

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 กรอบความคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทางด้านของทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ มีด้วยกันหลายทฤษฎี โดยในที่นี้จะกล่าวถึงในบางทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (The Theory of Absolute Advantage) โดย อดัม สมิธ (Adam Smith)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดในเรื่องการแบ่งงานกันทำ (division of labor) ตามความถนัด ทำให้เกิดความชำนาญ (specialization) ในการผลิตสินค้าขึ้นที่ทำการค้าระหว่างประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด

ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ คือความได้เปรียบในการผลิตที่ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าได้เท่ากับที่ประเทศอื่นผลิตได้ โดยใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่า หรือในกรณีที่ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน แต่ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง ทฤษฎีนี้เชื่อว่าประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีความเชี่ยวชาญมากกว่าแล้วส่งสินค้านั้นไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนต้องการ โดย Smith ชี้ให้เห็นว่าการที่กลุ่มพาณิชย์นิยมเชื่อว่าประเทศจะมีความมั่งคั่งเพราะปริมาณทองคำและเงินนั้น ไม่ถูกต้อง เพราะทองคำหรือเงินเป็นเพียงสินค้าชนิดหนึ่งเท่านั้น ถ้าอุปทานมีมากไปค่าของเงินก็จะต่ำลง และราคาสินค้าอื่นย่อมสูงขึ้น อดัม สมิธ เชื่อว่าหากปล่อยให้ทุกประเทศมีการค้าเสรีแล้ว ในที่สุดทองคำและเงินก็จะไหลเข้าสู่ประเทศเอง อดัม สมิธ จึงเน้นให้ใช้นโยบายการค้าเสรี (free trade policy) โดยไม่มีการควบคุมแทรกแซงใด ๆ จากรัฐ เพื่อส่งเสริมให้มีการแบ่งแยกแรงงานอย่างเต็มที่ให้ทุกประเทศได้เลือกผลิตสินค้าเฉพาะที่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน หากการค้าของโลกไม่มีข้อจำกัดแต่ละประเทศจะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยแต่ละประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) มีการใช้ทรัพยากรของแต่ละประเทศสู่การประกอบอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพอันทำให้เกิดความชำนาญเฉพาะด้าน

หลักการสำคัญของทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์คือประเทศต่าง ๆ ไม่ควรผลิตสินค้าทุกชนิดเอง แต่ควรผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนผลิตได้โดยเสียต้นทุนต่ำกว่าหรือมีความได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตของประเทศอื่น โดยประเทศใดที่ถนัดในการผลิตสินค้าใดก็ควรผลิตสินค้านั้น ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์มีข้อสมมุติที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

(1) ประเทศที่ทำการค้ามีเพียง 2 ประเทศ และสินค้าที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนมีเพียง 2 ชนิด

(2) แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตและต้นทุนการผลิตมีเพียงค่าจ้างแรงงาน ราคาของสินค้าเป็นส่วนสำคัญโดยตรงกับจำนวนชั่วโมงแรงงาน(man-hours)ที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้น

(3) ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยคงที่

(4) ราคาสินค้าเท่ากับต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาตามต้นทุนการผลิต โดยไม่เกินไปตามอุปสงค์

(5) ตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์

(6) ไม่มีค่าขนส่ง

(7) การค้าระหว่างประเทศไม่มีข้อจำกัดด้านกำแพงภาษีหรือไม่มีการกำหนด

โควตานำเข้า

ตัวอย่างประเทศคู่ค้า 2 ประเทศ คือไทยและญี่ปุ่น โดยแต่ละประเทศมีการผลิตสินค้าข้าวและผ้า ดังนี้

ประเทศ	ผลผลิตของแรงงาน/คน/วัน	
	ข้าว (ถัง)	ผ้า (เมตร)
ไทย	25	20
ญี่ปุ่น	10	40

จากข้อมูลข้างต้น ภายในเวลา 1 วัน การผลิตโดยใช้แรงงาน 1 คน คนงานไทยสามารถผลิตข้าวได้ 25 ถัง (ถ้าไม่ผลิตผ้า) หรือผลิตผ้าได้ 20 เมตร (ถ้าไม่ผลิตข้าว) สำหรับคนงานญี่ปุ่นสามารถผลิตข้าวได้ 10 ถัง (ถ้าไม่ผลิตผ้า) หรือผลิตผ้าได้ 40 เมตร (ถ้าไม่ผลิตข้าว) แสดงว่าเมื่อใช้แรงงานเท่ากันแรงงานไทยมีประสิทธิภาพในการผลิตข้าวมากกว่าแรงงานญี่ปุ่น และแรงงานญี่ปุ่นมีประสิทธิภาพในการผลิตผ้ามากกว่าแรงงานไทย

โดยหลักทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตข้าว ไทยได้เปรียบโดยสมบูรณ์เหนือญี่ปุ่น แต่ในการผลิตผ้า ญี่ปุ่นมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์เหนือไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเลือกผลิตเฉพาะข้าวและส่งออกขายให้ญี่ปุ่น ในขณะที่ญี่ปุ่นควรจะเลือกผลิตเฉพาะผ้าแล้วส่งออกขายให้ไทย ซึ่งจะทำให้ผลผลิตรวมทั้งสองประเทศมากขึ้นกว่าผลผลิตข้าวและผ้าที่ทั้งสองประเทศได้รับรวมกันจากการที่แต่ละประเทศผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเอง

(http://203.158.224.42/blog/page/b_comment.php?BLOG_ID=212)

2. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo 1772 – 1823) นักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษ ได้เสนอทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศขึ้นมาเรียกว่าทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Theory of Comparative Advantage) เขาไม่ได้ปฏิเสธแนวความคิดของ Adam Smith แต่ยังคงข้อสมมติในการศึกษาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเหมือนเดิม คือ แรงงานเป็นปัจจัยเดียวที่ใช้กำหนดต้นทุนในการผลิต เขาแสดงข้อเท็จจริงว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้ แม้ว่าประเทศผู้ส่งออกจะไม่มี ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าที่ส่งออกนั้น

