

ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทย  
เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



นางสาวเสาวนีย์ บุญประดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAILAND'S EXPORT COMPETITIVENESS RELATIVE TO CHINA



Miss Soavane Bunpradub

ศูนย์วิทยทรัพยากร

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศ  
ไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

โดย

นางสาวเสาวนีย์ บุญประดับ


สาขาวิชา

เศรษฐศาสตร์


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

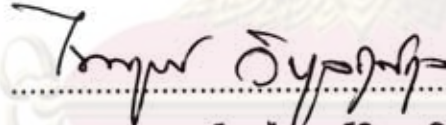
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วัฒนสุทธิกุล

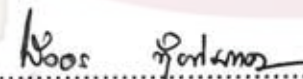
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


  
..... คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.ติรณ พงศ์มฆพัฒน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จีราภิวัฒน์)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วัฒนสุทธิกุล)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร ทับทิมทอง)

  
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท)

ศูนย์วิทยุโทรพัทยา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสาวนีย์ บุญประดับ : ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. (Thailand's Export Competitiveness Relative to China) อ.ที่ปริกษานิพนธ์หลัก : รศ.ดร.ไพฑูรย์ วิบูลสุตติกุล, 118 หน้า.

การศึกษาวិเคราะห์ผลกระทบของการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของประเทศไทยต่อการส่งออกของประเทศไทย สินค้าจำแนกตามระบบ SITC รหัส 3 หลัก และแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามเทคนิคการผลิต การวิเคราะห์ประกอบด้วยสองส่วน ส่วนแรกศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนโดยใช้วิธีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่และแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาย่อย ได้แก่ ช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2535-2540 ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจและระยะแรกของการฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2540-2545 และช่วงภายหลังการฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2545-2550 ส่วนที่สองศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยโดยใช้วิธี Panel data analysis ในช่วงปีพ.ศ. 2535-2550

ผลการศึกษาในส่วนแรกพบว่า ในทุกช่วงเวลาย่อยการส่งออกของไทยในเกือบทุกกลุ่มสินค้าอาศัยการขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก สินค้าส่วนใหญ่สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน ยกเว้นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน ผลการศึกษาในส่วนที่สอง พบว่า กลุ่มสินค้าที่การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกกระทบต่ออัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทย คือ กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ สินค้าทรัพยากรพื้นฐาน สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากและใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม การส่งออกของไทยสามารถขยายตัวควบคู่ไปกับการส่งออกของประเทศจีนในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ยานยนต์ และผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จากผลการศึกษาทั้งสองส่วนสรุปได้ว่า หากไทยไม่เพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยจะเสียเปรียบประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์.....ลายมือชื่อนิสิต.....เสาวนีย์ บุญประดับ.....

ปีการศึกษา.....2552.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษานิพนธ์หลัก.....ไพฑูรย์ วิบูลสุตติกุล.....



##5085182029 : MAJOR ECONOMICS

KEYWORDS : CHINA / MARKET SHARE / EXPORT GROWTH

SOAVANEE BUNPRADUB : THAILAND'S EXPORT COMPETITIVENESS RELATIVE TO CHINA. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF. PAITON WIBOONCHUTIKULA, Ph.D., 118 pp.

The study analyzes the impact of China's export growth on Thailand's export by separating the products which are disaggregated by 3-digit SITC, into 9 groups based on the production technology. The analysis consists of two parts. The first part compares Thailand's export competitiveness with China's export using the constant market share model (CMS). The study is divided into 3 sub-periods namely, before Thailand's economic crisis in 1992 to 1997, the recovery period of 1997 to 2002, and the most recent from period of 2002 to 2007. The second part examines the effect of the increased market share of China's export in the world market on Thailand's exports using panel data during 1992 to 2007.

The study results in the first part show that in all sub-periods Thailand's export growth relied on the expansion of the world market. Thailand lost the export competitiveness to China in almost all product groups except for automotive products, chemical and basic metal products. The findings in the second part indicate that an increase in China's export market share on the world market clearly adversely affected Thailand's exports in the following product groups: primary products, resource-based products, labor-intensive products, low-tech manufactured products, and chemical and basic metal products. However, Thailand's export were able to grow along with China's in the product groups of agro-based manufactured products, automotive products, engineering products, and electronic and electrical products. Both parts conclude that unless Thailand improved its competitiveness, its exports would be at a greater disadvantage compared to the Chinese exports.

Field of Study : .....Economics.....Student's Signature.....<sup>SOAVANEE BUNPRADUB</sup>  
Academic Year : .....2009.....Advisor's Signature.....*Paiton Wiboonchutikul*

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยความสามารถของ รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วิบูล ชูติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งประสิทธิ์ประสาทแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์และให้ คำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์ยิ่ง อีกทั้งสละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้ กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ ประธาน กรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร ทับทิมทอง และรองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็นข้อชี้แนะ และความ ช่วยเหลือในหลายสิ่งหลายอย่างจนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุก ท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ช่วยเหลือและ อำนวยความสะดวกในการติดต่อและประสานงานต่างๆ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งผู้เขียนได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการติดต่อ ขอคำปรึกษาและให้ข้อมูลต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ความช่วยเหลือทั้งทางตรง ทางอ้อมและกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ไม่สามารถเอ่ยนามได้หมด ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อนๆรุ่นน้อง และรุ่นพี่หลักสูตร ศม. ที่ได้ให้กำลังใจ และให้ข้อแนะนำต่างๆ ขอขอบคุณมากสำหรับพี่และเพื่อนร่วมอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และเป็นที่พักใจยามท้อถอย

และสำคัญที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบุพการีและครอบครัว ผู้ซึ่งเป็นเสมือนแรงบันดาลใจและเป็นกำลังใจที่ดีที่สุดแก่ผู้เขียนเสมอมา

สุดท้ายนี้คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอบแต่ผู้มี พระคุณทุกท่าน หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะรับ.....	7
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
1.6 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิจัย.....	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์.....	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ.....	9
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแข่งขันกับการส่งออก : แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่.....	11
2.2 วรรณกรรมปริทัศน์.....	18
2.2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนที่มีต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ.....	19
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่.....	25
บทที่ 3 แบบจำลองและวิธีดำเนินการวิจัย.....	28
3.1 วิธีการศึกษา.....	28
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	29
3.3 แหล่งข้อมูล.....	29

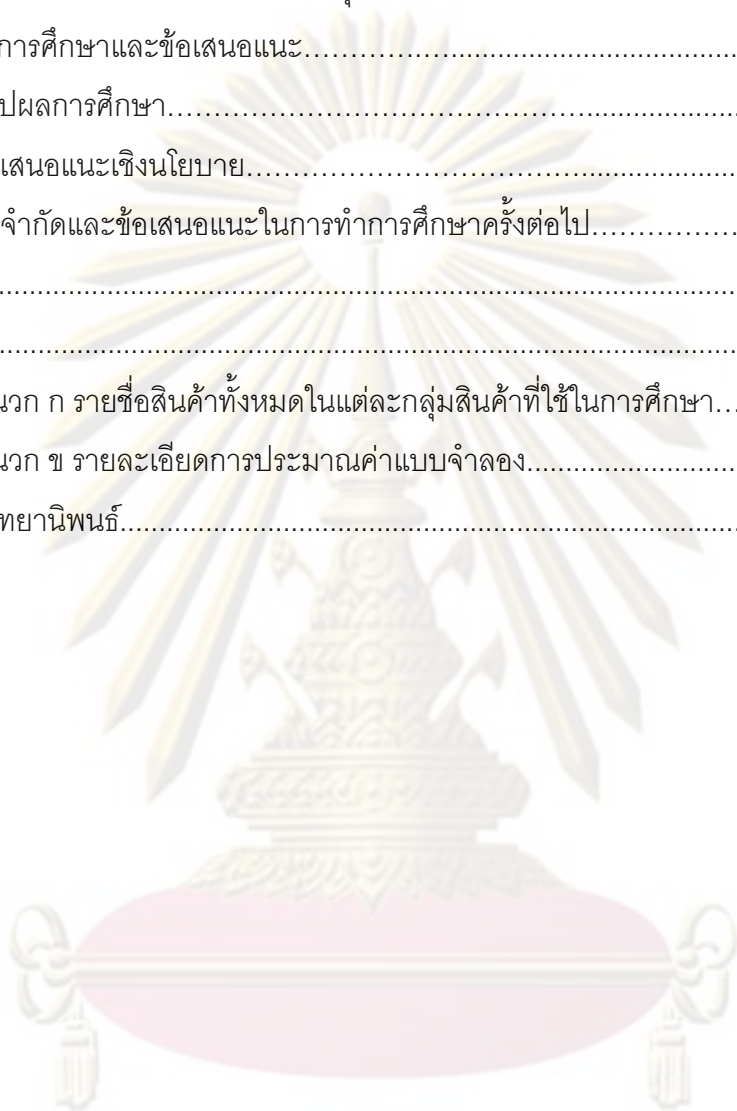


3.4 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของ ประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน.....	29
3.5 การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของ ประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย.....	34
บทที่ 4 การส่งออกของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก.....	35
4.1 ลักษณะการผลิตทั่วไปของประเทศไทยและประเทศจีน.....	35
4.2 การนำเข้าสินค้าจากตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน.....	37
4.3 การส่งออกสินค้าไปตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน.....	38
4.3.1 กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ .....	39
4.3.2 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร .....	40
4.3.3 กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน .....	42
4.3.4 กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก .....	43
4.3.5 กลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ.....	45
4.3.6 กลุ่มสินค้านานยนต์ .....	46
4.3.7 กลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน.....	48
4.3.8 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม .....	50
4.3.9 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ .....	51
บทที่ 5 ผลการศึกษา.....	54
5.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน .....	54
5.1.1 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	55
5.1.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า อุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	56
5.1.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550 .....	58



5.1.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	59
5.1.5 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	61
5.1.6 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ยานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	63
5.1.7 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไป ตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	64
5.1.8 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	66
5.1.9 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และไฟฟ้าของประเทศไทยไปตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550.....	68
5.2 การวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศไทยต่อการค้าของ ประเทศไทย.....	74
5.2.1 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ .....	78
5.2.2 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร .....	79
5.2.3 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน .....	81
5.2.4 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก.....	83
5.2.5 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ.....	85
5.2.6 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้านานยนต์.....	87
5.2.7 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ โลหะพื้นฐาน.....	88

	หน้า
5.2.8 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม.....	90
5.2.9 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์..	92
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	96
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	96
6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	98
6.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป.....	99
รายการอ้างอิง.....	100
ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก รายชื่อสินค้าทั้งหมดในแต่ละกลุ่มสินค้าที่ใช้ในการศึกษา.....	104
ภาคผนวก ข รายละเอียดการประมาณค่าแบบจำลอง.....	109
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	118



# ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สัดส่วนการส่งออกสินค้าต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง.....	1
1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในตลาดต่างๆ พ.ศ. 2535-2550.....	5
1.3 มูลค่าการส่งออกของประเทศจีนและประเทศไทย พ.ศ. 2535-2550.....	3
5.1 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2535-2540 ของไทย ในตลาดโลก .....	70
5.2 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2540-2545 ของไทย ในตลาดโลก .....	71
5.3 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2545-2550 ของไทย ในตลาดโลก .....	72
5.4 ผลการทดสอบคุณสมบัติ Stationary ของข้อมูล ณ ระดับ Level และ ระดับ 1 <sup>st</sup> different .....	75
5.5 ผลการประมาณค่าในแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา.....	77
5.6 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ $\alpha_2$ ในแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา.....	95


  
**ศูนย์วิทยทรัพยากร**  
**จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**



## สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
4.1	มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยและจีนจากตลาดโลก.....	37
4.2	มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	38
4.3	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	39
4.4	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของไทยและจีนในตลาดโลก.....	40
4.5	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	41
4.6	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนในตลาดโลก.....	42
4.7	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	42
4.8	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนในตลาดโลก.....	43
4.9	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนไป ตลาดโลก.....	43
4.10	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนใน ตลาดโลก.....	43
4.11	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	45
4.12	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนในตลาดโลก.....	46
4.13	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	47
4.14	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนในตลาดโลก.....	47
4.15	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทย และจีนไปตลาดโลก.....	48
4.16	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทย และจีนในตลาดโลก.....	49
4.17	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนไปตลาดโลก.....	50
4.18	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนในตลาดโลก.....	51
4.19	มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีน ไปตลาดโลก.....	52
4.20	สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีน ไปตลาดโลก.....	52
5.1	ความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับจีนในช่วงปี พ.ศ. 2535-2550, 2540-2545 และ 2545-2550.....	73

# บทที่ 1

## บทนำ

การส่งออกสินค้าไปตลาดโลกเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพสินค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการแข่งขันกับผู้ส่งออกรายอื่นๆ ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงที่มาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย และลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิจัย

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การค้าระหว่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากในปี พ.ศ. 2551 การส่งออกสินค้ามีสัดส่วนถึงร้อยละ 59.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (Real Gross Domestic Product) หากย้อนหลังไปในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2539 สัดส่วนนี้ยังอยู่ที่ร้อยละ 32.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (ตารางที่ 1.1) อีกทั้งเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยที่ได้ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1.2) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่พึ่งพาการส่งออกที่เพิ่มขึ้นและเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 1.1 สัดส่วนการส่งออกสินค้าต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง

สัดส่วนการส่งออกสินค้า	2539	2541	2543	2545	2547	2549	2551
ต่อ Real GDP (ร้อยละ)	32.2	42.5	52.8	51.8	54.0	55.5	55.1

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ประเทศจีนได้เปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ในปัจจุบันการส่งออกได้ทำรายได้เป็นมูลค่ามหาศาลแก่ประเทศจีน โดยมีการดำเนินนโยบายต่างๆ ตลอดจนการรวมตัวและยกระดับในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง เช่น ปริมาณการส่งออก ชนิดสินค้าและ คุณภาพอย่างต่อเนื่อง จาก การส่งออกแบบดั้งเดิมที่มีการเสริมผลผลิตการแปรรูปก้าวไปยังการส่งออกไฮเทคโนโลยี จากการ

ส่งออกแปรรูปอย่างง่ายก้าวไปยังการส่งออกเพื่อบุกเบิก การผลิต การจำหน่าย การบริการแบบครบวงจร (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์) โดยภายหลังจากการเข้าเป็นสมาชิกองค์การค้าโลกในปี พ.ศ. 2544 ประเทศจีนจึงได้รับโอกาสอันดียิ่งขึ้นในการก้าวสู่การส่งออกในตลาดโลก ทำให้ประเทศจีนได้เป็นประเทศที่มีปริมาณการค้าอันดับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2552 ดังนั้น พลังทางเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงส่งผลอย่างมากต่อภาวะการค้าระหว่างประเทศและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ

ประเทศจีนมีประชากรจำนวนมาก และฐานทรัพยากรขนาดใหญ่ การเติบโตของกำลังแรงงานและการเพิ่มประสิทธิภาพของผลผลิตมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจจีนเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ถ้าหากประเทศจีนสามารถพัฒนากำลังแรงงานที่มีอยู่มากให้เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น นั่นก็คือความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนมาจากการเพิ่มผลผลิตต่อหัวคนงาน และปัจจัยอื่นเช่นการเปิดประเทศ มากกว่าการเพิ่มการลงทุนต่อหัวคนงาน ซึ่งจะทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและมีเสถียรภาพ อีกทั้งนโยบายเปิดประเทศทำให้จีนต้องแข่งขันกันภายนอกรุนแรงขึ้น จึงเป็นแรงผลักดันให้จีนต้องเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วย

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศจีนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วมาก โดยมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดในเอเชีย ปัจจัยหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจีนในช่วงที่ผ่านมา ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศ โดยในด้านการส่งออกสินค้าของประเทศจีนไปตลาดโลกนั้นได้ทำรายได้เข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นมูลค่ามหาศาล โดยเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1.3) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 84,940 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 1,217,776 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 14 เท่า โดยมีอัตราการขยายตัวที่สูงกว่าร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมาในขณะที่การส่งออกนั้นเป็นปัจจัยสำคัญของการเจริญเติบโตของประเทศไทยเช่นกัน โดยเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 32,474 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งน้อยกว่ามูลค่าของการส่งออกของประเทศจีนในปีเดียวกันประมาณ 2.5 เท่า แต่เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่า 153,571 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มจากการส่งออกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2535 เพียง 4 เท่า และน้อยกว่ามูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี พ.ศ. 2550 ถึง 8 เท่า โดยมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่น้อยกว่าร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 17.61 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า



ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการส่งออกที่ขยายตัวที่ค่อนข้างช้าเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วของประเทศจีน

ตารางที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกของประเทศจีนและประเทศไทย พ.ศ. 2535-2550

ปี	มูลค่าการส่งออกของจีน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออกของไทย (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2535	84,940		32,474	
2536	91,744	8.01	37,167	14.45
2537	121,006	31.90	45,235	21.71
2538	148,779	22.95	56,439	24.77
2539	151,047	1.52	55,678	-1.35
2540	182,792	21.02	58,283	4.68
2541	183,809	0.56	53,583	-8.06
2542	194,931	6.05	58,423	9.03
2543	249,203	27.84	68,819	17.79
2544	266,098	6.78	64,919	-5.67
2545	325,596	22.36	68,108	4.91
2546	438,228	34.59	80,323	17.94
2547	593,326	35.39	96,248	19.83
2548	761,953	28.42	110,110	14.40
2549	968,936	27.16	130,580	18.59
2550	1,217,776	25.68	153,571	17.61

ที่มา: <http://comtrade.un.org>, 2007

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศจีน ซึ่งมีความได้เปรียบประเทศไทยในหลายๆด้าน เช่น ต้นทุนในการผลิตมีราคาต่ำกว่าประเทศไทยเนื่องจากมีแรงงานราคาถูกและเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ในการผลิตสินค้าจำนวนมาก จึงส่งผลต่อการขยายตัวทางการค้าของประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันได้รับผลกระทบอย่างมากต่อการขยายการผลิตและส่งออกของประเทศจีน ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในการตลาดโลก ซึ่ง

การส่งออกมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีการเจริญเติบโต โดยการศึกษาเรื่องดังกล่าวจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทย เพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยในระยะยาวต่อไป



# ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในตลาดต่างๆ พ.ศ. 2535-2550

มูลค่า : ล้านบาท

สัดส่วน : ร้อยละ

ปี	รวม	อาเซียน(9)	ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	สหภาพยุโรป	ประเทศอื่นๆ	รวม	อาเซียน(9)	ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	สหภาพยุโรป	ประเทศอื่นๆ
2535	824,643.29	113,561.74	144,391.26	185,005.56	169,183.49	212,501.23	100.00	13.77	17.51	22.43	20.52	25.77
2536	940,862.59	165,948.48	159,479.70	202,227.64	163,701.64	249,505.13	100.00	17.64	16.95	21.49	17.40	26.52
2537	1,137,601.65	226,823.17	194,276.22	239,099.66	177,770.37	299,632.22	100.00	19.94	17.08	21.02	15.63	26.34
2538	1,406,310.12	305,660.12	236,099.41	250,684.84	212,203.44	401,662.31	100.00	21.73	16.79	17.83	15.09	28.56
2539	1,411,039.33	305,529.53	237,523.90	253,799.76	224,906.67	389,279.47	100.00	21.65	16.83	17.99	15.94	27.59
2540	1,806,681.98	390,410.41	270,765.87	354,539.15	290,387.12	500,579.43	100.00	21.61	14.99	19.62	16.07	27.71
2541	2,248,089.44	408,963.94	308,394.07	500,722.50	401,156.66	628,852.27	100.00	18.19	13.72	22.27	17.84	27.97
2542	2,214,248.69	411,639.25	312,837.24	479,355.98	371,968.48	638,447.74	100.00	18.59	14.13	21.65	16.80	28.83
2543	2,768,064.76	536,909.66	406,442.22	591,675.75	437,099.60	795,937.53	100.00	19.40	14.68	21.38	15.79	28.75
2544	2,884,703.89	557,801.15	439,830.20	584,496.96	466,433.80	836,141.78	100.00	19.34	15.25	20.26	16.17	28.99
2545	2,923,941.39	582,130.28	427,023.43	579,071.63	438,370.09	897,345.95	100.00	19.91	14.60	19.80	14.99	30.69
2546	3,325,630.12	684,943.21	471,956.25	565,094.87	488,392.12	1,115,243.67	100.00	20.60	14.19	16.99	14.69	33.53
2547	3,873,689.56	852,487.24	541,487.66	622,496.98	553,964.64	1,303,253.04	100.00	22.01	13.98	16.07	14.30	33.64
2548	4,438,691.03	957,867.90	602,899.87	680,321.96	570,836.64	1,608,764.65	100.00	21.99	13.58	15.33	12.86	36.24
2549	4,937,372.24	1,029,179.98	623,930.99	740,695.70	642,162.99	1,901,402.59	100.00	20.84	12.64	15.00	13.01	38.51
2550	5,241,962.76	1,118,810.12	620,190.76	661,985.11	672,318.99	2,168,657.78	100.00	21.34	11.83	12.63	12.83	41.37

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร



## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการผลิต การนำเข้าและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยและประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้า
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยเป็นรายกลุ่มสินค้า
4. เพื่อสรุปเป็นนโยบายและข้อเสนอแนะ เพื่อขยายการส่งออกของประเทศไทยในอนาคต

