นสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งไม่เพียงแต่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลผลิตจากยางพาราเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดการจ้างงานและรายได้ในภาคอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อราคายางพาราและรายได้ของเกษตรกร อีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของราคายางแปรรูปขั้นต้นได้อีกด้วย ดังนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 จึงกำหนดให้กำหนดให้มีนโยบายส่งเสริมการใช้ยางในประเทศ โดยความร่วมมือของกระทรวง

ตารางที่ 1 ปริมาณการผลิตการส่งออก และการใช้ภายในประเทศ การนำเข้า และสต็อกของ
ของยางธรรมชาติ ปี พ.ศ. 2533 – 2548

(หน่วย : เมตริกตัน)

ปี	ผลิต		ส่งออก		ใช้ในประเทศ		นำเข้า	สต็อก
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ปริมาณ
2533	1,275,015	100	1,150,790	90.25	99,131	7.77	196	83,696
2534	1,340,596	100	1,231,945	91.90	103,107	7.69	88	89,328
2535	1,530,941	100	1,412,850	92.29	118,371	7.73	12	89,060
2536	1,553,384	100	1,396,783	89.92	130,236	8.38	136	115,561
2537	1,717,861	100	1,604,946	93.43	132,195	7.70	283	96,546
2538	1,804,788	100	1,635,533	90.62	153,159	8.49	388	113,030
2539	1,970,265	100	1,762,989	89.48	173,671	8.81	1,034	174,699
2540	2,032,714	100	1,873,148	92.15	182,020	8.95	n.a.	159,374
2541	2,075,950	100	1,839,396	88.60	186,379	8.98	n.a.	209,546
2542	2,154,560	100	1,886,339	87.55	226,917	10.53	n.a.	250,850
2543	2,346,487	100	2,166,153	92.31	242,549	10.34	n.a.	188,635
2544	2,319,549	100	2,042,079	88.04	253,105	10.91	n.a.	213,000
2545	2,615,104	100	2,354,416	90.03	278,355	10.64	1,347	196,680
2546	2,876,005	100	2,573,450	89.48	298,699	10.39	1,704	202,240
2547	2,984,293	100	2,637,096	88.37	318,649	10.68	1,772	232,560
2548	2,937,158	100	2,632,398	89.62	334,649	11.39	1,585	204,256

หมายเหตุ: n.a. หมายถึงไม่มีข้อมูล

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2549)

เกษตรและกำหนดให้มันโยบายส่งเสริมการใช้ยางในประเทศ โดยความร่วมมือของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และกระทรวงอุตสาหกรรม มีเป้าหมายการใช้ยางภายในประเทศ ร้อยละ 18 ในปี พ.ศ. 2543 และเพิ่มการส่งออกในรูปแบบสินค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา

อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้นที่นำเอาน้ำยางสดที่กรี๊ดได้จากต้นยางพารามาแปรรูปให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและสะดวกในการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ชนิด ได้แก่ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครป ยางฟึงแห้ง และน้ำยางข้น ยางพาราเหล่านี้จะนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูป เช่น ยางรถยนต์ ยางรัดของ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย เป็นต้น ผลผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยคิดเป็นสัดส่วนในการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของผลิตภัณฑ์ยางที่ผลิตได้ในประเทศ

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศมีมากกว่า 16 ประเภท ในจำนวนนี้ อุตสาหกรรมที่มียอดการส่งออกและใช้ยางแปรรูปขั้นต้นเป็นวัตถุดิบมากเป็น 3 อันดับแรก คือ อุตสาหกรรมยางยานพาหนะ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของ โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมถุงมือยางนั้นมีสัดส่วนของการใช้น้ำยางข้นมากที่สุด คือมากกว่าร้อยละ 50 ของน้ำยางข้นที่ใช้ในประเทศ (สถาบันวิจัยยาง, 2540) การผลิตถุงมือยางของไทยส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศและจำหน่ายในประเทศเพียงเล็กน้อย นับตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตถุงมือยางที่มีคุณภาพมากขึ้น ประกอบกับความตื่นตัวเรื่องโรคเอดส์และความจำเป็นที่จะต้องใช้ถุงมือยางในการปฏิบัติงานทั้งในครัวเรือนและในโรงงานมีมากขึ้น ทำให้โรงงานต่าง ๆ ในไทยหันไปผลิตถุงมือยางเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ โดยมีสัดส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกสูงถึงร้อยละ 80 –95 ของปริมาณการผลิต (สมศักดิ์ แด่มบุญเลิศชัย และคณะ, 2541)

ถุงมือยางจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท เช่น ในปี 2541 มูลค่าส่งออกเท่ากับ 1,2828.80 ล้านบาทและเพิ่มขึ้นเป็น 16,686.10 ล้านบาท ในปี 2545 โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.06 (ตารางที่ 2) และมีแนวโน้มของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ถุงมือยางมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และแคนาดา เป็นต้น สำหรับคู่แข่งที่สำคัญของไทยทางด้านการส่งออกถุงมือยางนั้น ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน สำหรับมูลค่าการส่งออกถุงมือยาง

นั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งส่งผลให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยทำให้ดุลการค้าของไทยเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสนับสนุนการจ้างงาน เกิดการลงทุน ตลอดจนทำให้ดุลการค้าของไทยเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เกิดการพัฒนาทางอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องทั้งในอุตสาหกรรมถุงมือยางและในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นถุงมือยางจึงเป็นสินค้าส่งออกอีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ผู้ประกอบการโดยเฉพาะขนาดกลางและขนาดย่อม มีความจำเป็นและต้องการที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และเพื่อให้แข่งขันได้ โดยมุ่งหวังการสนับสนุนทางด้านวิจัยและพัฒนา ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมขาดความสามารถในการจัดการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านสำหรับโอกาสที่ไทยจะขยายตลาดของถุงมือยางที่มีมูลค่าเพิ่มสูง หากได้รับการสนับสนุนทางด้านวิจัยและพัฒนาทั้งในเรื่องผลิตภัณฑ์ และการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ และมาตรฐานสินค้าในด้านต่างๆ ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

จากความสำคัญในเบื้องต้นของอุตสาหกรรมถุงมือยางที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้ทำการศึกษาถึงสภาพการผลิต การตลาดและการส่งออก รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกและด้านอื่น ๆ ตลอดจนถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ อันจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงรักษาหรือพัฒนาขีดความสามารถโดยรวมของประเทศ เพื่อรักษาอัตราการขยายตัวด้านการส่งออกให้อยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถขยายส่วนแบ่งในตลาดโลกได้ตามเป้าหมายที่กำหนดทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี 2541 - 2545

รายการ	มูลค่า : (ล้านบาท)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	สัดส่วน : (ร้อยละ)				
	2541	2542	2543	2544	2545		2541	2542	2543	2544	2545
1 สหรัฐอเมริกา	7,342.90	6,205.70	9,447.60	9,530.30	9,711.50	9.88	57.24	56.73	65.51	61.31	58.20
2 เยอรมนี	1,353.30	1,019.20	1,052.70	1,207.80	1,222.20	-1.37	10.55	9.32	7.30	7.77	7.32
3 สหราชอาณาจักร	432.40	462.70	523.20	664.80	707.50	13.39	3.37	4.23	3.63	4.28	4.24
4 อิตาลี	413.30	363.40	395.20	415.00	492.00	5.06	3.22	3.32	2.74	2.67	2.95
5 เนเธอร์แลนด์	93.00	56.80	62.40	256.40	451.90	89.52	0.72	0.52	0.43	1.65	2.71
6 บราซิล	290.80	280.60	192.90	286.50	437.90	16.65	2.27	2.57	1.34	1.84	2.62
7 ญี่ปุ่น	321.70	285.50	360.30	360.50	410.40	7.21	2.51	2.61	2.50	2.32	2.46
8 ฝรั่งเศส	334.60	319.00	309.20	369.00	393.20	4.54	2.61	2.92	2.14	2.37	2.36
9 เบลเยียม	221.40	225.10	279.00	360.70	364.70	14.00	1.73	2.06	1.93	2.32	2.19
10 แคนาดา	232.30	156.40	166.80	213.90	345.30	15.91	1.81	1.43	1.16	1.38	2.07
11 ออสเตรเลีย	240.20	162.80	208.90	263.60	297.20	8.76	1.87	1.49	1.45	1.70	1.78
12 สเปน	330.30	190.40	162.30	173.60	207.30	-7.69	2.57	1.74	1.13	1.12	1.24
13 ออสเตรีย	118.30	153.40	109.10	207.80	205.60	22.55	0.92	1.40	0.76	1.34	1.23
14 มาเลเซีย	35.40	47.80	140.10	133.90	156.80	60.20	0.28	0.44	0.97	0.86	0.94
15 อิสราเอล	119.90	124.80	96.80	109.60	149.50	7.82	0.93	1.14	0.67	0.71	0.90
รวม 15 รายการ	11,879.7	10,053.40	13,506.50	14,553.50	15,552.90	8.40	8.40	91.91	93.65	93.62	93.21
อื่นๆ	949.10	884.60	915.10	991.50	1,133.20	4.82	7.40	8.09	6.35	6.38	6.79
มูลค่ารวม	12,828.	10,938.10	14,421.60	15,545.00	16,686.10	8.06	100.00	100.00	100.00	100.0	100.00