ตามแนวคิดของทฤษฎีนี้กล่าวว่า ต้นทุนของการค้าระหว่างประเทศมิได้ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีเหนือประเทศคู่ค้า แต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างโดยเปรียบเทียบในต้นทุนการผลิต (The Comparative Cost) ของประเทศทั้งสอง หมายความว่า ประเทศใดที่ผลิตสินค้าชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ประเทศนั้นควรเป็นผู้ส่งออกสินค้านี้ดังกล่าว เพื่อแลกกับสินค้าที่ประเทศตนผลิตแล้วต้นทุนเชิงเปรียบเทียบสูงกว่าประเทศอื่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประเทศ สินค้า	ไทย (จำนวนแรงงาน : คน)		เกาหลีใต้ (จำนวนแรงงาน : คน)	
ข้าว (1 ตัน)	10	0.5/1	60	1.5/1
คอมพิวเตอร์ (1 เครื่อง)	20		40	

จากรายจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ทั้งการผลิตข้าวและคอมพิวเตอร์ ถ้าพิจารณาตามทฤษฎีของ Adam Smith แล้ว ประเทศไทยควรส่งออกทั้งข้าวและคอมพิวเตอร์ไปยังประเทศเกาหลีใต้ โดยประเทศเกาหลีใต้เป็นฝ่ายนำเข้าสินค้าทั้ง 2 ชนิด แทนการผลิตเองซึ่งต้นทุนสูงกว่า ในที่สุดก็จะไม่เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้นเพราะประเทศเกาหลีใต้ไม่มีสินค้าใดมาแลกเปลี่ยนเลย

แต่ถ้าหากพิจารณาตามหลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของริคาร์โดแล้ว การค้าระหว่างประเทศสามารถเกิดขึ้นได้หากแต่ละประเทศมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในสินค้าต่างชนิด โดยสามารถพิจารณาอัตราส่วนต้นทุนการผลิตของสินค้า 2 ชนิดนี้ในแต่ละประเทศ ดังนี้

ประเทศไทยมีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตข้าว : คอมพิวเตอร์ = 10 คน : 20 คน

หรือ 0.5 : 1

ประเทศเกาหลีใต้มีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตข้าว : คอมพิวเตอร์ = 60 คน : 40

คน หรือ 1.5 : 1

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตข้าวเพราะใช้อัตราส่วนแรงงานต่ำกว่าประเทศเกาหลีใต้ ($0.5 < 1.5$) ดังนั้นประเทศไทยควรผลิตข้าวส่งไปขายประเทศเกาหลีใต้ ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้ผลิตคอมพิวเตอร์ส่งมาขายไทยเป็นการแลกเปลี่ยนในกรณีกลับกัน เกาหลีใต้จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์เมื่ออัตราส่วนของต้นทุนการผลิตสินค้า 2 ชนิดเป็นดังนี้

ประเทศไทยมีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ : ข้าว = 20 คน : 10 คน
หรือ 2 : 1

ประเทศเกาหลีใต้มีอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ : ข้าว = 40 คน : 60 คน
หรือ 0.67 : 1

จะเห็นได้ว่าประเทศเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์ เพราะใช้อัตราส่วนแรงงานต่ำกว่าประเทศไทย ($0.67 < 2$) ประเทศเกาหลีใต้ควรส่งออกคอมพิวเตอร์มาขาย และประเทศไทยควรส่งออกข้าวไปขายประเทศเกาหลีใต้เป็นการแลกเปลี่ยน

กล่าวโดยสรุปเมื่อประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตข้าวและเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศขึ้น ประเทศไทยจะไม่ผลิตคอมพิวเตอร์แต่จะผลิตข้าวเพียงอย่างเดียว ส่วนเกาหลีใต้ก็จะเลิกผลิตข้าวและมุ่งผลิตคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว แล้วจึงนำสิ่งที่ตนเองมีความชำนาญในการผลิตไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่ไม่ได้ผลิต

(http://cdn.learners.in.th/assets/media/files/000/090/394/original_5.doc?1285613685)

3. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสับประคระบ้อง
จะทำการศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ได้ใช้แนวคิดการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของ Balassa (1965)

ค่า RCA แสดงถึงสัดส่วนของการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออก ของประเทศผู้ส่งออก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศผู้ส่งออก เปรียบเทียบกับ สัดส่วนการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออกของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก โดยผลการคำนวณค่า RCA ที่ได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

$RCA > 1$ หมายความว่า สัดส่วนของการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออก ของประเทศผู้ส่งออก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศผู้ส่งออก สูงกว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออกของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประเทศผู้ส่งออกอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออก

$RCA < 1$ หมายความว่า สัดส่วนของการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออก ของประเทศผู้ส่งออก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศผู้ส่งออก ต่ำกว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออกของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประเทศผู้ส่งออก อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ทำการส่งออก

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

ในการวิเคราะห์นี้ได้อาศัยการพิจารณาจากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่ง Porter (1980) ได้มีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีแนวคิดว่าการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมประเทศของตน และคู่แข่ง เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกซึ่งมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทุกขณะ โดยเครื่องมือที่นำมาอธิบายคือทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ได้พิจารณาจากแบบจำลอง diamond model โดยมีปัจจัยแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ 4 ปัจจัย คือ (มนสิทธิ์, 2547)