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาสินค้าซึ่งจำแนกตามระบบ SITC รหัส 3 หลัก และแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามระดับความเข้มข้นของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ดังนี้
  - กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ
  - กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร
  - กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน
  - กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก
  - กลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ
  - กลุ่มสินค้านานยนต์
  - กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม
  - กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม
  - กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
2. ประเทศที่ทำศึกษาคือ ประเทศไทยและจีน และศึกษาเฉพาะตลาดโลกเท่านั้น
3. ระยะเวลาที่ทำการศึกษาดังตั้งปี พ.ศ. 2535 – 2550

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบความสามารถในการส่งออกสินค้าของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และผลกระทบของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศจีนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำผลการศึกษาค้นคว้าไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่การค้าของประเทศไทยในการแข่งขันกับประเทศจีนในการส่งออกสินค้าในตลาดโลกต่อไป

#### 1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ประเทศจีน (China) หมายถึง ประเทศจีนเท่านั้นไม่รวมฮ่องกง, มาเก๊า หรือไต้หวัน โดยจะใช้ชื่อย่อว่าประเทศจีน

ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) หมายถึง ยอดขายของสินค้าประเภทหนึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายทั้งหมดของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดใดตลาดหนึ่ง

อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออก (Export Growth) หมายถึง การขยายตัวของมูลค่าสินค้าส่งออก แสดงถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เพิ่มขึ้น

#### 1.6 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ กล่าวถึงที่มาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย และลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิจัย

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์ เป็นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

บทที่ 3 แบบจำลองและวิธีดำเนินการวิจัย กล่าวถึงข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนวิธีการดำเนินการวิจัยและวิธีการศึกษา

บทที่ 4 การส่งออกของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก กล่าวถึงลักษณะการผลิตทั่วไปของประเทศไทยและประเทศจีน การนำเข้าสินค้าจากตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน และการส่งออกสินค้าไปตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้า

บทที่ 5 ผลการศึกษา เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออก  
ของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และการวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออก  
ของประเทศจีนต่อการค้าของประเทศไทย

บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ กล่าวถึงสรุปผลการศึกษา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และ  
ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาค้างต่อไป



# ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการอธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัยได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแข่งขันกับการส่งออก ส่วนที่สองเป็นการกล่าวถึงวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนที่มีต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เนื้อหามุ่งเน้น

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

จากแนวคิดของอดัม สมิท ในทฤษฎีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage) อธิบายว่าการค้าระหว่างสองประเทศเกิดขึ้นได้จากการได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ (Absolute Advantage) นั่นคือ ถ้าสองประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว แต่ละประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่ได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ และนำเข้าสินค้าที่เสียเปรียบเชิงสมบูรณ์ โดยปัจจัยการผลิตที่สำคัญมีเพียงชนิดเดียว คือ แรงงาน ในกรณีนี้ปัจจัยการผลิตจึงเป็นหน่วยวัดต้นทุนการผลิต ดังนั้น ประเทศใดสามารถผลิตสินค้าโดยใช้แรงงานโดยเปรียบเทียบต่ำกว่าอีกประเทศหนึ่งหรือสามารถผลิตได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่าอีกประเทศหนึ่ง แสดงว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ในการผลิตสินค้านั้น และควรมุ่งผลิตสินค้านั้นเป็นสินค้าส่งออก ต่อมา เดวิด ริคาร์โด ได้ใช้แบบจำลองที่ง่ายและเห็นได้ชัดเจน ในการอธิบายถึงการที่ “การได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” (Comparative Advantage) ในการกำหนดการค้าระหว่างประเทศ โดยมีข้อสมมุติที่เหมือนกับข้อสมมุติของทฤษฎีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ของอดัม สมิท โดยถ้าประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์เหนืออีกประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าทุกๆ ชนิด เดวิด ริคาร์โด เห็นว่าประเทศทั้งสองก็สามารถได้รับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศได้ตราบเท่าที่การได้เปรียบเสียเปรียบในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากัน โดยแต่ละประเทศควรเลือกและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบมากที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบน้อยที่สุด ถ้าทุกประเทศกำหนดแบบแผนการค้าในลักษณะนี้แล้วทุกประเทศจะได้ผลได้จากการค้าระหว่างประเทศ ริคาร์โด ยังคงมีความเชื่อ



เช่นเดียวกับ ฮัดัม สมิท ในเรื่องนโยบายการค้าว่าควรเป็นนโยบายการค้าเสรี และการผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) จะทำให้ทรัพยากรของโลกถูกจัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำการผลิตสินค้าซึ่งในที่สุดจะทำให้สวัสดิการของโลกสูงสุด

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของริคาร์โดนั้น ทฤษฎีดังกล่าวมีข้อบกพร่องที่เห็นได้ชัดคือ การกำหนดให้ปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียวคือ แรงงาน จึงได้รับการปรับปรุงใหม่ให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากขึ้นในเวลาต่อมา โดย Heckscher-Ohlin นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก ได้เสนอแนวคิดที่ว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นจากความแตกต่างในปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ (factor endowments) หรือความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ โดยแต่ละประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกสินค้าชนิดที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่มากเป็นปัจจัยสำคัญของการผลิต และจะนำเข้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่น้อยเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ดังนั้น ประเทศใดมีทรัพยากรชนิดใดมากก็ควรใช้ทรัพยากรนั้นในการผลิตสินค้าส่งออก เช่น ถ้าประเทศใดมีทุนมาก ต้นทุนค่าตอบแทนทุนต่ำกว่าประเทศคู่ค้า ควรผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนเข้มข้นในการผลิต จึงจะช่วยให้การค้าระหว่างประเทศเกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ประเทศมากกว่าการผลิตโดยไม่พิจารณาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรของประเทศที่มีอยู่

หลังจากที่ทฤษฎีการค้าของ Heckscher-Ohlin เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางแล้ว ในทศวรรษ 1970 และ 1980 นักเศรษฐศาสตร์ได้เสนอทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ในการอธิบายความได้เปรียบระหว่างการค้าระหว่างประเทศว่าเกิดจากปัจจัยใดบ้าง (นอกเหนือจากการอธิบายของทฤษฎีก่อนหน้า) โดยนักเศรษฐศาสตร์คนสำคัญ Paul Samuelson และ Ronald Jones ได้ใช้แบบจำลองปัจจัยการผลิตเฉพาะ (The Specific factor Model) แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงสาเหตุสำคัญ 2 ประการที่ทำให้การค้าระหว่างประเทศมีผลอย่างมากต่อการกระจายรายได้ของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจ ประการแรก ได้แก่ การที่ทรัพยากรไม่สามารถเคลื่อนย้ายจากอุตสาหกรรมหนึ่งไปยังอุตสาหกรรมหนึ่งได้ทันทีทันใด ประการที่สอง อุตสาหกรรมแต่ละอย่างมีความต้องการปัจจัยการผลิตต่างชนิดกัน ดังนั้นเมื่อโครงสร้างการผลิตสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลให้เกิดความต้องปัจจัยการผลิตบางชนิดมากขึ้นในขณะที่ความต้องการปัจจัยบางชนิดกลับลดลง ดังนั้น แม้ประเทศโดยรวมได้รับผลประโยชน์จากการค้า แต่ก็มีคนบางกลุ่มเสียประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะสั้น ซึ่งยังไม่สามารถโยกย้ายทรัพยากรไปสู่อุตสาหกรรมที่ตลาดโลกต้องการได้ทันที ต่อมาในปี 1961 ไมเคิล พอสเนอร์ ได้เสนอสมมติฐานว่าด้วยความล่าช้าในการลอกเลียนแบบ ซึ่งต่อมา

พัฒนาการไปสู่ทฤษฎีวัฏจักรสินค้า (Product Cycle Theory) โดยได้ผ่อนคลายข้อสมมติของ Heckscher-Ohlin ที่ว่าเทคโนโลยีการผลิตของประเทศคู่ค้าเหมือนกันทุกประการ แต่กลับสมมติใหม่ ว่าประเทศต่างๆ มีระดับเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน โดยประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีต่ำกว่าต้องใช้เวลา ระยะเวลาหนึ่งในการเรียนรู้จากประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีสูงกว่า ดังนั้น ประเทศที่มีการพัฒนา อุตสาหกรรมของตนไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ๆ จะช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตในอนาคตได้ในระยะยาว โดย วงจรชีวิตของสินค้าจะสั้นลง แต่จะหมุนเวียนเปลี่ยนไปเร็วขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยี นั้นเอง

ทฤษฎีการค้าสมัยใหม่ได้ชี้ให้เห็นว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นสิ่งสร้างขึ้นมาได้ มิใช่ ต้องเป็นความได้เปรียบของความอุดมสมบูรณ์ของประเทศแต่เพียงอย่างเดียว โดยการประหยัดจาก ขนาด (Economies of scale) เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งการที่ประเทศหนึ่ง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) อาจเนื่องมาจาก ประเทศดังกล่าวสามารถเป็นผู้ผลิตสินค้าชนิดนั้นเป็นรายแรก จนทำให้มีการสะสมความรู้และความ ชำนาญในการผลิตมากกว่าผู้ผลิตอื่นๆ ดังนั้น จึงสามารถผลิตสินค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่าผู้ผลิตอื่นๆ

### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแข่งขันกับการ ส่งออก: แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) คือ แบบจำลองที่ใช้ วัดการขยายตัวของการส่งออกในแต่ละสินค้าที่ศึกษา แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงที่มาของการ เปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของการส่งออกของแต่ละสินค้าว่ามาจากการขยายตัวของตลาด หรือ ความสามารถในการแข่งขัน

แบบจำลอง CMS มีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนสมมติฐานทั่วไปว่า การส่งออกสินค้าชนิด ใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน คือ อุปสงค์และอุปทาน ซึ่งอุปสงค์ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับ ปัจจัยที่กำหนดทางด้านอุปสงค์ของประเทศนำเข้า และอุปทานส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่กำหนด ด้านอุปทานการส่งออก การส่งออกของประเทศหนึ่งอาจจะไม่สามารถขยายตัวได้รวดเร็วเท่ากับการ ขยายตัวของการส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องจาก

1. การส่งออกจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่ความต้องการมีอัตราการขยายตัวต่ำ
2. การส่งออกจะมุ่งเน้นไปยังตลาดที่ชบเซาหรือมีการขยายตัวต่ำ
3. ประเทศที่ส่งออกจะไม่สามารถหรือไม่อยากที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกจากประเทศอื่นได้

ดังนั้น แบบจำลอง CMS จะเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หรือเป็นการวัดการขยายตัวในการส่งออกว่าดีผลดีหรือไม่ ซึ่งผลจากการส่งออกดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า มีสาเหตุเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านอุปสงค์หรืออุปทานมากน้อยเพียงใด