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2548)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรม และการส่งออกของถั่วมืองของไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการส่งออกถั่วมืองของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย
3. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของการส่งออกถั่วมืองของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ประเทศ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้าถั่วมืองจากประเทศไทยของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ประเทศ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาด รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้าของอุตสาหกรรมถั่วมืองจากประเทศไทยของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการส่งออกที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมถั่วมืองที่ประสบอยู่ในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายทางด้านการผลิต การส่งออกให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในการส่งออก และขยายตลาดการส่งออกให้กว้างขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมถั่วมืองของประเทศไทย
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมถั่วมือง

3. ทราบถึงลักษณะและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด ของประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญเพื่อหาแนวทางที่จะรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดว่าควรจะเน้นเจาะตลาดประเทศใด

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมถุงมือยางนั้น ใช้ข้อมูลที่มีเลขรหัสสินค้าตามระบบการแบ่งรหัสสินค้าแบบ Harmonized Commodity Description and Coding System : HS ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมถุงมือยางที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นการนำสินค้าจำนวน 2 รายการ มารวมกัน อันได้แก่ รหัส 4015.110 – 003 สำหรับถุงมือยางที่ใช้ในทางศัลยกรรม (Surgical Gloves) และรหัส 4015.190 – 000 สำหรับถุงมืออื่นๆ ที่ทำด้วยยาง (Other Gloves)

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในการส่งออกถุงมือยางของประเทศไทยส่งออกที่สำคัญ จะพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ว่ามีค่า RCA มากกว่าหรือน้อยกว่าการส่งออกถุงมือยางในตลาดโลก โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2533 – 2548

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ประเทศคู่ค้าสำคัญที่ทำการศึกษา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2537 – 2548 ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนจนถึงช่วงเวลาหลังการเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย โดยจะทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วง คือ ในช่วงปี 2537 – 2539 เปรียบเทียบกับช่วงปี 2540 – 2542 และในช่วงปี 2540 – 2542 เปรียบเทียบกับช่วงปี 2543 – 2548

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้าถุงมือยางจากประเทศไทยของประเทศไทยคู่ค้าที่สำคัญที่ทำการศึกษาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ทำการศึกษาคือประเทศ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534–2548 ระยะเวลา 15 ปี มาใช้ในการศึกษา

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ตั้งแต่ปี 2533 – 2548 ที่เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการผลิต สภาพการส่งออก ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการพัฒนาและการส่งออกของอุตสาหกรรมถั่วเขียวของไทย ที่ทางหน่วยงานราชการและเอกชนได้รวบรวมไว้มาใช้ในการวิเคราะห์ทั้งเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ เช่น ข้อมูลจากกรมการค้าต่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Economic and Social Commission for Asia and Pacific : ESCAP) สถาบันวิจัยยาง องค์การสวนยาง เป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องยังรวบรวมได้จากวารสาร เอกสาร บทความทางเศรษฐกิจต่างๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้

วิธีการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์ภาวะ การผลิต และภาวะการตลาดของอุตสาหกรรมถั่วเขียว โดยจะทำการศึกษาดัง ลักษณะการผลิต กำลังการผลิต การจ้างงาน ประเภทวัตถุดิบที่ใช้ กรรมวิธีในการผลิต โครงสร้างต้นทุนการผลิต การตลาดภายในประเทศ ตลาดส่งออกที่สำคัญ นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการส่งออก โดยการคำนวณหาค่าสัดส่วนอัตราการขยายตัว ค่าเฉลี่ย และเสนอผลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายเชิงเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ได้ทำการวิเคราะห์ 3 ส่วนประกอบไปด้วย

2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกของอุตสาหกรรมถั่วเขียว

ยงว่าประเทศใดมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่าหรือน้อยกว่ากันเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

2.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) เพื่อพิจารณา ถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกของอุตสาหกรรมมูฮอยางของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญว่าเกิดเนื่องจากผลกระทบด้านต่างๆในด้านใดบ้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

2.3 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ามูฮอยางของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญจะใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) ในการประมาณค่าหาสัมประสิทธิ์ของสมการโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square Method : OLS) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่นำมาประยุกต์เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร ต่อจากนั้นจะนำผลที่ได้จากการ ศึกษาจำนวนหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ในการนำเข้ามูฮอยางจากประเทศไทยของประเทศไทยคู่ค้าที่สำคัญเมื่อคำนึงถึงราคาและรายได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4