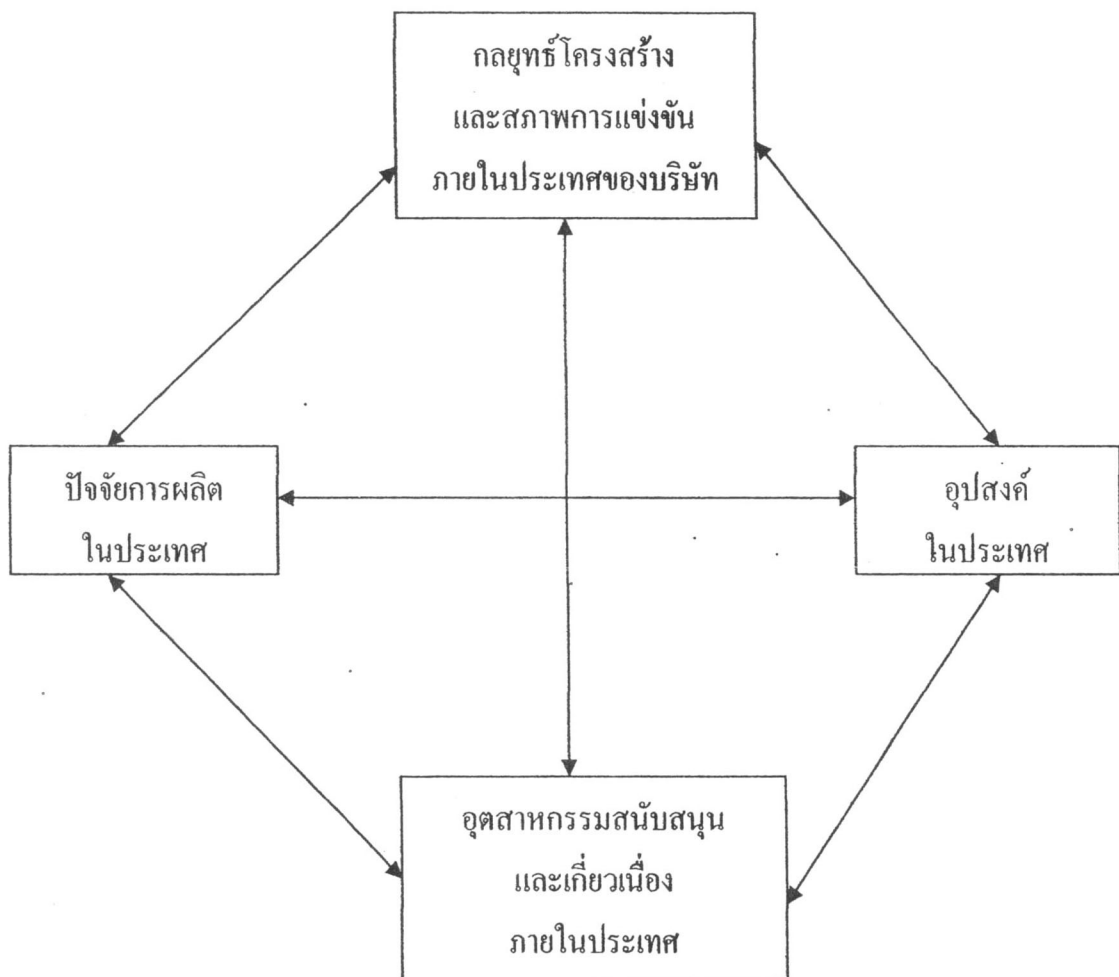
1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศโดยปัจจัยการผลิตในที่นี้มีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึง ปริมาณแรงงาน คุณภาพ และทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์และคุณภาพของทรัพยากร ทรัพยากรทางกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจัยด้านแรงงานที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้



ภาพที่ 2.1

ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

2. สภาพของความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณ

มากๆ ในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้น ปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย แต่ในทฤษฎีของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีเหตุผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็น หรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

กล่าวโดยสรุป ในสภาพของความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

2.1 โครงสร้างส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก ถ้าตลาดส่วนที่คล้ายคลึงเป็นตลาดส่วนที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อที่รู้จริงในสินค้าหรือบริการใด จะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้น ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลังในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้าหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากลประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนๆ นี้จะทำให้มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วสามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาร่วมกันทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่นๆ

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่าง

ประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแค่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมาก ถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้าเพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ และจำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญ คือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

