

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย

THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF THAILAND'S CANNED PINEAPPLE EXPORTING

.....

ปัทมา โกเมนทร์จรัส

Pattama Komenjumrus

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Faculty of Economics, Sripatum University, Thailand.

Corresponding author, E-mail: pattama.ko@spu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย โดยใช้วิธีการหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2552 และการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 และปี พ.ศ. 2548-2552 โดยการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้งหมดจะเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และมาเลเซีย ในตลาดส่งออกที่สำคัญ 7 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สเปน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และแคนาดา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย โดยใช้ทฤษฎีของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ 3) เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย ภายใต้การวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของไมเคิล อี พอตเตอร์ โดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย

ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋อง เนื่องจากมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 และในส่วนของผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องเพิ่มขึ้นสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ปี พ.ศ. 2543 -2547 และ ปี พ.ศ. 2548 - 2552 โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาจากผลจากการขยายตัวของตลาดโลกสูงที่สุด รองลงมาคือผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลจากการแข่งขัน ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่า ประเทศไทยเสียเปรียบในด้านอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง แต่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในข้อกำหนดสภาวะปัจจัยการผลิตในด้านของเนื้อที่เพาะปลูก (เก็บเกี่ยว) สับประรด ตลอดจนในด้านของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ในด้านของรัฐบาลพบว่า รัฐบาลได้มีการจัดทำเอกสารเกณฑ์ที่ดีที่เหมาะสมสำหรับสับประรด นอกจากนี้พบว่า ผู้ส่งออกต้องเผชิญกับมาตรการของภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี และสำหรับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทยเป็นดังนี้

ด้านจุดแข็ง พบว่า ประเทศไทยมีสัปรดกระป๋องที่มีคุณภาพดี ด้านจุดอ่อน พบว่า มีต้นทุนการผลิตสูง ได้แก่ ภาษี และน้ำตาลทราย มีราคาแพง ด้านโอกาส พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายไปยังตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ ตะวันออกกลาง และด้านอุปสรรค พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในด้านของอัตราแลกเปลี่ยน

คำสำคัญ: ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน การส่งออก สัปรดกระป๋อง

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the competitive advantage of Thailand's canned pineapple exporting by using Revealed Comparative Advantage Index (RCA) in the period of 2000-2009, and Constant Market Share (CMS) for comparing during the period of 2000-2004 and 2005-2009. These analyses were conducted among Thailand and competitors such as the Philippines, Indonesia, China and Malaysia in the seven major export markets: America, Germany, the Netherlands, Spain, Japan, the United Kingdom, and Canada 2) to study the factors determine competitiveness of Thailand's canned pineapple exporting, by using the theory of Michael E. Porter, 3) to study the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Thailand's canned pineapple industry based on the SWOT Analysis of Michael E. Porter, by interviewing the Thai exporters.

Referring to Thailand, the Philippines, and Indonesia, the results showed the significant level of competitive advantage in the export of canned pineapple because the RCA of those countries is greater than 1. For the analysis of Constant Market Share value between the period of 2000 - 2004 and 2005- 2009, Thailand increased substantially the highest export resulted from the expansion of the global market and then by the unexplained residual or competitiveness. For the analysis of competitive advantage, the study showed that Thailand had competitive disadvantage in demand condition and inadequate supporting and related industries. However, Thailand also showed competitive advantage in terms of production factors, plantation sites, as well as in terms of rivalry's strategy and structure. It was also found that the government properly made a good agriculture document for the pineapples (GAP). Furthermore, the finding was that the exporters had to face the tariff and non- tariff barriers. For the analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats, the results showed that the strength of Thailand's canned pineapple was the good quality. The weakness was the high cost of production as the price of cans and sugar. An opportunity for Thai exporters was the potential expansion into new markets such as the Middle East. Finally, the most affected threat for the Thai exporters was the exchange rate.

Keywords: The Competitive Advantage, Exporting, Canned Pineapple

บทนำ

อุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมาโดยตลอด ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านของทรัพยากรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จึงส่งผลให้มีการแปรรูปในลักษณะของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดค่อนข้างมาก เนื่องจากมีความสะดวก และมีความคงทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่สำคัญ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดญี่ปุ่น เป็นต้น สับปะรดกระป๋อง ก็เป็นอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีความสำคัญอีกประเภทหนึ่ง เนื่องจาก สับปะรดกระป๋องนับเป็นอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการผลิตด้านการเกษตร กับภาคอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่วัตถุดิบ โดยสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศได้ปีละค่อนข้างมาก โดยในปี พ.ศ. 2550