โดยแบบจำลองมีหลักการวิเคราะห์โดยอาศัยการพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกหรือตลาดที่กำหนดไว้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริงกับขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวในตลาดหรือตลาดที่กำหนดคงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากการกระจายตลาด ทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลอง CMS อธิบายได้ดังนี้

ทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก กำหนดได้ดังนี้

$$S = q/Q \quad \dots (1)$$

โดยกำหนดให้

$S$  = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศที่พิจารณา

$q$  = การส่งออกทั้งหมดของประเทศที่พิจารณา

$Q$  = การส่งออกหรือการค้าของโลกทั้งหมด

จาก (1) สามารถแสดงได้ว่า

$$q = SQ$$

ซึ่งสามารถแสดง Total Differential เท่ากับ

$$dq = SdQ + QdS \quad \dots(2)$$

สมการ (2) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการคือ ประการแรกคือ (SdQ) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์โลก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในการส่งออกนี้มีค่าคงที่ เราอาจเรียกปัจจัยนี้ว่า ผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก (World Growth Effect) ส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก ส่วนประการที่สอง (QdS) เป็นการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกภายใต้เงื่อนไขที่ว่าความต้องการหรืออุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่เราากำลังพิจารณามีปริมาณหรือมูลค่าคงที่ เราเรียกผลนี้ว่า ผลทางด้านการแข่งขัน (Competitive or Share Effect) ส่วนใหญ่เนื่องจากสภาพการณ์ภายในประเทศของผู้ส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ที่กล่าวมาในข้างต้นเป็นแบบจำลอง CMS อย่างง่าย ซึ่งในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงต้องทำการเปรียบเทียบการส่งออกของ 2 ช่วงเวลาซึ่งเรียกว่าปีฐาน (Base Year: 0) และปีสุดท้าย (Final Year: 1) ในการคำนวณส่วนแบ่งตลาดส่งออกและการส่งออกทั้งหมดของโลก อาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีฐาน และใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีสุดท้าย ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$dq^1 = S^0dQ + Q^1dS \quad \dots(3)$$

หรืออาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีสุดท้ายและใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีฐาน ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$dq'' = S^1dQ + Q^0dS \quad \dots(4)$$

จาก  $S^1 = S^0 + dS$  นำมาแทนค่าในสมการที่ (4) จะได้

$$dq''' = (S^0dQ + dS)dQ + Q^0dS$$

หรืออาจเขียนได้เป็น

$$dq''' = S^0dQ + Q^0dS + dSdQ \quad \dots(5)$$



ดังนั้นทั้งการส่งออกทั้งหมดของโลกและโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดของประเทศส่งออกเป็นปีฐานทั้งคู่ และ dSdQ แสดงถึงการการส่งออกทั้งหมดของโลกในช่วงเวลาเดียวกัน เรียกว่า ผลกระทบร่วม (Interaction Effect) ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

การวิเคราะห์แบบชั้นเดียว (One Level Analysis) ของแบบจำลอง CMS ซึ่งจะแบ่งการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกและส่วนที่เหลือเป็นผลมาจากการแข่งขัน จากสมการเอกลักษณ์ (2) สามารถเขียนเป็น

$$\Delta q_i = S \Delta Q_i + Q \Delta S_i \quad \dots(6)$$

โดยกำหนดให้

$i$	=	ประเทศผู้ส่งออก
$\Delta$	=	การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่อยู่หลังเครื่องหมายนี้
$q_i$	=	การส่งออกของประเทศ $i$
$Q_i$	=	การส่งออกของโลก
$S_i$	=	ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ $i$

อาจกล่าวได้ว่าการส่งออกที่แท้จริงประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นถ้าสนใจเฉพาะสินค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สมมติว่าเป็นสินค้า  $k$  จะสามารถเขียนเป็นสมการเอกลักษณ์ได้เป็น

$$\Delta q_{ik} = S_{ik} \Delta Q_{ik} + Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad \dots(7)$$

โดยกำหนดให้  $k$  = ชนิดสินค้า

ซึ่งสามารถหาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ โดยใช้เครื่องหมาย summation ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงเป็นสมการเอกลักษณ์ CMS ของการส่งออกรวมของประเทศ  $i$  เช่นเดียวกับที่แสดงไว้ในสมการเอกลักษณ์ (6) ดังนี้

$$\sum \Delta q_{ik} = \Delta q_i = \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$$

และสามารถขยายได้

$$\Delta q_i = S_i \Delta Q_i + \left( \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i \right) + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad \dots(8)$$

สมการสัญลักษณ์ (8) เรียกว่าการวิเคราะห์แบบสองชั้น(two level analysis) ของแบบจำลอง CMS โดยการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  เป็นผลมาจากสามส่วนคือ เทอมแรก ( $S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก เทอมที่สองซึ่งเป็นเทอมใหม่ ( $\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของประเทศ  $i$  ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ว่าการส่งออกสินค้ามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากน้อยเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลกเป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบถ้าสินค้าส่วนใหญ่ที่ประเทศ  $i$  ส่งออกมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก ส่วนเทอมที่สาม ( $\sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$ ) เป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขัน

สมการสัญลักษณ์ (8) เรียกว่าการวิเคราะห์แบบสองชั้น(two level analysis) ของแบบจำลอง CMS โดยการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  เป็นผลมาจากสามส่วนคือ เทอมแรก ( $S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก เทอมที่สองซึ่งเป็นเทอมใหม่ ( $\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของประเทศ  $i$  ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ว่าการส่งออกสินค้ามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากน้อยเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลกเป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบถ้าสินค้าส่วนใหญ่ที่ประเทศ  $i$  ส่งออกมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก ส่วนเทอมที่สาม ( $\sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$ ) เป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขัน

นอกจากนี้การส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ที่มีอัตราการขยายตัวต่างกัน ดังนั้นการมุ่งเน้นการส่งออกไปยังประเทศหรือตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงหรือต่ำ ย่อมมีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ที่กำลังพิจารณา ด้วยเหตุนี้ จึงควรรวมเอาปัจจัยด้านการกระจายตลาดเข้ามาพิจารณาด้วยในสมการ CMS โดยขยายสมการ (6) ซึ่งจะพิจารณาทั้งกรณีสินค้า ( $k$ ) และตลาด ( $j$ ) และสามารถเขียนเป็นสมการเอกลักษณ์ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ijk} = S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad \dots(9)$$

จากสมการ (9) สามารถแสดงผลรวมหรือการส่งออกรวมที่เพิ่มขึ้นของประเทศ  $i$  ได้เป็น

$$\begin{aligned} \Delta q_{ijk} &= \sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + \sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \\ &= S_i \Delta Q_i + \left( \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i \right) \\ &\quad + \left( \sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} \right) + \sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad \dots(10) \end{aligned}$$

การวิเคราะห์แบบสามชั้น (Three Level Analysis) ตามสมการเอกลักษณ์ (10) ซึ่งต่างจากผล การวิเคราะห์แบบสองชั้นในสมการเอกลักษณ์ (8) นั่นคือ ในการวิเคราะห์แบบนี้มีเทอมใหม่คือ ผลจาก การกระจายตลาด  $\left( \sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} \right)$  ซึ่งอาจจะอธิบายได้เช่นเดียวกับผลจาก ส่วนประกอบของสินค้าส่งออกคือ จะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าของตนส่วนใหญ่ ไปยัง ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงและจะเป็นลบ ถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

สำหรับการวิเคราะห์แบบสี่ชั้น (Four Level Analysis) โดยใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออก และการส่งออกในปีฐาน ในแบบจำลอง CMS และเพิ่มปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอีกหนึ่งปัจจัยคือ ผลกระทบร่วมหรือผลจากการปรับการส่งออกหรือมิติทิศทาง ซึ่งสมการเอกลักษณ์ของแบบจำลอง CMS ที่จะแสดงผลการอธิบายของการขยายตัวของการส่งออกของประเทศที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากปัจจัย ต่างๆ ตามสมการเอกลักษณ์ ดังนี้

$$\begin{aligned} \Delta q_i &= S^0 \Delta Q_i + \left( \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i \right) \\ &\quad + \left( \sum_j \sum_k S_{ijk}^0 \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} \right) \end{aligned}$$

$$+ \sum_j \sum_k Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk} + \sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad \dots(11)$$

สมการเอกลักษณ์ (11) แสดงถึง การส่งออกของประเทศ  $i$  ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น

1. ผลจากการขยายตัวทางการค้ารวมโดยทั่วไปของโลก (General World Trade Expansion) คือ  $(S^0 \Delta Q_i)$  ความต้องการของโลกเพิ่มสูงขึ้น แสดงว่าส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากโลกมีความต้องการสินค้าส่งออกต่างๆ เพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการตลาดของโลกยังคงที่อยู่

2. ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (Commodity Compositional Effect) คือ  $(\sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i)$  ซึ่งชี้ให้เห็นการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ว่าการส่งออกสินค้ามีอัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากขึ้นเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกของโลกเป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบ ถ้าสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่ของประเทศ  $i$  มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก

3. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) คือ  $(\sum_j \sum_k S_{ijk}^0 \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik})$  ผลนี้จะมีค่าเป็นบวกถ้าประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ของตนไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และจะเป็นลบถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

4. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness or Share Effect) คือ  $(\sum_j \sum_k Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk})$  ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริงกับการขยายตัวที่อาจเกิดขึ้น ถ้าประเทศ  $i$  ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละตลาดไว้ได้

5. ผลกระทบร่วม (Interaction Effect) คือ  $(\sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk})$  เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่า ถ้าประเทศ  $i$  ขยายการส่งออกในตลาดที่ถูกต้อง



หรือไม่ ผลนี้จะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ  $i$  เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว และจะมีค่าเป็นลบ ถ้าประเทศ  $i$  เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

แบบจำลองที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ มีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก
2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาในตลาดใดตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ トラบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่ง เป็นผลเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานภายในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว
3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (Infinite) นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ
4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่างๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ผู้บริโภค
5. ไม่มีการร่วมมือระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

## 2.2 วรรณกรรมปริทัศน์

ลักษณะของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนที่มีต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

## 2.2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนที่มีต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ

ในการศึกษาความสัมพันธ์ทางการค้าของประเทศออสเตรเลีย ประเทศแคนาดา และประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อต้องการทราบความสัมพันธ์ทางการค้าว่าเป็นกรณีคู่แข่งชั้นหรือคู่ค้าในการส่งออกสินค้าหลักของทั้ง 3 ประเทศ โดย McCalla, A., Schmitz A. and Storey, G. (1979) ได้ใช้วิธีการชี้วัดความสัมพันธ์ทางการค้าโดยพิจารณาส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ในการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดในตลาดโลก โดยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกข้าวสาลี พบว่า เมื่อตลาดโลกมีความต้องการข้าวสาลีเพิ่มขึ้นแล้วส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกข้าวสาลีในตลาดโลกของประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของข้าวสาลีของประเทศออสเตรเลีย ประเทศแคนาดามีจำนวนที่ลดลงค่อนข้างมาก ดังนั้น McCalla, A., Schmitz A. and Storey, G. จึงได้สรุปผลการศึกษาว่า ส่วนแบ่งตลาดของข้าวสาลีที่เพิ่มสูงขึ้นของประเทศสหรัฐอเมริกาส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดของข้าวสาลีของประเทศออสเตรเลียและประเทศแคนาดา จากผลกระทบดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ชี้ว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาคู่แข่งกับประเทศออสเตรเลียและประเทศแคนาดาในการส่งออกข้าวสาลีไปยังตลาดโลก