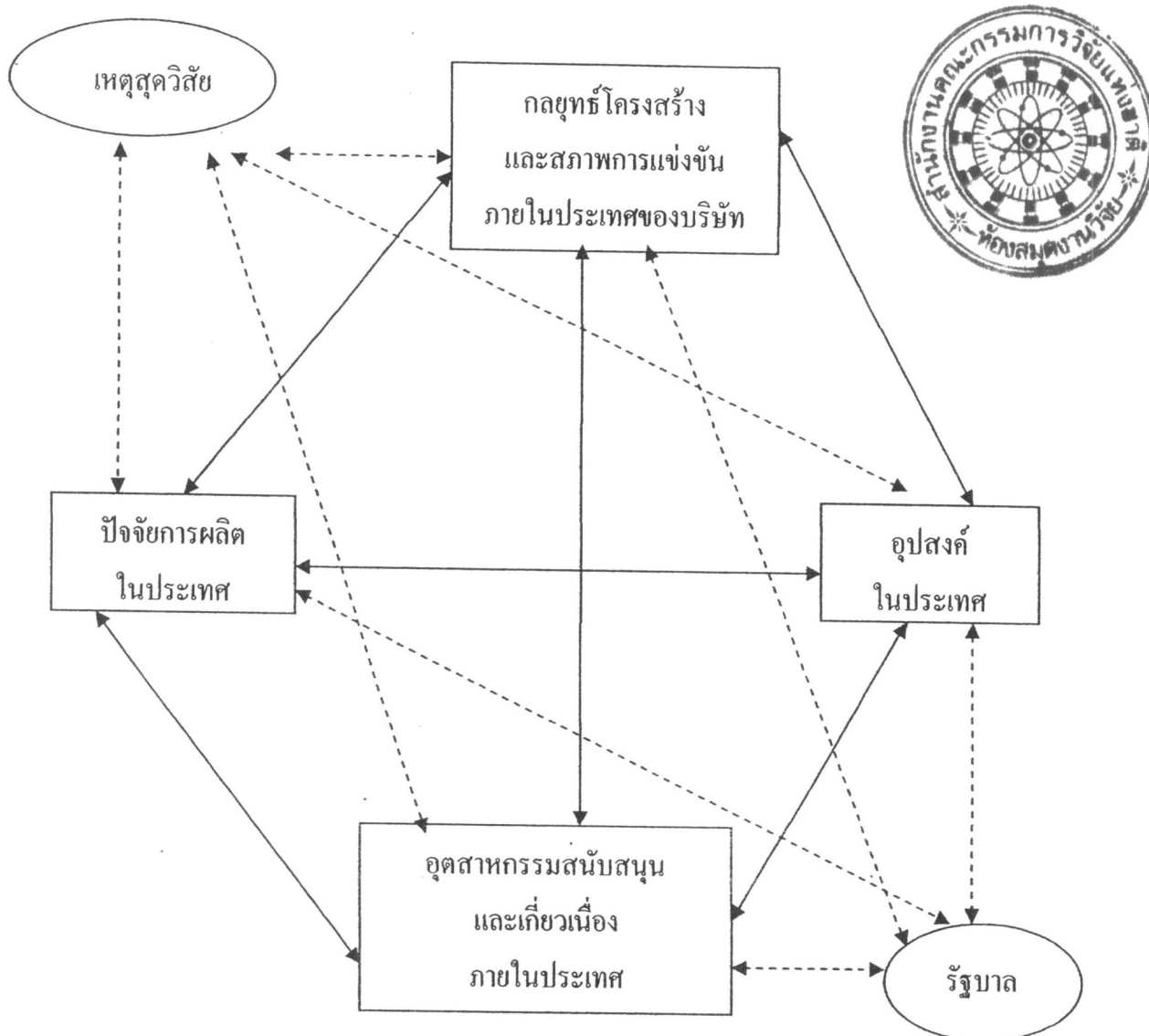
นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ (ดังภาพที่ 2.2) คือ

5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสิ้น โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านโฆษณาและด้านอื่นๆ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เป็นต้น

6. เหตุสุควิสัย (Chance)

เป็นปัจจัยภายนอกที่มีต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลง ราคา ปัจจัยการผลิต การเปลี่ยนแปลงตลาดเงินของโลก หรือการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง หรือการเกิดสงคราม เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ประเทศอื่นสามารถเข้ามาแข่งขันและได้เปรียบผู้แข่งขันรายเดิมได้ ขณะเดียวกันประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 2.2

Diamond Model ที่สมบูรณ์

5. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis : CMS)

การวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ไม่สามารถที่จะทำการบ่งชี้ได้แน่นอนลงไปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของค่า RCA นั้นมาจากสาเหตุใด ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสินค้าว่ามาจากสาเหตุใด จึงได้มีการนำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis : CMS) ของ Leamer and Stern (1970 : 171-183) ซึ่ง CMS เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกในช่วงเวลาหนึ่งๆ โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ผลของการกระทบจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) ผลกระทบจากการกระจายตัวของ

ตลาด (Market Effect) และผลจากปัจจัยอื่นๆ (Unexplained Residual) โดยมีสมมติฐานว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศที่ศึกษาไม่มีการเปลี่ยนแปลง (เมธินี, 2546)

6. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities and Threats Analysis) เป็นเครื่องมือพื้นฐานในการใช้วิเคราะห์สถานะแวดล้อมของอุตสาหกรรม ประกอบด้วย สถานะแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) และสถานะแวดล้อมภายนอกคือ โอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) (Michael E.Porter : 1990) (เมธินี, 2546)

จุดแข็งและจุดอ่อน พิจารณปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการตลาด พิจารณาถึงการเป็นผู้นำตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ภาพพจน์ตราสินค้า คุณภาพผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงของสินค้า
2. ด้านการเงิน ศักยภาพทางการเงินที่จะสามารถสนับสนุนธุรกิจ
3. ด้านการผลิต ท่าเลที่ตั้งของโรงงาน เครื่องจักรอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระบบการจัดซื้อ การควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพการผลิต
4. ด้านบุคลากร คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ อายุและการศึกษาของลูกจ้าง สถานภาพของสหภาพ อัตราการเข้าออกจากงาน ความพอใจงาน การร้องทุกข์

โอกาสและอุปสรรค พิจารณปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ด้านลูกค้าหรือตลาด การต่อรองของลูกค้า การเติบโตของตลาด การกระจายตัวไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
2. ด้านคู่แข่ง การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ แรงกดดันทางการแข่งขัน
3. ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต การต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต การร่วมมือกันหรือร่วมลงทุนที่สามารถขยายความครอบคลุมของตลาด
4. ด้านประชากรศาสตร์
5. ด้านเศรษฐกิจ
6. ด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรธรรมชาติ
7. สังคมและวัฒนธรรม
8. การเมืองและกฎหมาย