มีมูลค่าการส่งออก 14,496.4 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2551 - 2553 มีมูลค่าการส่งออก 18,740.2, 15,013.1 และ 14,684.2 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องยังเป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรค่อนข้างง่าย ปัจจัยการผลิตที่ใช้จะเป็นปัจจัยการผลิตภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ในด้านการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างประเทศนั้นไม่มีมากนัก แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยประสบกับปัญหาด้านการผลิต ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ได้แก่ ราคาปุ๋ยเคมี ราคากระป๋องบรรจุภัณฑ์ การขาดแคลนแรงงาน พันธุ์ที่ใช้ในการปลูกมีการพัฒนาอย่างมาก และคุณลักษณะอันเนื่องมาจากการกลายพันธุ์ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคด้านการกีดกันทางการค้า มาตรการสุขอนามัยต่างๆ เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมควรทำการศึกษาอย่างยิ่ง

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2550 - 2553

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

เดือน	2550		2551		2552		2553	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	56,551	1,250.60	63,949	1,779.70	38,837	1,250.40	43,539	1,129.40
กุมภาพันธ์	50,580	1,117.40	49,796	1,404.40	38,713	1,191.70	42,300	1,107.30
มีนาคม	56,444	1,276.70	55,625	1,533.90	42,626	1,316.40	48,783	1,326.10
เมษายน	44,522	1,024.60	60,389	1,623.20	41,940	1,281.10	41,734	1,117.10
พฤษภาคม	48,961	1,189.30	70,381	1,969.80	47,361	1,424.80	43,736	1,191.70
มิถุนายน	56,006	1,418.90	63,594	1,839.20	54,931	1,581.50	49,514	1,374.50
กรกฎาคม	44,872	1,177.60	46,958	1,486.00	45,414	1,333.00	42,304	1,230.30
สิงหาคม	30,873	854	30,357	993.4	31,006	905	31,549	963.4
กันยายน	20,325	582.2	32,907	1,151.50	35,239	1,021.50	30,161	941.5
ตุลาคม	36,369	1,058.90	52,610	1,802.10	41,352	1,186.00	37,147	1,091.00
พฤศจิกายน	56,160	1,642.10	44,709	1,535.80	42,178	1,198.00	48,964	1,574.10
ธันวาคม	66,384	1,904.10	47,252	1,621.20	49,374	1,323.80	59,245	1,637.70
รวม	568,047	14,496.40	618,525	18,740.20	508,970	15,013.10	518,974	14,684.20

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยโดยใช้วิธีการหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยเปรียบเทียบับประเทศคู่แข่งหลัก ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และมาเลเซีย ในตลาดส่งออกที่สำคัญ 7 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สเปน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และประเทศแคนาดา โดยเปรียบเทียบข้อมูลใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2543-2547 และช่วงปี พ.ศ. 2548-2552

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย

3. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทยโดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย และเอกสารข้อมูลต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลัก ซึ่งก็คือ ประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และมาเลเซีย โดยตลาดส่งออกสับประรดกระป๋องที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สเปน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และแคนาดา สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่มีระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2552

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้จะเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของสับประรดกระป๋องของไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลัก ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย

จีน และมาเลเซีย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างของประเทศผู้ส่งออกที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ได้ทำการเลือกจากกลุ่มประเทศในเอเชียโดยเลือกมา 5 ประเทศที่มีการส่งออกสับประรดกระป๋องค่อนข้างมาก จากสถิติการรายงานของประเทศผู้ทำการส่งออกสับประรดกระป๋องทั้งหมดในปี พ.ศ. 2552 เกือบ 70 ประเทศ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ตลอดจนการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย จะทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และทำการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย 5 บริษัท

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสับประรดกระป๋อง จะทำการศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ได้ใช้แนวคิดการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของ Balassa (1965) [1] ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA = \frac{\frac{X_{ij}}{\sum X_i}}{\frac{W_j}{\sum W}}$$

โดยที่ RCA	หมายถึง ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ
X_{ij}	เป็นมูลค่าการส่งออกสินค้า j โดยประเทศ i
$\sum X_i$	เป็นมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด โดยประเทศ i
W_j	เป็นมูลค่าการส่งออกสินค้า j โดยรวมของโลก
$\sum W$	เป็นมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกประเภทโดยรวมของโลก
j	เป็นสินค้าศึกษา

ถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้เป็นดังนี้ คือ

$RCA > 1$ หมายความว่า สัดส่วนของการส่งออกสินค้า j ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า j ของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประเทศ i อยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j

$RCA < 1$ หมายความว่า สัดส่วนของการส่งออกสินค้า j ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า j ของโลกต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประเทศ i อยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j

2. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis: CMS)

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis : CMS) ของ Edward E. Leamer and Robert M. Stern (1970) [2] การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ จะเป็นการวิเคราะห์ผลของการเปลี่ยนแปลงการส่งออก เมื่อมีสมมติฐานว่า ส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกของประเทศที่ทำการศึกษาไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของโลก (World Growth Effect) ผลกระทบจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) และผลจากปัจจัยอื่นๆ (Unexplained Residual) ทั้งนี้ในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยนี้ จะทำการพิจารณามูลค่าการส่งออก 2 ช่วงเวลา โดยได้ทำการกำหนดตัวแปรต่างๆ ไว้ดังนี้

V = มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องในช่วงปีที่ 0

V = มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องในช่วงปีที่ 1

j = ตลาดส่งออกสับประรดกระป๋อง

V_j = มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดแต่ละตลาดในช่วงปีที่ 0

V_j = มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดแต่ละตลาดในช่วงปีที่ 1

r = อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลก

r_j = อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกไปยังแต่ละตลาด

จากนิยามข้างต้นในการพิจารณาสินค้าสับประรดกระป๋องในทุกตลาดสรุปได้ว่า

ช่วงปีที่ 0 ผลรวมมูลค่าการส่งออกสินค้าสับประรดกระป๋องไปยังแต่ละตลาดทุกแห่ง มีค่าเท่ากับมูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าสับประรดกระป๋องในทุกตลาด

$$\sum_j V_j = V_j = V..$$

ช่วงปีที่ 1 ผลรวมมูลค่าการส่งออกสินค้าสับประรดกระป๋องไปยังแต่ละตลาดทุกแห่ง มีค่าเท่ากับมูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าสับประรดกระป๋องในทุกตลาด

$$\sum_j V_j = V_j = V..$$

โดยที่ $V..$ คือมูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าสับประรดกระป๋องในทุกตลาดในช่วงปีที่ 0

$V..$ คือมูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าสับประรดกระป๋องในทุกตลาดในช่วงปีที่ 1

การวิเคราะห์ส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก พิจารณามูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออก ระหว่างปีที่ 0 และปีที่ 1 ไปยังตลาดส่งออก โดยถือว่ามีการส่งออกสินค้าชนิดเดียวไปยังตลาดเพียงแห่งเดียว ถ้าหากในปีที่ 1 ประเทศผู้ส่งออกยังคงรักษาส่วนแบ่งการค้าในตลาดโลกไว้ได้ โดยสามารถเพิ่มการส่งออกในอัตราที่เท่ากับการขยายตัวของโลก (r) ดังนั้นมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งในช่วงปีที่ 1 จะมีมูลค่าเท่ากับ $rV..$ อันเป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของโลก (World trade effect) แต่มูลค่าการส่งออกจริงในปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ $V..$ ดังนั้นผลต่างระหว่าง $V..$ กับ $V..$ ส่วนที่นอกเหนือจาก $rV..$ อาจเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ (unexplained residual) ซึ่งถูกตีความว่าเป็นผลของความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness effect) ตามวิธีวิเคราะห์แบบ CMS ซึ่งอาจแสดงในรูปของสมการได้ดังนี้

$$V.. - V.. = rV + (V.. - V.. - rV..) \quad (1)$$

เรียกว่าการวิเคราะห์แบบชั้นเดียว (one-level analysis)

จากสมการที่ (1)

$$V.. - V.. = rV + \sum_j r_j V_j + (V.. - V.. - rV.. - \sum_j r_j V_j) \quad (2)$$

นำ $V.. = \sum_j V_j$, $V.. = \sum_j V_j$, $rV = r_j V_j = \sum_j r_j V_j$

$$V.. - V.. = rV + \sum_j r_j V_j + \sum_j V_j - \sum_j V_j - \sum_j r_j V_j - \sum_j r_j V_j$$

$$= rV + \sum_j r_j V_j - \sum_j r_j V_j + \sum_j V_j - \sum_j V_j - \sum_j r_j V_j$$

$$V.. - V.. = rV + \sum_j (r_j - r) V_j + \sum_j (V_j - V_j - r_j V_j)$$

เรียกว่าการวิเคราะห์แบบสองชั้น (two-level analysis) เป็นการประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ผล การเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าสับประรดกระป๋องไปยังหลายๆ ตลาด ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกประกอบด้วย

1. world growth effect : $rV..$ ถ้าหากประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการส่งออกสินค้าสับประรดกระป๋องได้เท่ากับอัตราการขยายตัวของโลกโดยเฉลี่ย (r) แล้วมูลค่าส่วนเพิ่มการส่งออกจะมีค่าเท่ากับ rV

2. market effect : $\sum_j (r_j - r) V_j$ ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นบวก ($r_j > r$) แสดงว่าตลาดส่งออกสินค้าสับประรดกระป๋องมีการขยายตัวสูงกว่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกโดยเฉลี่ย แต่ถ้าหากมีค่าเป็นลบ ($r_j < r$) แสดงว่าตลาดส่งออกมีการขยายตัวต่ำกว่าการขยายตัวของตลาดโลก หมายความว่าสินค้าสับประรดกระป๋องไม่ได้กระจายไปยังตลาดที่มีการขยายตัวมากเท่าที่ควร ดังนั้น จึงทำให้การส่งออกที่ควรจะเป็นส่วนหนึ่งมีค่าติดลบ (นอกเหนือจาก world growth effect แล้ว)