ในการศึกษาของ Ahearne, A., Fernald, J., Loungani, P. and Schindler, J. (2003) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ การเพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้าส่งออกของประเทศจีนอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว นั้น ได้ส่งผลกระทบทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชียลดลงด้วยหรือไม่ โดยผลการศึกษาจากการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศในกลุ่ม Asian พบว่า การเจริญเติบโตของรายได้ประเทศคู่ค้ามีความสำคัญมากในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความสำคัญค่อนข้างน้อย ดังนั้น เมื่อเกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินของประเทศในกลุ่ม Asian ระหว่างช่วงปี ค.ศ. 1997-1998 แต่ประเทศจีนยังคงมีการเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าค่อนข้างสูง เนื่องจากประเทศที่เป็นคู่ค้า คือ ประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรปไม่ได้รับผลกระทบกับปัญหาดังกล่าว จึงไม่ได้รับผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของรายได้ของคนในประเทศ นอกจากนี้ Ahearne, A., Fernald, J., Loungani, P. and Schindler, J. ยังได้ทำการศึกษาการแข่งขันของประเทศจีนกับประเทศในกลุ่ม Asian ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา โดยช่วงเวลาในการศึกษาคือ ปี ค.ศ. 1989-2002 พบว่า ส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ของประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ในขณะที่กลุ่มประเทศ ASEAN-4 (ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศไทย) มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่กลุ่มประเทศ NIEs (ประเทศเกาหลี ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน และฮ่องกง) กลับมีส่วนแบ่งตลาดที่

ลดลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ ASEAN-4 เป็นคู่แข่งที่สำคัญของกลุ่มประเทศ NIEs ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา จากการศึกษาความสัมพันธ์ทางการค้าของประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ Emerging Asia (กลุ่มประเทศ ASEAN-4 และ กลุ่มประเทศ NIEs) Fernald, J. and Loungani, P. (2004) พบว่า การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าของประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ Emerging Asia มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ในสินค้าอุตสาหกรรมหลักเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่กลุ่มประเทศ ASEAN-4 มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย แต่กลุ่มประเทศ NIEs กลับมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการส่งออกของประเทศจีนที่เพิ่มขึ้นจึงเป็นผลของการแทนที่ส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มประเทศ Emerging Asia โดยเฉพาะ กลุ่มประเทศ NIEs ในตลาดส่งออกของประเทศสหรัฐอเมริกา จึงสรุปว่าความสัมพันธ์ทางการค้าของประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ Emerging Asia เป็นคู่แข่งกันในการค้าระหว่างประเทศ แต่อีกส่วนหนึ่งของการศึกษาบ่งบอกว่าความสัมพันธ์ทางการค้าของประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ Emerging Asia เป็นคู่ค้ากัน เนื่องจากเหตุผล 2 ประการ คือ (1) ประเทศจีนเป็นผู้นำเข้าหลักที่สำคัญของกลุ่มประเทศ Emerging Asia (2) ประเทศในภูมิภาคเอเชียได้กำลังพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศพัฒนาแล้วต่อไป

ภายหลังจากงานวิจัยของ Ahearn, A., Fernald, J., Loungani, P. and Schindler, J. ในปี ค.ศ. 2003 พวกเขาได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในปี ค.ศ. 2006 โดยทำการศึกษาเรื่องผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนที่มีต่อประเทศอื่นๆในกลุ่มประเทศ Asian โดยงานวิจัยนี้ได้มีการนำกลุ่มประเทศ South Asia (ประเทศบังกลาเทศ ประเทศอินเดีย ประเทศปากีสถาน) มาศึกษาเพิ่มขึ้นจากงานวิจัยในปี ค.ศ. 2003 และได้เพิ่มช่วงเวลาในการศึกษาจนถึงปี ค.ศ. 2005 โดยยังคงทำการศึกษาการแข่งขันของประเทศจีนกับประเทศในกลุ่ม Asian ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ของกลุ่มประเทศ South Asia แล้วพบว่ามีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มประเทศ South Asia มีการเปลี่ยนแปลงที่น้อยมากระหว่าง ปี ค.ศ. 1989-2005 ดังนั้นการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดที่รวดเร็วของประเทศจีนในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา จึงส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกของกลุ่มประเทศ South Asia ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มประเทศ ASEAN-4 มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย แต่กลุ่มประเทศ NIEs นั้นมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้นประเทศจีนกับกลุ่มประเทศ ASEAN-4 จึงมีรูปแบบความสัมพันธ์ทางการค้าแบบ “Flying Geese pattern” โดยเข้าไปแทนที่ส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มประเทศ NIEs นอกจากนี้ยังได้พิจารณาการส่งออก



ของกลุ่มประเทศ ASEAN-4 และกลุ่มประเทศ NIEs ในตลาดของประเทศจีน พบว่าทั้งสองกลุ่มประเทศมีสัดส่วนตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากตลาดของประเทศจีนเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงมาก และได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นๆ โดยกลุ่มประเทศ NIEs มีมูลค่าค่อนข้างสูงในการส่งออกสินค้าชั้นกลาง เพื่อให้ประเทศจีนนำไปผลิตเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย ดังนั้น หากกลุ่มประเทศ ASEAN-4 และกลุ่มประเทศ NIEs มีการพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าให้สูงขึ้น ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวเมื่อประเทศจีนมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

ในงานของ Venables, T. and L. Yueh, T. (2006) ได้ศึกษาผลกระทบของประเทศจีนที่มีต่อแรงงาน อุตสาหกรรม และประเทศอื่นๆ โดยพบว่าประเทศจีนมี อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่แท้จริง (Real GDP Growth) โดยเฉลี่ยในช่วงปี ค.ศ. 1980-2007 ถึงร้อยละ 9.4 ในปี ค.ศ. 2007 ประเทศจีนจึงได้เป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลกระทบในด้านการค้าระหว่างประเทศพบว่า (1) การเจริญเติบโตของประเทศจีนได้ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานของสินค้า บริการและสินทรัพย์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคาในประเทศต่างๆ ทั่วโลกเช่นกัน (2) ประเทศที่ทำการส่งออกสินค้าในที่มีลักษณะใกล้เคียงและสามารถทดแทนได้เป็นอย่างดีกับสินค้าของประเทศจีน จะเสียผลประโยชน์ในการทำการค้าระหว่างประเทศ แต่ประเทศที่นำเข้าสินค้าจากประเทศจีนจะได้รับประโยชน์ เนื่องจากได้นำเข้าสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่าอุปทานรายอื่นในตลาดโลก (3) แรงงานไร้ทักษะ (Unskill worker) ของประเทศอื่นๆ จะเสียประโยชน์เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานไร้ทักษะหุดตัว แต่แรงงานมีทักษะ (skill worker) ได้รับประโยชน์จากการเจริญเติบโตของประเทศจีน (4) อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก เช่น เสื้อผ้าและสิ่งทอนั้นเสียผลประโยชน์จากการที่ต้องแข่งขันกับประเทศจีน ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศอื่นๆ

ในการศึกษาของ Haltmaier, J. et al. (2007) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของประเทศจีนที่มีต่อการค้าระหว่างประเทศของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย โดยตัวแปรสำคัญที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าของประเทศต่างๆ ในการวิเคราะห์รูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน ( Multiple Linear Regression ) คือ ส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดโลกของประเทศจีน จากผลการศึกษา พบว่าประเทศที่เป็นประเทศคู่ค้ากับประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าในตลาดโลกของประเทศจีนกับการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศตนเองไปยังตลาดโลกอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ประเทศที่เป็นประเทศคู่แข่งกับ



ประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าในตลาดโลกของประเทศจีนกับการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศตนเองไปยังตลาดโลกอย่างมีนัยสำคัญ พบว่า ประเทศจีนเป็นคู่แข่งในการส่งออกสินค้าโดยรวมของประเทศญี่ปุ่น โดยเมื่อประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของประเทศญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 0.16 อย่างมีนัยสำคัญ

จากการศึกษาของ Lee, C. and Plummer, M. (2004) พบว่ามูลค่าการส่งออกของประเทศเกาหลีได้ไปยังประเทศจีน มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นในปี ค.ศ. 2001 เมื่อเปรียบเทียบกับปี ค.ศ. 1989 โดยมูลค่าการส่งออกของประเทศจีนไปยังประเทศเกาหลีได้ ก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าค่อนข้างมาก ดังนั้น การเจริญเติบโตของประเทศจีนจึงมีผลกระทบทางบวกต่อส่งออกของประเทศเกาหลีได้ แต่เมื่อพิจารณาตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าการเจริญเติบโตของประเทศจีนส่งผลกระทบต่อประเทศเกาหลีได้ เนื่องจากประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวเพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ประเทศเกาหลีได้มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง ซึ่งเป็นความคิดที่สอดคล้องกับ Song (2000, อ้างถึงใน Lee, C. and Plummer, M., 2004) ที่พบว่าประเทศจีนได้เริ่มเป็นผู้ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมการผลิตตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษ 1970 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชีย 2 ประการคือ (1) ประเทศจีนเป็นผู้นำเข้าที่มีความสำคัญต่อประเทศในเอเชีย (2) ประเทศจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกสินค้าไปตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป โดยจากผลการศึกษา พบว่า ประเทศจีนมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labour-Intensive Goods) เนื่องจากมีจำนวนแรงงานมากและค่าจ้างมีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ซึ่งในขณะเดียวกันประเทศจีนยังคงมีแนวโน้มความได้เปรียบในสินค้าที่ใช้ทุนและเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในสินค้าประเภทอื่นด้วย โดยส่วนของสินค้าที่ใช้ทุนเข้มข้น (Capital-Intensive Goods) นั้น ประเทศเกาหลีได้ได้รับผลกระทบจากการส่งออกน้อยกว่าสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น โดยเมื่อทำการศึกษาประเทศไทยพบว่าประเทศไทยมีปัจจัยการผลิตและระดับของการพัฒนาเทคโนโลยีที่คล้ายคลึงกับประเทศจีนมากกว่าประเทศเกาหลีได้ ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศจีนลดลงโดยพิจารณามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดสหภาพยุโรป เป็นต้น ซึ่งมีแนวโน้มลดลง ซึ่งการเพิ่มผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศของไทยในระยะยาว สามารถทำได้โดยมีการพัฒนาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าทุกประเภท