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รศดา เวชฎาพันธุ์ (2533) ทำการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของสับปะรดไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด ศึกษาความได้เปรียบสัมพัทธ์ สร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติเพื่อใช้อธิบายปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานของสับปะรด ตลอดจนศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรภายนอกที่อาจส่งผลต่ออุปสงค์และอุปทานของสับปะรดไทย ผลการคำนวณดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏพบว่า ฟิลิปปีนส์มีแนวโน้มของดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏสำหรับสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด และสับปะรดสดสูงกว่าไทย นับว่าฟิลิปปีนส์เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดไปตลาดโลก ผลการศึกษาทางด้านอุปทานสับปะรดพบว่า ค่าความยืดหยุ่นทางด้านอุปทานเมื่อคำนึงถึงตัวแปรต่างๆ มีค่าความยืดหยุ่นน้อย สำหรับการศึกษารูปแบบการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปต่างประเทศ พบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องไปประเทศลูกค้าคือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมนี และญี่ปุ่น เมื่อคำนึงถึงราคาส่งออกสับปะรดไทยไปประเทศลูกค้าแต่ละประเทศปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศลูกค้านั้นๆ มีความยืดหยุ่นมาก ยกเว้นค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น เมื่อคำนึงถึงราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องไทยไปญี่ปุ่นที่ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่นมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 และสำหรับค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศลูกค้าเมื่อคำนึงถึงราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปีนส์ที่ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศลูกค้านั้นๆ มีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1

สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์ (2537) ทำการวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปของไทย และแนวทางในแก้ปัญหาต่างๆ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิมาประกอบการศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการผลไม้แปรรูปที่ประสบในอดีดยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน โดยที่ปัญหาการขาดแคลนนํ้าประปาและเงินทุน เทคนิคการผลิตต่ำสมัยและตลาดภายในแคบ เป็นต้น มีปัญหาน้อยลงในปัจจุบัน ส่วนปัญหาที่มีเพิ่มขึ้นคือ ความไม่แน่นอนของผลไม้สด การขาดแคลนแรงงาน ค่าจ้าง และภาวะการแข่งขันสูง โดยมีการกีดกันทางการค้าในเชิงเทคนิคของสหรัฐฯ เกี่ยวกับฉลากแสดงคุณค่าทางโภชนาการเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ สำหรับสถานการณ์ด้านการส่งออก มีแนวโน้มการส่งออกและการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งการส่งออกผลไม้แปรรูปเกือบทุกประเภทมีแนวโน้มกระจายตัวไปยังตลาดรองมากขึ้น ยกเว้นแยมผลไม้ โดยที่แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดของผลไม้แช่แข็งเพิ่มขึ้นในสหรัฐฯ แคนาดา และเบลเยียม เป็นต้น แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดของผลไม้ที่ทำไว้ไม่ให้เสีย โดยใช้นํ้าตาลเพิ่มขึ้นในเยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และฮ่องกง เป็นต้น ส่วนแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดของแยมผลไม้ไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญ มีสัดส่วนน้อยมากและลดลงในแคนาดา ฝรั่งเศส ฮ่องกง และออสเตรเลีย

สำหรับผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ นั้น มีแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นส่วนใหญ่

ดวงฤดี ศิริเสถียร (2539) ทำการศึกษาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและคู่แข่งที่สำคัญในสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าสำคัญ ผลการศึกษาพบว่าฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบมากที่สุด รองลงมาคือประเทศไทยและอินโดนีเซีย แต่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและฟิลิปปินส์นั้นลดลงเรื่อยๆ ในขณะที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอินโดนีเซียนั้นเพิ่มขึ้น ผลการวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ช่วงปี 2525-2536 โดยแบ่งเป็นแต่ละช่วงเวลาพบว่า ผลของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยมีค่าเพิ่มขึ้น โดยผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาดมีค่าเพิ่มขึ้น ขณะที่ผลจากการแข่งขันและผลจากการส่งเสริมการส่งออกลดลง และการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกพบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศอเมริกาและญี่ปุ่นมากที่สุด คือ รายได้ต่อหัวของประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ในขณะที่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกสับปะรดไปยังประเทศเยอรมนีคือ อัตราส่วนระหว่างราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องของเยอรมนีกับไทย และราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องของเยอรมนีจากอินโดนีเซีย

กฤติยา หาญแก้วกล้า (2540) ทำการวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาด และการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดน้ำสับปะรดของไทยกับประเทศคู่แข่งในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ และวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดซึ่งใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2531-2534 และปี พ.ศ. 2535-2538 และการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกซึ่งใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2528-2538 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดน้ำสับปะรดของไทยโดยพิจารณาตลาดโดยแยกเป็นแต่ละประเทศที่นำเข้าสำคัญ พบว่าฟิลิปปินส์ได้เปรียบกว่าประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และไทยได้เปรียบกว่าฟิลิปปินส์ในประเทศเนเธอร์แลนด์ สเปน และญี่ปุ่น ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดน้ำสับปะรดของไทย โดยพิจารณาตลาดโดยรวม ประเทศที่นำเข้าที่สำคัญทั้ง 4 ประเทศไว้ด้วยกันพบว่าฟิลิปปินส์ได้เปรียบมากกว่าไทย สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของไทย พบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปสหรัฐอเมริกา อันเนื่องมาจากราคาส่งน้ำสับปะรดของไทยไปสหรัฐอเมริกา

ต่างมีค่าความยืดหยุ่นน้อยเช่นเดียวกัน ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกน้ำสับประคของไทยไปเนเธอร์แลนด์อันเนื่องมาจากรายได้ต่อหัวของเนเธอร์แลนด์มีค่าความยืดหยุ่นมาก แต่ค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวอันเนื่องมาจากราคานำเข้าน้ำสับประคของเนเธอร์แลนด์จากไทยมีค่าความยืดหยุ่นน้อย สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกน้ำสับประคของไทยไปสเปน อันเนื่องมาจากราคานำเข้าน้ำสับประคของสเปนจากไทย และอันเนื่องมาจากรายได้ต่อหัวของสเปนต่างมีค่าความยืดหยุ่นน้อยเช่นเดียวกัน สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกน้ำสับประคของไทยไปญี่ปุ่นอันเนื่องมาจากราคาส่งออกน้ำสับประคของไทยไปญี่ปุ่นมีค่าความยืดหยุ่นน้อย ส่วนความยืดหยุ่นของรายได้ต่อหัวของญี่ปุ่นมีค่าความยืดหยุ่นมาก