3. unexplained residual or competitiveness effect : $\sum_j (V_j - V_j - r_j V_j)$ เป็นส่วนที่เหลือจากการนำเอามูลค่าการส่งออกส่วนที่เพิ่มขึ้นจริงลบด้วยส่วนเพิ่มของการส่งออกที่ควรจะเป็น ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นบวก แสดงว่าประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็นซึ่งกล่าวได้ว่ามีความสามารถในการแข่งขัน แต่ถ้าเป็นลบแสดงว่าสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและไม่อาจรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ในการศึกษาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง” ในงานศึกษาวิจัยนี้ จะใช้ข้อมูลการส่งออกสับประรดกระป๋อง (HS200820) ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 โดยจะทำการศึกษาค่า RCA ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศจีน และประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ประเทศไทย

ผลจากการคำนวณค่า RCA ของประเทศไทย พบว่าค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง เมื่อพิจารณาในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2546 ค่า RCA มีค่าลดลงและเพิ่มขึ้นเป็น 38.87, 37.46, 37.93 และ 42.03 ตามลำดับ ในขณะที่ในช่วงปี พ.ศ. 2546 – 2548 ค่า RCA มีแนวโน้มลดลงเป็น 42.03, 40.45 และ 38.45 ตามลำดับ และใน พ.ศ. 2548 – 2550 ค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง เป็น 38.45, 40.35 และ 41.39 ตามลำดับ หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2550 – 2552 ค่า RCA ก็มีแนวโน้มลดลงอีกครั้งหนึ่ง เป็น 41.39, 41.27 และ 36.95 ตามลำดับ

ประเทศฟิลิปปินส์

ค่า RCA ของประเทศฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศฟิลิปปินส์อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 29.79, 33.27, 27.10, 25.98, 29.14, 34.38, 31.58, 36.21, 35.30 และ 45.94 ตามลำดับ

ประเทศอินโดนีเซีย

ค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซียในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 12.14, 13.12, 16.10, 13.44, 13.98, 15.69, 13.89, 7.59, 16.00 และ 12.62 ตามลำดับ

ประเทศจีน

ค่า RCA ของประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศจีนอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง โดยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2552 คือ 0.50, 0.49, 0.66, 0.71, 0.80, 0.63, 0.49, 0.57, 0.56 และ 0.45 ตามลำดับ

ประเทศมาเลเซีย

ค่า RCA ของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าในปี 2543 ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.10 หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2548 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA เท่ากับ 1 นั่นคือ ในปีดังกล่าว ประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2547 และในปี พ.ศ. 2550 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 แสดงให้เห็นถึงในช่วงปีดังกล่าว ขณะนั้น ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.16, 1.90, 1.30 และ 1.16 ตามลำดับ และสำหรับปี พ.ศ. 2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2551 – 2552 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ที่น้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าในช่วงนี้ประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง

2. การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

1. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548 - 2552

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 149,472,444.16 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market effect) มีมูลค่าเท่ากับ -3,077,303.42 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่ามูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 3,077,303.42 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยส่งออกสับประรดกระป๋องประมาณร้อยละ 40 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งกลุ่มประเทศเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้าสับประรดกระป๋องน้อยกว่าประเทศสเปน โดยที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942, 0.2941, 0.0325 และ 0.4094 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศไทยมีการส่งออกไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบการส่งออกสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศไทยเพียงร้อยละ 2.48 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 และร้อยละ 3.19 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 เท่านั้น

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ 41,696,510.65 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นบวก แสดงว่าประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากปัจจัยอื่นๆ มีเพียงผลจากการกระจายตัวของตลาดที่มีค่าเป็นลบ แต่ก็ยังมีค่าน้อยกว่าผลทั้งสองที่กล่าวมาข้างต้น

2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยฟิลิปปินส์ ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548-2552

(1) ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 52,424,223.46 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยฟิลิปปินส์ขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -404,071.94 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่า มูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 404,071.94 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศฟิลิปปินส์ส่งออกสับประรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 70 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประรดของโลกเท่ากับ 0.5942 ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศไทยมีการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนที่มีสัดส่วนของการส่งออก

สับปะรดกระป๋อง เมื่อเทียบกับการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของฟิลิปปินส์ โดยในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 และปี พ.ศ. 2548 - 2552 คิดเป็นร้อยละ 3.05 และร้อยละ 2.21 เท่านั้น

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นหรือผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ -15,761,392.91 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่าประเทศฟิลิปปินส์สูญเสียความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลก ในขณะที่ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นลบ แต่เมื่อนำผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลจากปัจจัยอื่นๆ มารวมกันแล้ว พบว่ามีค่าน้อยกว่า ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก นั่นคือ มีเพียงผลจากการขยายตัวของตลาดโลก เท่านั้นที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้น

3. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซีย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เทียบกับปี พ.ศ. 2548 - 2552

(1) ผลจากการขยายตัวของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 42,362,356.69 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของโลก มีผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -1,478,503.32 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่ามูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าลดลง 1,478,503.32 ดอลลาร์ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียส่งออกสับปะรดกระป๋องประมาณร้อยละ 50 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศเยอรมัน โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 ประเทศเนเธอร์แลนด์มีอัตราการขยายตัวของส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.4094 และประเทศเยอรมันมีอัตราการขยายตัวของส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลก 0.2941 ในขณะที่ประเทศสเปน มีอัตราการขยายตัวของส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศอินโดนีเซีย มีการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบกับการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียเท่ากับร้อยละ 5.35 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 และร้อยละ 14.63 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 และเมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศแคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศสเปน พบว่า สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศแคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศสเปน ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 คิดเป็นร้อยละ 0.64 ร้อยละ 14.85 ร้อยละ 7.22 ร้อยละ 9.28 ร้อยละ 2.25 และร้อยละ 5.35 ตามลำดับ ในขณะที่เมื่อทำการพิจารณาในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 พบว่า ลดลงจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซียไปยังประเทศ

แคนาดา เยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และประเทศสเปน คิดเป็นร้อยละ 0.16 ร้อยละ 10.72 ร้อยละ 4.89 ร้อยละ 7.25 ร้อยละ 1.90 และร้อยละ 14.63 ตามลำดับ

สรุป ผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลจากการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness) มีมูลค่าเท่ากับ -803,472.76 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียสูญเสียความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดโลก ในขณะที่ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นลบ แต่เมื่อนำผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มารวมกันแล้วพบว่า มีค่าน้อยกว่าผลจากการขยายตัวของตลาดโลก นั่นคือ มีเพียงผลจากการขยายตัวของตลาดโลก เท่านั้นที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องเพิ่มขึ้น

4. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศจีน ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552

(1) ผลจากการขยายตัวของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 12,451,041.42 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของโลก มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศจีนขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 743,548.19 ดอลลาร์ หรืออาจกล่าวได้ว่ามูลค่าการกระจายตัวของตลาดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 743,548.19 ดอลลาร์ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศจีนส่งออกสับประรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 55 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของโลกส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 สหราชอาณาจักรมีอัตราการขยายตัวของโลกส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.2957 ในขณะที่ประเทศสเปนมีอัตราการขยายตัวของโลกส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศจีนมีสัดส่วนการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังประเทศสเปนเมื่อเทียบกับการส่งออกสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศจีนเท่ากับร้อยละ 0.13 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 และร้อยละ 0.38 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552

สรุป ผลของการกระจายตัวของตลาด มีผลทำให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศจีนเพิ่มขึ้น

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 10,975,674.59 ดอลลาร์ จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศจีนมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 มีค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของโลก ผลจากการกระจายตัวของตลาด และผลของปัจจัยอื่นๆ มีค่าเป็นบวก นั่นคือ ปัจจัยทุกประเภทมีผลต่อการทำให้มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศจีนเพิ่มขึ้น

5. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศมาเลเซีย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552

(1) ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก (World Growth Effect) มีมูลค่าเท่ากับ 6,568,566.44 ดอลลาร์

สรุป ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก มีผลให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศมาเลเซียขยายตัว

(2) ผลจากการกระจายตัวของ ตลาด (Market Effect) มีมูลค่าเท่ากับ - 727,179.72 ดอลลาร์ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 ประเทศมาเลเซียส่งออกสับประรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 50 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น และในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 ประเทศมาเลเซียส่งออกสับประรดกระป๋องประมาณเกือบร้อยละ 60 ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น โดยสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของ การส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.5942 และประเทศญี่ปุ่น มีอัตราการขยายตัวการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 0.0325 ในขณะที่ประเทศสเปนมีอัตราการขยายตัวของ การส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเท่ากับ 1.1502 แต่ประเทศมาเลเซียมีส่วน การส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังประเทศสเปน เมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดของประเทศมาเลเซีย เท่ากับร้อยละ 0.85 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 และร้อยละ 1.24 ในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552

สรุป ผลของการกระจายตัว ของตลาด มีผลทำให้การส่งออกสับประรดกระป๋อง ของประเทศ มาเลเซียลดลง

(3) ผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือ ผลของการแข่งขัน (Unexplained Residual or Competitiveness Effect) มีมูลค่าเท่ากับ -5,932,832.12 ดอลลาร์

จากมูลค่าดังกล่าวมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศ ไม่สามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น นั่นคือ ประเทศมาเลเซียสูญเสียความสามารถ ในการส่งออกสับประรดกระป๋อง