Den, J., Fung, K.C. and Wang, Z. (2007) ศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ประเทศจีนมีการเจริญเติบโตอย่างสูงมากภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยมีความคิดที่สอดคล้องกับ Li (2003, อ้างถึงใน Den, J., Fung, K.C. and Wang, Z., 2007 ) โดยพบว่า ผลกระทบจากการผลิตชิ้นส่วนในการค้าระหว่างประเทศของประเทศจีน ซึ่งมีการผลิตชิ้นส่วนประกอบในหลายประเทศแล้วนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วกว่าการค้าแบบดั้งเดิม โดยในท้ายที่สุดแล้ว แต่ละประเทศจะได้รับประโยชน์จากการมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตชิ้นส่วนชนิดที่ประเทศตนเองมีความถนัด โดย Den, J., Fung, K.C. and Wang, Z. ได้ทำการศึกษาคำคัญของชิ้นส่วนและส่วนประกอบในการทำการค้าของเอเชียตะวันออกและทั่วโลก โดยพบว่า (1) ประเทศจีนมีความชำนาญเฉพาะของ Vertical Specialization เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (2) การส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบไปยังทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่เดียวกันได้มีการนำเข้าชิ้นส่วนและส่วนประกอบจากประเทศในเอเชียมากที่สุดถึงร้อยละ 58 เช่น ประเทศญี่ปุ่น ได้หัวหน้าเกาหลีใต้ เป็นต้น ซึ่งเป็นหลักฐานที่แสดงว่า ประเทศในเอเชียเป็นอุปทานของการส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบไปยังประเทศจีนได้เป็นอย่างดี

Athukolala, P. and Yamashita, N. (2006) ได้ทำการศึกษาคำคัญเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนประกอบ โดยเน้นการค้าระหว่างประเทศของประเทศใน East Asia เป็นหลัก พบว่า การส่งออกและนำเข้าของประเทศใน East Asia เองนั้น มีการเจริญเติบโตที่สูงกว่าการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป โดยการผลิตชิ้นส่วนประกอบนั้น มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของประเทศใน East Asia แบบพลวัต ซึ่งมีการเพิ่มการพึ่งพาของ Intra-Regional Trade มากขึ้น โดยสัดส่วนของ Intra-Regional Trade ของ East Asia เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.1 ในปี ค.ศ. 1992 เป็นร้อยละ 53.2 ในปี ค.ศ. 2003 และสัดส่วนของชิ้นส่วนและส่วนประกอบของ Machinery and Transport Equipment มีถึงร้อยละกว่า 90 ของสัดส่วนการนำเข้าและส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบภูมิภาค East Asia โดยเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการนำเข้าและส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบแล้วพบว่า แม้จะมีมูลค่าการส่งออกที่สูงมาก แต่มูลค่าการนำเข้ากลับยังคงสูงกว่าการส่งออก ดังนั้น ประเทศญี่ปุ่นจึงได้ขยายการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบเพื่อรองรับอุปสงค์ส่วนเกินดังกล่าว Athukolala, P. and Yamashita, N. ได้ทำการศึกษามูลค่าการค้าชิ้นส่วนและส่วนประกอบของประเทศต่างๆ โดยใช้ Gravity Model พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการค้ามากที่สุด คือ รายได้ของประเทศคู่ค้า โดยเมื่อพิจารณาจาก GDP ของแต่ละประเทศแล้วสรุปได้ว่า ชิ้นส่วนและส่วนประกอบเป็นสินค้าที่กระตุ้นให้ภูมิภาค East Asia มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

Lall, S. (2000) ได้แบ่งประเภทสินค้าตามระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อทำการศึกษาลักษณะรูปแบบของการส่งออก ในช่วง ปี ค.ศ. 1985-1998 ในการเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของสินค้าส่งออกของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนากับกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว พบว่า สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีค่อนข้างต่ำในการผลิตมีการเจริญเติบโตที่ช้า โดยสัดส่วนตลาดได้เพิ่มสูงขึ้นมากในสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงของประเทศใน กลุ่ม East Asia อีกทั้งค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ได้เพิ่มขึ้นจาก 0.848 ในปี ค.ศ.1985 เป็น 1.524 ในปี ค.ศ. 1998 ซึ่งเป็นค่าดัชนีที่ชี้วัดถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลก จึงเป็นสาเหตุที่กระตุ้นการลงทุนจากประเทศต่าง จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ประเทศในภูมิภาคนี้มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

จากการศึกษาของ Wiboonchutikula, P. (2009) พบว่า แรงกดดันจากการแข่งขันระหว่างประเทศที่มีต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมของประเทศไทยมาจากการแข่งขันกับประเทศที่มีค่าจ้างต่ำและประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีระดับสูง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศส่วนใหญ่สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำ โดยจากงานวิจัยของ Lall (2004, อ้างถึงใน Wiboonchutikula, P. 2009) พบว่า ในช่วงปี 1900-2000 ประเทศไทยได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนโดยสิ้นเชิงสำหรับสินค้าที่ใช้แรงงานมาก อย่างไรก็ตาม ประเทศจีนได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกอย่างรวดเร็วจากประเทศที่มีโครงสร้างการส่งออกที่เน้นการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากมาเป็นการขยายการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตระดับปานกลางและสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตระดับสูง ดังนั้นประเทศไทยจึงสูญเสียความสามารถในการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานมากให้แก่ประเทศจีน อีกทั้งประเทศจีนกำลังพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตระดับปานกลางและสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตระดับสูงให้มีความสามารถในการแข่งขันที่ทัดเทียมและเหนือกว่าประเทศไทยในระยะเวลาอันใกล้ นอกจากนี้ Wiboonchutikula, P. (2009) จึงได้เสนอนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ภาครัฐควรตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะของแรงงานและส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตเข้มข้น ซึ่งกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีปัจจัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น ทุน แรงงานที่มีทักษะ เทคโนโลยีระดับสูงในการผลิต เป็นต้น โดยการพัฒนปัจจัยการผลิตให้มีประสิทธิภาพข้างต้นสามารถทำได้สองวิธี คือ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและลงทุนพัฒนาของภาครัฐของประเทศไทย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรประเมินนโยบายหรือมาตรการต่างๆของภาครัฐให้มีความสอดคล้องกับข้อตกลงและสิทธิต่างๆ ขององค์การค้าโลก (WTO) เพื่อให้เกิด



ประโยชน์สูงสุดในการส่งออก ดังนั้น บทบาทที่สำคัญของภาครัฐในการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศไทยในปัจจุบันคือ การตระหนักถึงความสำคัญและมีนโยบายที่จริงจังในการพัฒนาทุนมนุษย์ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และพัฒนาเทคโนโลยีให้อยู่ในระดับสูง ซึ่งจะส่งผลทำให้มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทย

## 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

งานวิจัยของ Weiss, J. and Shanwen, G. (2003) ได้ทำการศึกษาถึงการส่งออกของประเทศจีนในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น ว่าเป็นอุปสรรคต่อผู้ส่งออกในเอเชียหรือไม่ โดยได้นำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกกับประเทศจีนได้อย่างชัดเจน ซึ่งได้นำสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศในกลุ่มเอเชียจำนวน 5 ชนิดในการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่นมาทำการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาอยู่ระหว่างปี ค.ศ. 1995-2005 จากผลของการศึกษาพบว่า สินค้าส่งออกหลักทั้ง 5 ชนิดของประเทศในกลุ่มเอเชียสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้ประเทศจีนทั้งหมด แต่เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันทั้งหมดแล้วพบว่า สินค้าส่งออกบางชนิดมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ทำให้สามารถนำมาชดเชยความสามารถในการแข่งขันกับประเทศจีนที่ลดลงได้ จึงทำให้ความสามารถในการแข่งขันทั้งหมดมีค่าสูงขึ้น ส่วนในตลาดญี่ปุ่นพบว่า สินค้าส่งออกหลักทั้งหมดสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศจีน อีกทั้งความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ มีค่าไม่มากพอที่จะชดเชยกับความสามารถในการแข่งขันกับประเทศจีนที่ลดลงได้ จึงทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันของสินค้าหลักทุกชนิดในตลาดญี่ปุ่น

ชัยยันต์ กิตติวิศิษฎ์ (2546) ได้ทำการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น โดยทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าไอทีด้วยค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่า สินค้าไอทีของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาด แต่ค่า RCA มีแนวโน้มที่ลดลง ขณะที่จีนมีความได้เปรียบในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป โดยค่า RCA มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้งสามตลาด นอกจากนี้ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของไทยเป็นการอาศัย



การเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกเป็นสำคัญ โดยมีความสามารถในการแข่งขันลดลง ในขณะที่การส่งออกของจีนเป็นการอาศัยความสามารถในการแข่งขันเป็นสำคัญ

พจมา แดงสี (2549) ได้ทำการศึกษาวเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคองที่ของการส่งออกผ้าทอไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่ออธิบายสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกผ้าทอไหมของไทยไปยังประเทศคู่ค้า และเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผ้าทอไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคองที่สำหรับผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผ้าทอไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคองที่พบว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผ้าทอไหมของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายประเทศญี่ปุ่นลดลงนั้น เป็นผลจากอัตราการขยายตัวของโลกมีค่าลดลงและเป็นผลจากการส่งออกที่ผิดทิศทาง แสดงว่าไทยสนับสนุนให้มีการส่งออกผ้าทอไหมไปในตลาดที่มีแนวโน้มของอัตราการขยายตัวลดลง ส่วนผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่าไทยยังมีศักยภาพในการแข่งขันซึ่งอาจจะเป็นความได้เปรียบในเรื่องคุณภาพ ลักษณะ และรูปแบบของสินค้าที่เป็นจุดเด่นมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการส่งออกผ้าทอไหมของไทยคือ ราคาวัตถุดิบมีราคาสูง เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ต้องเสียภาษีทำให้ผู้ผลิตต้องรับซื้อเส้นไหมในราคาสูง จึงทำให้ต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรเร่งทบทวนการกำหนดอัตราภาษีและนโยบายควบคุมการนำเข้าเส้นไหมและมาตรการการกำหนดสัดส่วนการนำเข้าเส้นไหมต่อการบังคับซื้อเส้นไหมภายในประเทศให้เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไหมในการผลิตเพื่อส่งออก