สมฤทัย นุชเนื้อ (2543) ทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยจากการยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรในตลาดสหภาพยุโรป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป และคำนวณผลกระทบต่อการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยอันเนื่องจากการยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร รวมทั้งวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประคกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป จากการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกสับประคกระป๋องของไทย โดยพิจารณาตลาดส่งออกสำคัญคือประเทศเยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยคือของฟิลิปปินส์ ประกอบด้วยราคาส่งออกสับประคกระป๋องของไทย ราคาส่งออกสับประคของฟิลิปปินส์ และรายได้ประชาชาติต่อหัวรวมของเยอรมนีกับเนเธอร์แลนด์ถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนประชากรทั้งหมดของสหภาพยุโรป สำหรับผลกระทบจากการลดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรลงร้อยละ 50 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยลดลง 2.00 ล้าน ECU หรือคิดเป็นร้อยละ 7.49 แต่ถ้าหากยกเลิกสิทธิพิเศษทั้งหมดจะทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลง 4.01 ล้าน ECU หรือคิดเป็นร้อยละ 10.5 และจากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของสับประคกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป จากช่วงปี 2537-2539 และ 2540-2541 พบว่าประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ต่างมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด โดยที่ทั้ง 3 ประเทศต่างก็ได้ประโยชน์จากการขยายตัวของตลาด แต่ในด้านการแข่งขันและการกระจายตลาดนั้นทุกประเทศต่างไม่ได้ประโยชน์จากการแข่งขันและจากผลของการกระจายตลาด

อารยา กิจระภูมิ (2545) ทำการวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์การนำเข้าสับประคกระป๋องจากไทยของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าสับประคกระป๋องจากไทยของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ผลจากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดสับประคกระป๋องของไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญพบว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกา

ไทยเสียประโยชน์ทั้งจากการขยายขนาดของตลาดและจากการแข่งขันในตลาดเป็นผลให้การส่งออกลดลง ในประเทศเยอรมนีมีเพียงประเทศอินโดนีเซียเท่านั้นที่สามารถส่งออกได้มากขึ้น ในประเทศเนเธอร์แลนด์พบว่าประเทศไทยและอินโดนีเซียสามารถส่งออกได้มากขึ้น และในประเทศญี่ปุ่นพบว่า ทั้งประเทศไทย ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย สามารถส่งออกได้มากขึ้น เมื่อพิจารณาโดยรวมประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่นแล้ว ฟิลิปปินส์ได้ประโยชน์มากกว่าไทยและอินโดนีเซีย จากการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญพบว่าในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีต่ออุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยของสหรัฐอเมริกาคือ ราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากทาง สำหรับอุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศเยอรมนี ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์นำเข้าคือ ราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทย ราคานำเข้าจากอินโดนีเซีย และรายได้ต่อหัวของประเทศเยอรมนี สำหรับอุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศเนเธอร์แลนด์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์นำเข้าคือ ราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากอินโดนีเซีย รายได้ต่อหัวของประเทศเนเธอร์แลนด์ และราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทย และสำหรับอุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์นำเข้าคือ รายได้ต่อหัวของประเทศญี่ปุ่นและราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทย จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่า การศึกษาที่ผ่านมาทำการศึกษาแต่เพียงเรื่องของการผลิตและตลาดของผลไม้แปรรูปของไทย ส่วนครองตลาดของสับปะรดกระป๋อง นำสับปะรดและอุปสงค์และอุปทานของสับปะรด ตลอดจนศึกษาถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และผลกระทบจากการยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่มีต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย การศึกษาในครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดของไทย โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2544 ในการวิเคราะห์ เนื่องจากช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่มีความยาวนานเพียงพอที่จะมองให้เห็นถึงแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของไทยในสินค้าสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดได้ อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาที่ครอบคลุมถึงช่วงเวลาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยอีกด้วย จากการศึกษาในครั้งนี้ได้เลือกใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบในการส่งออกของในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง และใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการวิเคราะห์ควบคู่กันไปเพื่อให้สามารถพิจารณาถึงบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดของไทยได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

วรารักษ์ ตีระเกียรติพิศาล (2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง คือต้องการศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง และความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยการศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบที่ปรากฏของสับประครกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิlipปีนส์ อินโดนีเซีย จีน และเคนยา ประกอบการพิจารณาส่วนแบ่งตลาด โดยแยกพิจารณาเป็นส่วนแบ่งในตลาดโลก และส่วนแบ่งในตลาดที่สำคัญ โดยทำการศึกษาในช่วงปี 2533-2543

จากการศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรม พบว่าสับประครกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย แต่จะเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เนื่องจากประหยัดต้นทุนจากขนาดการผลิต ในเรื่องการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต พบว่า ผู้ผลิตภายในประเทศจะร่วมมือกัน แต่จะแข่งขันกันสูงกับผู้ผลิตของประเทศอื่นๆ ความสามารถในการทดแทนของสินค้า พบว่า มีผลไม้ชนิดอื่นสามารถทดแทนสับประครกระป๋องได้แต่ไม่สมบูรณ์ เมื่อพิจารณาอำนาจการต่อรอง พบว่า เกษตรกรซึ่งเป็นซัพพลายเออร์ที่สำคัญ มีอำนาจการต่อรองน้อยมาก ในขณะที่ผู้ซื้อซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดต่างประเทศจะมีอำนาจการต่อรองสูง