สรุป มูลค่าการส่งออก สับประรดกระป๋องของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 เปรียบเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2552 มีค่าลดลง เป็นผลเนื่องมาจาก ผลจากการกระจายตัวของตลาด ผลจากปัจจัยอื่นๆ ที่มีค่าติดลบ ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วมีมากกว่าผล จากการขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งมีค่าเป็นบวก

3. ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ได้พิจารณาทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter (1980) [3] โดยอาศัยแบบจำลองของ diamond model ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

3.1 สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ พบว่าประเทศไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับประรดมากที่สุด ในขณะที่ผลผลิตต่อเฮกตาร์ พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีผลผลิตต่อเฮกตาร์สูงที่สุด [4] ในด้านของราคาสับประรดสด พบว่า ประเทศฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มที่มีราคาสับประรดสดถูกที่สุด [5] สำหรับ ในด้านของแรงงาน พบว่า ประเทศจีนมีปริมาณแรงงานมากที่สุด [6-10] ในด้านของอัตราค่าจ้าง พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีอัตราค่าจ้างที่ต่ำที่สุด [11-25] และสำหรับในด้านของระบบโครงสร้างพื้นฐานนั้นพบว่า ประเทศมาเลเซียได้รับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานสูงที่สุด [26]

3.2 อุปสงค์ในประเทศ พบว่า อุตสาหกรรม สับประรด กระป๋อง มีอุปสงค์ในประเทศ หรือ ความต้องการสับประรดกระป๋องภายในประเทศค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องจากผลสับประรดสดทั้งหมด ร้อยละ 80 จะถูกแปรรูปเป็นสับประรดกระป๋องและนำสับประรด เพื่อการส่งออก ส่วนอีกร้อยละ 20 จะบริโภคสด

ภายในประเทศและแปรรูปในลักษณะอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปได้ไม่มากเท่าที่ควร [27]

3.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง พบว่า อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมต่างๆ จำนวนมาก ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด พ่อค้าคนกลาง โรงงานแปรรูป เป็นต้น และเมื่อพิจารณาจากจำนวนท่าเรือ

และจำนวนเรือขนส่งสินค้า พบว่า ในด้านของจำนวนท่าเรือ ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนท่าเรือมากที่สุด ในด้านของจำนวนเรือขนส่งสินค้าพบว่า ประเทศจีนมีจำนวนเรือขนส่งสินค้ามากที่สุด นั่นคือ ประเทศจีนอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด [28-32]

ตารางที่ 2 พื้นที่เก็บเกี่ยวสับปะรด ผลผลิตสับปะรดสด และผลผลิตต่อเฮกตาร์ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ. 2550 - 2552

ประเทศ	พ.ศ. 2550			พ.ศ. 2551			พ.ศ. 2552		
	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์	พื้นที่เก็บเกี่ยว	ผลผลิต	ผลผลิตต่อเฮกตาร์
จีน	66,372	1,381,901	208,205	70,613	1,402,060	198,555	72,613	1,452,060	199,972
อินโดนีเซีย	18,957	2,237,858	1,180,491	20,802	1,272,761	611,845	21,000	1,558,048	741,928
มาเลเซีย	11,780	316,210	268,429	11,530	384,673	333,627	11,530	400,070	346,981
ฟิลิปปินส์	53,978	2,016,462	373,571	58,251	2,209,336	379,278	58,800	2,198,497	373,894
ไทย	94,449	2,815,275	298,073	93,116	2,278,566	244,701	90,656	1,894,892	209,016

ที่มา: องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

หมายเหตุ : พื้นที่เก็บเกี่ยว (หน่วย : เฮกตาร์)

ผลผลิต (หน่วย : ตัน)

ผลผลิตต่อหน่วย (หน่วย : เฮกโตกรัม / เฮกตาร์)

3.4 กลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต พบว่า เมื่อทำการพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการสับปะรดกระป๋อง ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการสับปะรดกระป๋องมากที่สุด [33-37]

3.5 รัฐบาล พบว่า มีหน่วยงานของรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนในหลายๆ ด้าน อาทิ หน่วยงานของกรมวิชาการเกษตรได้จัดทำเอกสารเกษตรดีที่เหมาะสมสำหรับสับปะรด [38-39] ทั้งนี้ก็จะทำให้เกษตรกรสามารถปลูกสับปะรดได้อย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

3.6 เหตุสุดวิสัย พบว่า มาตรการทางภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีต่างๆ ค่อนข้างเป็นข้อกีดกันทางการค้าค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการทางด้านสุขอนามัย ค่อนข้างเข้มงวด และมีหลากหลายในตลาดประเทศนำเข้าต่างๆ ทั้งนี้ประเทศไทยจะต้องพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสับปะรดกระป๋องให้ได้ตามมาตรฐานตามมาตรการต่างๆ ที่ต่างประเทศได้กำหนดไว้

4. การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย จะเป็นการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Michael E. Porter (1990) [40] โดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกของไทย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) พบว่า คุณภาพของ สับปะรดกระป๋องของประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพระดับดีมาก เป็นที่นิยม และต้องการของ ตลาดต่างประเทศมากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา และตลาดประเทศญี่ปุ่น

จุดอ่อน (Weakness) พบว่า แรงงานอยู่ในสภาพที่ขาดแคลน ทางบริษัทจึงต้องเปิดรับ แรงงานบ่อยๆ

ในด้านของการขายสินค้ายังคงต้องพึ่งพา พ่อค้าคนกลางค่อนข้างมาก นอกจากนี้ผู้ผลิตมีค่า ใช้จ่ายค่อนข้างมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายประจำวัน ค่าใช้จ่ายในด้านของหนี้สินจากการกู้ยืมเงินมา ลงทุนขยายกิจการ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในด้านต้นทุน การผลิตในด้านของต้นทุนค่ากระป๋อง และน้ำตาลทราย เป็นต้น

โอกาส (Opportunities) พบว่า ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายไปยังตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ตะวันออกกลาง เป็นต้น

อุปสรรค (Threats) พบว่า ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน ก่อนข้างมาก โดยผู้ประกอบการบางรายคาดว่า ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนแข็งค่าขึ้นเรื่อยๆ อาจจะส่งผล ให้เกิดปัญหาได้ นั่นคือ ผู้ส่งออกอาจจะต้องปรับลด ต้นทุนโดยอาจจะปรับลดราคาหรือซื้อสับปะรดสดจาก เกษตรกร ซึ่งจะส่งผลเสียต่อเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยต้องแข่งขันกับผู้ส่งออก ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งมีอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าน้อยกว่าของไทย

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เมื่อพิจารณาดัชนีความได้ เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยรวมสรุปได้ว่า ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกสับปะรด กระป๋อง ในส่วนของการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

เพิ่มขึ้นสูงที่สุด โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาจาก ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกสูงที่สุด รองลงมา คือผลจากปัจจัยอื่นๆ หรือผลจากการแข่งขัน ในส่วนของการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่า ประเทศไทยเสียเปรียบในด้านอุปสงค์ ในประเทศ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง แต่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในข้อกำหนด สภาวะปัจจัยการผลิตในด้านของเนื้อที่เพาะปลูก (เก็บเกี่ยว) สับปะรด ตลอดจนในด้านของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต และสำหรับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ของไทย พบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งคือ มีสับปะรด กระป๋องที่มีคุณภาพดี ด้านจุดอ่อน พบว่า มีต้นทุน การผลิตสูง ได้แก่ กระป๋อง และน้ำตาลทราย มีราคาแพง ด้านโอกาส พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่มี แนวโน้มที่จะขยายไปยังตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ ตะวันออกกลาง และด้านอุปสรรค พบว่า ผู้ส่งออก ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในด้านของอัตราแลกเปลี่ยน จากสภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้นสามารถ จะให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. เมื่อทำการพิจารณาจากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่า ผลจากการ กระจายตัวของตลาดของไทยมีค่าติดลบ แสดงให้ เห็นว่าประเทศไทยส่วนใหญ่มีการส่งออกสับปะรด กระป๋องไปยังตลาดต่างๆ ที่มีอัตราการขยายตัวของ การส่งออกค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ผู้ส่งออกของไทยควร ที่จะหันไปเพิ่มปริมาณการส่งออกในตลาดที่มี อัตราการขยายตัวของส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของโลกที่สูงในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

2. รัฐบาลจะต้องเข้ามาดูแลในด้านของ ต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนในด้าน ของราคากระป๋องซึ่งมีราคาแพง ทั้งนี้สืบเนื่องจาก เหล็กแผ่นที่มีราคาสูง นั่นคือ รัฐบาลจะต้องเข้ามา ควบคุมในด้านของราคาเหล็กแผ่นมิให้ราคา ที่สูงเกินไปเพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อไปยังต้นทุน

ในการนำเหล็กแผ่นมาทำเป็นกระป๋อง

3. รัฐบาลควรจัดสรรให้น้ำตาลทราย มีเพียงพอต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต่างๆ เพื่อการส่งออก

ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดการแย่งการใช้น้ำตาลทราย ในประเทศค่อนข้างมาก

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่ให้ ทุนอุดหนุนในการทำวิจัย เรื่อง ความได้เปรียบ แข่งขันของการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย

เอกสารอ้างอิง

- [1] Balassa, B. (1965). *Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage*. The Manchester School. 33: 99-123.
- [2] Edward, E. Leamer; & Robert, M. Stern. (1970). *Quantitative International Economics: International Series in Economics*. Allyn and Bacon (Boston).
- [3] Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- [4] FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. (2007-2009). *Production*. Retrieved November 20, 2010, from <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567#ancor>
- [5] _____. (2004-2008). *producer price*. Retrieved November 20, 2010, from <http://faostat.fao.org/site/570/default.aspx#ancor>
- [6] CIA WORLD FACTBOOK AND OTHER SOURCES. (2010). *China Economy 2010*. Retrieved January 9, 2011, from http://www.workmall.com/wfb2010/china/china_economy.html
- [7] _____. (2010). *Indonesia Economy 2010*. Retrieved January 9, 2011, from http://www.workmall.com/wfb2010/indonesia/indonesia_economy.html
- [8] _____. (2010). *Malaysia Economy 2010*. Retrieved January 9, 2011, from http://www.workmall.com/wfb2010/malaysia/malaysia_economy.html
- [9] _____. (2010). *Philippines Economy 2010*. Retrieved January 9, 2011, from http://www.workmall.com/wfb2010/philippines/philippines_economy.html
- [10] _____. (2010). *Thailand Economy 2010*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.workmall.com/wfb2010/thailand/thailand_economy.html
- [11] _____. (2008). *China Economy 2008*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.allcountries.org/wfb2008/china/china_economy.html
- [12] _____. (2008). *Indonesia Economy 2008*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.allcountries.org/wfb2008/indonesia/indonesia_economy.html
- [13] _____. (2008). *Malaysia Economy 2008*. Retrieved November 20, 2010, from <http://www.allcountries.org/wfb2008/malaysia/index.html>
- [14] _____. (2008). *Philippines Economy 2008*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.allcountries.org/wfb2008/philippines/philippines_economy.html

- [15] CIA WORLD FACTBOOK. (2008). *Thailand Economy 2008*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.allcountries.org/wfb2008/thailand/thailand_economy.html
- [16] _____. (2009). *China Economy 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/china/china_economy.html
- [17] _____. (2009). *Indonesia Economy 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/indonesia/indonesia_economy.html
- [18] _____. (2009). *Malaysia Economy 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/malaysia/malaysia_economy.html
- [19] _____. (2009). *Philippines Economy 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/philippines/philippines_economy.html
- [20] _____. (2009). *Thailand Economy 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/thailand/thailand_economy.html
- [21] FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. (2007-2008). *Earnings per month/Yuan. Labour-related establishment survey ISIC-Rev.3¹*. Retrieved November 20, 2010, from <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>
- [22] _____. (2007-2008). *Wage rates per day/Peso. Labour force survey ISIC-Rev.3¹*. Retrieved November 20, 2010 from <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>
- [23] _____. (2007-2008). *Wage rates per month / Rupiah. Labour force survey ISIC-Rev.3^{1 2}*. Retrieved November 20, 2010 from <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>
- [24] _____. (2007-2008). *Wage rates per month/Baht. Labour force survey ISIC-Rev.3*. Retrieved November 20, 2010, from <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>
- [25] กระทรวงการต่างประเทศ. การคุ้มครองคนไทย. (2553). *สถานทูตไทยในมาเลเซียเตือนแรงงานไทยอย่าหลงเชื่อเมื่อถูกชักชวนให้ไปทำงานต้องห้าม 4 ประเภท. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2553*, จาก <http://protectthaicitizen.blogspot.com/2010/10/4.html>
- [26] IMD World Competitiveness Yearbook. (2010). *competitiveness factor*. Retrieved February 6, 2011, from http://www.imd.org/research/publications/wcy/upload/Overall_ranking_5_years.pdf
- [27] สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน. (2553, ธันวาคม). *สับปะรด. สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2554*, จาก <http://agri.dit.go.th>
- [28] CIA WORLD FACTBOOK. (2009). *China Transportation 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/china/china_transportation.html
- [29] _____. (2009). *Indonesia Transportation 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/indonesia/indonesia_transportation.html
- [30] _____. (2009). *Malaysia Transportation 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/malaysia/malaysia_transportation.html

- [31] _____. (2009). *Philippines Transportation 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/philippines/philippines_transportation.html
- [32] _____. (2009). *Thailand Transportation 2009*. Retrieved November 20, 2010, from http://www.geographic.org/wfb2009/thailand/thailand_transportation.html
- [33] Alibaba Group. (2011). Retrieved January 9, 2011, from http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=CN&CategoryId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y
- [34] _____. (2011). Retrieved January 9, 2011, from http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=ID&CategoryId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y
- [35] _____. (2011). Retrieved January 9, 2011, from http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=MY&CategoryId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y
- [36] _____. (2011). Retrieved January 9, 2011, from http://www.alibaba.com/trade/search?SearchText=canned+pineapple&country=PH&CategoryId=2&IndexArea=compay_en&Fsb=y
- [37] _____. (2011). Retrieved January 9, 2011, from http://www.alibaba.com/corporations/conned_pineapple/TH_2
- [38] กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2545). *แนวทางการผลิตสับประรดที่เหมาะสม*. ม.ป.พ.
- [39] _____. (2553). *การผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม*. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.student.chula.ac.th/~51373154/GAP.htm>
- [40] Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.