ศักดิ์สุริยา ไตรยราช (2549) ได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งตลาดคองที่ของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทยไปประเทศในอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการส่งออกและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทยไปประเทศในอาเซียนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทยไปประเทศในอาเซียนจากการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศในอาเซียนจากไทยที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญที่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้น แต่อัตราการขยายตัวของนำเข้าของสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรมีการคำนึงถึงความสามารถในการปรับตัวในการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะช่วยพัฒนาความสามารถในการส่งออกให้เพิ่มขึ้น กล่าวคือ ควรมุ่งเน้นการขยายการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนที่

ศึกษาที่มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาตลาดอื่นที่มีแนวโน้มขยายตัวของการนำเข้าเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทย โดยการเพิ่มความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ควรมีการพัฒนาการส่งออกสินค้าโดยเน้นเพิ่มผลิตเพื่อการส่งออก และคุณภาพของสินค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าส่งออกของไทยให้มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การพัฒนาการส่งออกสินค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ



ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### แบบจำลองและวิธีดำเนินการวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงวิธีการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบบจำลองและวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย รายละเอียดมีดังนี้

#### 3.1 วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้จะนำข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) มาวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยสามารถแบ่งการศึกษาได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนโดยใช้วิธีส่วนแบ่งตลาดคงที่ ส่วนที่สองศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้วิธี Panel data analysis

#### 3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยสินค้าจำแนกตามระบบ SITC (Standard International Trade Classification) รหัส 3 หลัก และแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามระดับความเข้มข้นของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ (1) สินค้าปฐมภูมิ (2) สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (3) กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน (4) สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก: สิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า (5) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ (6) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : ยานยนต์ (7) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน (8) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง: ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม (9) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง: ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (รายละเอียดในภาคผนวก ก) โดยระยะเวลาศึกษาอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2533-2550 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วน กล่าวคือ

ส่วนแรกศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนโดยใช้วิธีส่วนแบ่งตลาดคงที่ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

- มูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยส่งออกไปตลาดโลก
- มูลค่าการนำเข้ากลุ่มสินค้าของตลาดโลก
- ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยในตลาดโลก
- ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศจีนในตลาดโลก

ส่วนที่สองศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้วิธี Panel data analysis ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

- การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยไปตลาดโลก
- มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา
- ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าของประเทศจีนในตลาดโลก
- การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก

### 3.3 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ถึง พ.ศ. 2550 โดยทำการเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลของ United Nations' Comtrade database ธนาคารแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเว็บไซต์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ

### 3.4 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนนั้น ได้อิงวิธีการศึกษาของ David Roland Holst and John Weiss (2004) โดยแนวคิดหลักคือ การเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในการส่งออกสินค้าของประเทศไทยกับประเทศจีน ซึ่งวิธีการศึกษานั้นได้ประยุกต์มาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ของ Richardson (1971) การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาย่อย ได้แก่ ช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2535-2540 ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจและระยะแรกของการฟื้นตัวในปี พ.ศ.



2540-2545 และช่วงภายหลังการฟื้นตัวจากวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2545-2550 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

การขยายตัวของการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยในตลาดโลก ประกอบด้วย ปัจจัย 2 ประการคือ (1) การส่งออกที่เพิ่มขึ้นมาจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยมีค่าคงที่ (2) การส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงการส่งออกทั้งหมดของกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยในตลาดโลก สามารถอธิบายได้ดังสมการที่ (1)

$$\Delta X_{it} = \Delta X_{it}^1 + \Delta X_{it}^2 \quad \dots(1)$$

โดยกำหนดให้

$X_{it}$	=	มูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้า $i$ ของประเทศไทยส่งออกไปตลาดโลก
$\Delta$	=	การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่อยู่หลังเครื่องหมายนี้
$i$	=	กลุ่มสินค้า โดย $i = 1, 2, 3, \dots, 9$
$t$	=	ประเทศไทย

สมการ (1) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลก ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการ โดยประการแรกคือ ( $\Delta X_{it}^1$ ) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์กลุ่มสินค้า  $i$  ในตลาดโลก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  มีค่าคงที่ เราอาจเรียกปัจจัยนี้ว่า ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาด (World Growth Effect) ดังนั้น ประเทศผู้ส่งออกจึงไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากกำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของตลาดเป็นตัวแปรภายนอก โดยสามารถแสดงได้ดังสมการ (2)

$$\Delta X_{it}^1 = \Delta Q_i S_{it} \quad \dots(2)$$

โดยกำหนดให้

$\Delta X_{it}^1$  = การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยส่งออกไปตลาดโลก เมื่อกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดสินค้าส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยมีค่าคงที่

$$\begin{aligned}\Delta Q_i &= \text{การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าของกลุ่มสินค้า } i \text{ ในตลาดโลก} \\ S_{it} &= \text{ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกลุ่มสินค้า } i \text{ ของประเทศไทยในปีฐาน}\end{aligned}$$

ส่วนปัจจัยประการที่สอง ( $\Delta X_{it}^2$ ) ดังสมการ (3) หรือสามารถแสดงในรูปสมการเอกลักษณ์ได้เป็น  $\Delta X_{it}^2 = Q_i \cdot \Delta S_{it}$  อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลก โดยประเทศจีนเป็นประเทศผู้ส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ไปตลาดโลกเช่นกัน ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าความต้องการหรืออุปสงค์รวมของกลุ่มสินค้า  $i$  ในตลาดโลกคงที่ เราเรียกผลนี้ว่า ผลทางด้านการแข่งขัน (Competitiveness effect)

$$\Delta X_{it}^2 = S_{it} \cdot Q_i^* (\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic}) + \Delta S_{ic} / S_{ic} \cdot S_{it} \cdot Q_i \quad \dots(3)$$

โดยกำหนดให้

$\Delta X_{it}^2$  = การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลก เมื่อกำหนดให้อุปสงค์รวมของกลุ่มสินค้า  $i$  ในตลาดโลกคงที่

$\Delta$  = การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่อยู่หลังเครื่องหมายนี้

$S_{it}$  = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยในปีฐาน

$S_{ic}$  = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศจีนในปีฐาน

$Q_i$  = มูลค่าการนำเข้ากลุ่มสินค้า  $i$  ในปีฐานของตลาดโลก

$Q_i^*$  = มูลค่าการนำเข้ากลุ่มสินค้า  $i$  ในปีสุดท้ายของตลาดโลก

$i$  = กลุ่มสินค้า โดย  $i = 1, 2, 3, \dots, 9$

$t$  = ประเทศไทย

$c$  = ประเทศจีน

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้าในตลาดโลก ดังนั้น สมการ (3) จึงแสดงการขยายตัวของการส่งออกของไทย ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ดังนี้

1) การส่งออกของไทยขยายตัวจากการที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยโดยเฉพาะเพิ่มขึ้นในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนลดลง (The change in Thailand's market share relative to China) :  $S_{it} \cdot Q_i^* (\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic})$  ในกรณีทั่วไป หากเทอมแรกของสมการ (3) มีค่าเป็นบวก ( $\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic} > 0$ ) แสดงว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ในตลาดโลก หากมีค่าเป็นลบ ( $\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic} < 0$ ) แสดงว่า ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  เนื่องจากสูญเสียส่วนแบ่งตลาด (Market Share) บางส่วนให้กับประเทศจีน

2) การส่งออกของไทยขยายตัวจากการที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนเพิ่มขึ้นในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของทุกประเทศที่เหลือลดลง (The change in China's market share relative to the rest of the world (including t)) :  $\Delta S_{ic} / S_{ic} \cdot S_{it} \cdot Q_i$  เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยอาจจะมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยส่วนเทอมนี้ของสมการ (3) แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในกรณีทั่วไป ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นบวก ( $\Delta S_{ic} / S_{ic} > 0$ ) แสดงว่า ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นลบ ( $\Delta S_{ic} / S_{ic} < 0$ ) แสดงว่า ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เนื่องจากสูญเสียส่วนแบ่งตลาดส่งออกบางส่วนให้กับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ

ผลรวมของเทอมแรก ( $S_{it} \cdot Q_i^* (\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic})$ ) กับเทอมที่สอง ( $\Delta S_{ic} / S_{ic} \cdot S_{it} \cdot Q_i$ ) ของสมการ (3) แสดงถึงความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ไปตลาดโลก ดังนั้น หากเทอมแรกมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  เนื่องจากสูญเสียส่วนแบ่งตลาด (Market Share) บางส่วนให้กับประเทศจีน แต่ถ้าหากเทอมที่สองมีค่าเป็นบวก เมื่อนำมารวมกับเทอมแรก จะสามารถชดเชยการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยให้ลดน้อยลงได้ เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยอาจจะมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ในกรณีตรงกันข้าม ถ้าเทอมแรกมีค่าเป็นลบ และเทอมที่สองมีค่าเป็นลบด้วย ผลรวมของทั้งสองเทอมจะมีค่า

เป็นลบมากขึ้น แสดงว่า ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  เนื่องจากประเทศจีนได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดบางส่วนให้กับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ดังนั้นประเทศอื่นๆ จึงมีส่วนแบ่งตลาดของสินค้าส่งออกที่มากขึ้น แต่ส่วนแบ่งตลาดบางส่วนที่เพิ่มขึ้นอาจจะมาจากส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ของประเทศไทยที่ลดลง จึงทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมากยิ่งขึ้น

$$\Delta X_{it} = \Delta Q_i \cdot S_{it} + S_{it} \cdot Q_i^* (\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic}) + \Delta S_{ic} / S_{ic} \cdot S_{it} \cdot Q_i \quad \dots(4)$$

เมื่อรวมสมการ (2) และสมการ (3) ในสมการ (4) จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลกเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ ประการแรกคือเทอมแรกของสมการ (4) ได้แก่  $(\Delta Q_i \cdot S_{it})$  ซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์กลุ่มสินค้า  $i$  ในตลาดโลก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  มีค่าคงที่ เราเดาว่า ผลจากการขยายตัวของการส่งออกโดยรวมของตลาด (World Growth Effect) ดังนั้น ประเทศผู้ส่งออกจึงไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากกำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของตลาดผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และปัจจัยที่สองเป็นผลรวมของเทอมที่สอง  $(S_{it} \cdot Q_i^* (\Delta S_{it} / S_{it} - \Delta S_{ic} / S_{ic}))$  และเทอมที่สาม  $(\Delta S_{ic} / S_{ic} \cdot S_{it} \cdot Q_i)$  ของสมการ (4) โดยแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของประเทศไทย (Competitiveness effect) ในการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  ไปตลาดโลก

จากสมการ (4) จึงสามารถสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลกนั้นเกิดขึ้นจาก 2 ปัจจัย คือ (1) การขยายตัวของการส่งออกโดยรวมของตลาด (World Growth Effect) และ (2) ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของประเทศไทย (Competitiveness effect) โดยเมื่อผลรวมของทั้งสองปัจจัยมีค่าเป็นบวก จะส่งผลทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลกมีการขยายตัว หากผลรวมของทั้งสองปัจจัยมีค่าเป็นลบ จะส่งผลทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้า  $i$  จากประเทศไทยไปตลาดโลกมีการหดตัว