จากผลการศึกษา พบว่า ในช่วงแรก RCA ของไทยมีค่าสูง แต่มีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2533 มีค่า 63.52 และเริ่มลดลงอย่างมากในปี 2538 ที่มีค่าเพียง 35.86 ทั้งนี้เป็นผลมาจากตลาดนำเข้าที่สำคัญใช้มาตรการทางการค้ากับสับประครกระป๋องของไทย โดยสหรัฐอเมริกาใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด เริ่มในปี 2538 ประกอบกับเยอรมนี ยกเลิกการให้สิทธิ GSP กับไทย เริ่มตั้งแต่ปี 2540 เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย พบว่า ฟิlipปีนส์ ค่า RCA มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกับไทย ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอื่น ได้แก่ จีนและเคนยา ซึ่งไม่ใช่ผู้ผลิตรายใหญ่ ค่า RCA มีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากประเทศเหล่านี้สามารถส่งออกได้มากขึ้น ทดแทนการส่งออกของไทยที่ลดลง

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกพบว่าปัจจัยภายในที่สำคัญที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของไทย ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันเรื่องต้นทุนค่าแรงงาน ความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศหรือภูมิประเทศ กับการเพาะปลูกสับประคร ขนาดหรือปริมาณการผลิตสับประครกระป๋อง ความสามารถในการกระจายข่าวสารข้อมูลที่สำคัญสู่ผู้ผลิตและเกษตรกรผู้ปลูกสับประคร ได้อย่างทั่วถึงและทันเวลา ประสิทธิภาพของช่องทางการจำหน่ายสินค้า และการใช้ตราเครื่องหมายของสินค้าที่เป็นของตนเองปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสับประครกระป๋องของประเทศนำเข้า และความสามารถในการขยายตลาดไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

เมธินี รัตตสัมพันธ์ (2546) ทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยจากผลการส่งออกที่ผ่านมาในอดีตโดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

(Revealed Comparative Advantage : RCA) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) และศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันส่งออกโดยใช้แนวคิด Five Force และ SWOT Analysis เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ สำหรับการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ จะวิเคราะห์ผลของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ใน 3 ช่วงเวลา โดยใช้มูลค่าการส่งออกของประเทศดังกล่าว คำนวณเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเวลาต่างๆ คือ ปี พ.ศ 2532-2535 , 2536-2539 และ 2540-2543 การวิเคราะห์อัตราการขยายตัวของการส่งออกปลาหูฉลามกระป๋องของประเทศไทยเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกปลาหูฉลามกระป๋องของโลกตามแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่เป็นการวิเคราะห์ในตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ เปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลา ในปี พ.ศ.2532-2535 เทียบกับปี พ.ศ. 2536-2539 และปี พ.ศ. 2536-2539 เทียบกับปี พ.ศ. 2540-2543 ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสินค้าปลาหูฉลามกระป๋อง พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA = 61.36 , 31.63 และ 25.24 ฟิลิปปินส์มีค่า RCA = 33.37 , 22.80 และ 8.45 อินโดนีเซียมีค่า RCA = 4.96 , 4.25 และ 4.39 ซึ่งทุกประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 โดย RCA ของไทยมีทิศทางลดลงในช่วงที่เปรียบเทียบทุกช่วง ฟิลิปปินส์มีทิศทางลดลง เช่นเดียวกับไทยโดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 ลดลงในอัตราที่มากกว่าไทย แต่ประเทศอินโดนีเซียมีทิศทางค่อนข้างคงที่ โดยลดลงเล็กน้อยในช่วงแรก หลังจากนั้นแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แสดงว่าประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกปลาหูฉลามกระป๋อง

2. การศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ สรุปได้ว่า จากข้อมูลการส่งออกช่วงปี พ.ศ.2532-2535 เทียบกับปี พ.ศ. 2536-2539 ปัจจัยที่ส่งผลให้การส่งออกปลาหูฉลามกระป๋องของไทยลดลง ได้แก่ ผลการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลของการแข่งขันมีมูลค่า -1,262.88 และ -4,376.30 ล้านบาท ส่วนปัจจัยที่มีผลให้การส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง 596.45 ล้านบาท จากข้อมูลการส่งออกช่วงปี พ.ศ. 2536-2539 เทียบกับปี พ.ศ. 2540-2543 ปัจจัยที่ส่งผลให้การส่งออกปลาหูฉลามกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลจากการแข่งขันมีมูลค่า -42.05 ล้านบาท เป็นผลให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นถึง 7,101.13 ล้านบาท

3. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรม พบว่าปัจจัยที่สำคัญคือ การเข้ามาของผู้ประกอบการใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผลกระทบที่ทดแทนกันได้ และการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงหรือในการพิจารณาปัจจัยต่างๆ นั้นยังแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่ออุตสาหกรรม ปัจจัยภายในเช่น วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน เทคโนโลยีและความรู้ และปัจจัยด้านตลาด ปัจจัย

ภายนอก เช่น สาธารณูปโภคและปัจจัยพื้นฐาน กฎหมายและระเบียบปฏิบัติต่างๆ อุตสาหกรรมสนับสนุน รวมทั้งมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ สำหรับปัญหาของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องที่เกี่ยวข้องเนื่องกับปัจจัยต่างๆ มีดังนี้คือ ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งค่าจ้างแรงงาน ค่าขนส่ง และบรรจุภัณฑ์ ปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง เป็นต้น แนวทางการพัฒนาที่สำคัญในการแก้ปัญหา เช่น เร่งพัฒนาเครื่องประมงเพื่อให้ไทยมีแหล่งวัตถุดิบที่มั่นคงสำหรับอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง ลดต้นทุนการผลิตโดยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัยมากขึ้นด้วยการนำเครื่องจักรกลมาใช้แทนแรงงานคนเพื่อแก้ไขปัญหาค่าจ้างแรงงาน ขยายการส่งออกสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง ขยายตลาดผู้บริโภคภายในประเทศ พัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น สร้าง Brand name ของตัวเองที่เป็นคนไทย เป็นต้น

สุธิดา แสงโสภณ (2546) ทำการศึกษาวเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังตลาดส่งออกสำคัญ 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมัน และการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปยังตลาดสำคัญ 3 ตลาด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสเปน ศึกษาวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดของไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลักซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในการวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏใน 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยปี 2535 – 2539 ช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจคือปี 2540 -2541 และช่วงหลังการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2542 – 2544 เพื่อนำมาเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ตลอดจนทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งต่างๆ โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าน้ำสับปะรดในตลาดสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสเปน ในทั้ง 3 ช่วงเวลาเดียวกัน แต่สำหรับประเทศอินโดนีเซียในช่วงเวลาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจเพียงช่วงเดียวเท่านั้นที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าน้ำสับปะรดในตลาดสหรัฐอเมริกา สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าประเทศไทยเสียเปรียบประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ในการส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดในข้อกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านภาวะปัจจัยการผลิตเพื่อพิจารณาประสิทธิภาพการผลิต และในเรื่องของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง แต่ได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องปริมาณของปัจจัยการผลิตสับปะรดสด ตลอดจนได้เปรียบในเรื่องของกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรม จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ช่วงเกิดวิกฤต และ

ช่วงหลังการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปในตลาดสหรัฐอเมริกา และการส่งออกน้ำสับประรดในตลาดสเปน เนื่องมาจากประเทศไทยเสียเปรียบคู่แข่งในเรื่องประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า

มนสิทธิ์ หลักชัยมงคล (2547) ทำการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะของโครงสร้างทางการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยไปยังตลาดโลก ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยที่ส่งออกไปยังตลาดโลก ศึกษาถึงแหล่งที่มาของการขยายตัวในการส่งออกของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยไปยังตลาดโลก และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆของการขยายตัวของการส่งออกของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทยไปยังตลาดโลก จากผลการศึกษาพบว่า การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยมีค่าดัชนี RCA ลดลงตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา (พ.ศ. 2537-2544) แต่ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง เนื่องจากค่า RCA ยังคงมีค่ามากกว่า 1 (การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยมีค่า RCA เท่ากับ 21.51, 20.86, 19.95, 17.44, 16.99, 15.69, 15.60 และ 13.43 ตามลำดับ) ส่วนการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศคู่แข่งของไทยก็มีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกประเทศ (ยกเว้นประเทศจีน) โดยประเทศที่มีค่า RCA มากที่สุด คือ ประเทศเอกวาดอร์ เวียดนาม บังคลาเทศ อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา และเม็กซิโก ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2537-2538 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 151.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของการหดตัวในมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยมี 4 ประการคือ 1) ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกในช่วงนี้มีการขยายตัว ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 280.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 2) ผลจากการกระจายตลาดพบว่าตลาดส่วนใหญ่ยังมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 39.8 ส่งผลให้โดยรวมแล้วประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งได้เพิ่มขึ้นเท่ากับ 468.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 3) ผลจากส่วนประกอบของสินค้า พบว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งแช่แข็งและกุ้งแช่เย็นของไทยมีมูลค่าลดลง แต่สามารถทดแทนมูลค่าการส่งออกที่ลดลงได้โดยส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปได้ ส่งผลให้โดยรวมแล้วผลจากส่วนประกอบของสินค้ามีค่าเท่ากับ 94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 4) ผลจากความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากต้นทุนในการผลิตของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งทางด้านภาษีและมิใช่ภาษีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของไทยมีค่าลดลงเท่ากับ 995.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็งของไทย พบว่า ในปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านปัจจัยปัจจัยการผลิตลดลง ไม่ว่าจะเป็นการผลิตวัตถุดิบกุ้งที่มีคุณภาพลดลงแต่มีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น การขาดแคลนบุคลากร การขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขาดแคลนการพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตที่มันสมัย นอกจากนี้ ความต้องการภายในประเทศก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย แต่ก็สามารถทดแทนด้วยอุปสงค์จากต่างประเทศแทนเนื่องจากผู้บริโภคเป็นผู้ที่รู้จริง ย่อมกดดันให้ผู้ผลิตภายในประเทศต้องพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่า แม้ประเทศไทยจะมีความพร้อมในด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากยังขาดการประสานงานที่เป็นระบบและยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องไม่สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้เต็มศักยภาพ สำหรับกลยุทธ์ในการแข่งขันของไทยมีต้นทุนในการเลียนแบบการผลิตสินค้าจากไทย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเปลี่ยนรูปแบบการส่งออกจากเดิมที่ส่งออกวัตถุดิบกุ้งแช่แข็งมาเป็นการส่งออกแปรรูปกุ้งมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อรสนิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อสรุป

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดที่ผ่านมาในข้างต้น จะเป็นการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของสับปะรดไทย การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของประเทศไทย การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ตลอดจนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย สำหรับในการศึกษานี้จะทำการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย และการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย ซึ่งจะทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย และข้อมูลเอกสารต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นการศึกษาในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. ในการวัดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยจะใช้วิธีการหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลัก ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และมาเลเซีย ในตลาดส่งออกที่สำคัญ 7 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สเปน ญี่ปุ่น

สหราชอาณาจักร และประเทศแคนาดา โดยเปรียบเทียบข้อมูลใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี 2543-2547 และช่วงปี 2548-2552

2. ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย จะทำการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage) ของ Michael E. Porter (1980)

3. ในการศึกษาจุดแข็งจุดอ่อน (SWOT analysis) ของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย จะทำการศึกษาการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย และเอกสารข้อมูลต่างๆ โดยอาศัยการวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities and Threats Analysis) (Michael E.Porter : 1990)