### 3.5 การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย

การวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศจีนต่อการค้าของประเทศไทย ได้อิงงานวิจัยของ Jane T. Haltmaier, Shaghil Ahmed, Brahim Coulibaly, Ross Knippenbetg, Sylvain Ledyc, Mario Marazzi และ Beth Anne Wilson (2007) และได้เพิ่มตัวแปรอิสระในการศึกษาคือ การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวแทนอำนาจซื้อหรือรายได้ของโลก โดยใช้วิธี Panel data analysis ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2550 โดยแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาของแต่ละกลุ่มสินค้ามีลักษณะไม่แตกต่างกัน ดังนี้

$$\frac{X_{it} - X_{it-1}}{X_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln(X_{it-1}) + \alpha_2 V_{it-1} + \alpha_3 \left( \frac{G_{wt} - G_{wt-1}}{G_{wt-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad \dots(5)$$

โดยกำหนดให้

$V_{it}$	คือ	ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้า $i$ ของประเทศจีนในตลาดโลก ณ เวลา $t$
$X_{it}$	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้า $i$ ของประเทศไทยไปตลาดโลก ณ เวลา $t$
$G_{wt}$	คือ	ผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ณ เวลา $t$
$i$	คือ	ชนิดสินค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า
$\varepsilon_{it}$	คือ	ค่าผิดพลาดจากการประมาณการ

ตัวแปรอิสระของสมการในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าที่สำคัญในตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนในตลาดโลก ( $V$ ) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์  $\alpha_2$  เมื่อ  $\alpha_2 < 0$  ในกลุ่มสินค้าใด แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ดีความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้านั้น เมื่อ  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่า ไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือ ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้านั้น นอกจากนี้ขนาดของ  $\alpha_2$  ยังสามารถบ่งชี้ขนาดของผลกระทบของส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของประเทศจีนที่เปลี่ยนแปลงไปต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย

## การส่งออกของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก

ในส่วนนี้กล่าวถึงลักษณะการผลิตทั่วไปของประเทศไทยและประเทศจีน การนำเข้าสินค้าจากตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน และการส่งออกสินค้าไปตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้า รายละเอียดมีดังนี้

### 4.1 ลักษณะการผลิตทั่วไปของประเทศไทยและประเทศจีน

ภายหลังจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของประเทศจีนในปี พ.ศ. 2544 เป็นประเด็นที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรและการเกษตรของประเทศจีน สำหรับภาคการผลิตของประเทศจีนในปัจจุบันยังคงเติบโตได้ดีอย่างต่อเนื่อง ผลผลิตทางการเกษตรเติบโตได้ดี สำหรับด้านอุตสาหกรรมยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับสาขาเกษตรกรรมมีที่ดินที่ใช้ทำการเกษตรจำกัด ดังนั้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีด้านการเกษตรจึงมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการผลิตการเกษตรของจีน ตลอดจนการปรับปรุงความเชื่อมโยงระหว่างเทคโนโลยีที่พัฒนาในสถาบันวิจัยให้เข้ากับความต้องการของครัวเรือนเกษตรกร โดยการปฏิรูปการเกษตรของจีนได้ดำเนินการมาอย่างเป็นขั้นตอนค่อนข้างมีระบบ สำหรับการกำหนดนโยบายการเกษตรของประเทศจีนในปี พ.ศ. 2551 ได้เน้นความสำคัญของการปฏิรูปการเกษตรให้เป็นระบบที่ทันสมัยให้สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาพัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ส่งผลในระยะยาวต่อการพัฒนาการเกษตรของประเทศ สำหรับด้านอุตสาหกรรมพบว่า ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศจีนพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง โดยก่อนการสถาปนาประเทศจีนในปี พ.ศ.2492 ภาคอุตสาหกรรมของประเทศจีนแทบไม่มีเทคโนโลยีอะไรเลย สิ่งที่เราจะเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมในสมัยนั้นมีเพียงการผลิตเฟอร์นิเจอร์พื้นฐานทั่วไป เช่น โต๊ะ เติง เก้าอี้ หรือการผลิตถ้วยชามต่างๆ เท่านั้น แต่ภายหลังจากการสถาปนาประเทศจีนได้เริ่มพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศอย่างจริงจังทั้งด้านเทคโนโลยี การลงทุน การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน ตลอดจนมาตรการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยเริ่มจากการพัฒนาอุตสาหกรรมเบา จากนั้นจึงค่อยๆ พัฒนาอุตสาหกรรมหนักมากขึ้น จนกระทั่งในปัจจุบันสัดส่วนอุตสาหกรรมหนักมีมากกว่าอุตสาหกรรมเบา จนในปัจจุบันประเทศจีนได้รับสมญาว่าโรงงานผลิตของโลก ผลผลิตด้านอุตสาหกรรมแทบทุกประเภทเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมการผลิตของจีนหลายประเภทครองสัดส่วนการผลิตอยู่ในอันดับต้นๆ

ของโลก เช่น การแปรรูปผลผลิตการเกษตร เสื้อผ้าและสิ่งทอ คอมพิวเตอร์ เคมีภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า โลหะพื้นฐาน ปุ๋ยเคมี ปูนซีเมนต์ เหล็ก อลูมิเนียม รถยนต์และชิ้นส่วน เป็นต้น จากนโยบายในการพัฒนาประเทศของประเทศจีนที่ให้ความสำคัญในการยกระดับระดับเทคโนโลยีในการผลิตแล้วยังได้มีการเริ่มยกระดับจากแรงงานราคาถูกให้เป็นแรงงานฝีมือ เพื่อรองรับต่อการขยายตัวทางด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม ซึ่งทางรัฐบาลจีนได้มีการส่งเสริมให้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมขึ้นตามเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศจีน อีกทั้งการเอาใจจริงเอาใจด้านการศึกษาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนราคาสินค้าของจีน แต่หากมองในด้านการพัฒนาระยะยาว ถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน

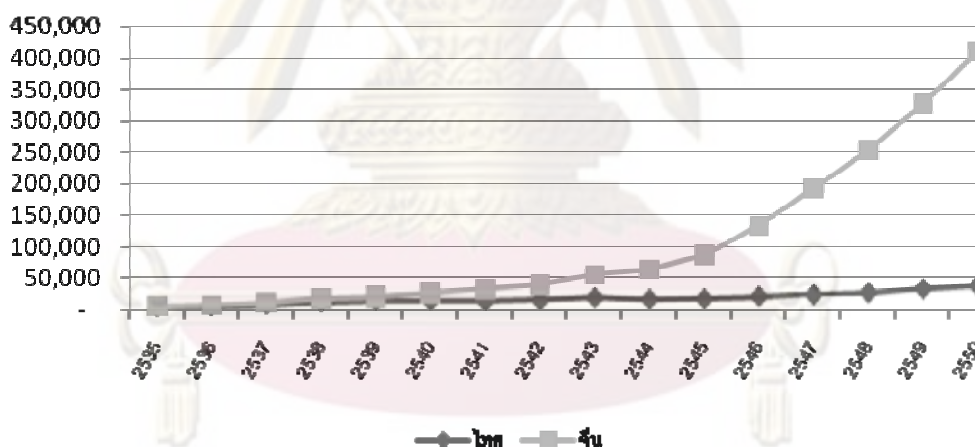
สำหรับประเทศไทย โครงสร้างการผลิตของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมมาเป็นระบบเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยผลผลิตของภาคอุตสาหกรรมสามารถทำรายได้จากการส่งออกสูงกว่าสาขาเกษตรกรรมซึ่งเคยได้มีบทบาทสำคัญในอดีต อย่างไรก็ตาม การเกษตรเป็นภาคเศรษฐกิจพื้นฐานของไทยตลอดมา แต่บทบาทของภาคการเกษตรต่อการพัฒนาประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ในปี พ.ศ. 2551 ภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 8.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีสัดส่วนร้อยละ 40.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ แม้ความสำคัญของภาคการเกษตรจะลดลง แต่ภาคการเกษตรก็ยังคงเป็นพื้นฐานสำคัญของประเทศเนื่องจากกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรยังมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการใช้และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ นอกจากนี้ ภาคการเกษตรยังมีบทบาทต่อเศรษฐกิจส่วนรวมหลายประการ เช่น เป็นอาหารและเป็นวัตถุดิบพื้นฐานของอุตสาหกรรมหลายประเภท และมีบทบาทต่อธุรกิจอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเกษตร เป็นต้น สินค้าเกษตรของไทยหลายประเภทครองสัดส่วนการผลิตอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ผักและผลไม้ เป็นต้น โดยการทำเกษตรในปัจจุบันให้ความสำคัญในเรื่องความรู้และเทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสมกับการผลิตแต่ละประเภท โดยแยกออกตามขนาดของพื้นที่และจำนวนแรงงาน เพื่อให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานในการส่งออกและมีความปลอดภัยในการบริโภค ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมของประเทศได้มีการเจริญเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สินค้าอุตสาหกรรมของไทยหลายประเภทครองสัดส่วนการผลิตอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก เช่น ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องคอมพิวเตอร์ รถยนต์ แผงวงจรไฟฟ้า เหล็ก เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก เป็นต้น ภาครัฐมีการเริ่มต้นพัฒนาภาคอุตสาหกรรมอย่างจริงจังตั้งแต่มีการใช้ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นฐานอุตสาหกรรมที่ถือว่ามีความเข้มแข็ง แต่ความเข้มแข็งที่มีอยู่นั้นมีความเฉพาะเจาะจง เป็นบางสาขาอุตสาหกรรม ดังนั้น ภาครัฐและ



ผู้ประกอบการจึงพยายามดำเนินการขยายความเข้มแข็งที่มีอยู่เป็นพื้นฐานเดิมอยู่แล้วให้มีขอบเขตที่กว้างขวางขึ้นและยั่งยืนขึ้น การดำเนินการดังกล่าวเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เพราะสิ่งที่กำหนดความมั่นคงของอุตสาหกรรมไทย คือกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งถูกกำหนดจากภายนอก เช่น การเข้ามาบีบคั้นเพิ่มมากขึ้นของประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ในแถบเอเชีย อาทิ จีน อินเดีย และเวียดนาม จนกลายเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของไทย ดังนั้น การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมของประเทศจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ประเทศสามารถควบคุมได้โดยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การพัฒนาผลิตภาพ การพัฒนาบุคลากร การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาพื้นฐานอุตสาหกรรมในเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และเป็นการวางรากฐานสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาของอุตสาหกรรมของประเทศไทยที่ยั่งยืนในอนาคตต่อไป

#### 4.2 การนำเข้าสินค้าจากตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน

รูปที่ 4.1 มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยและจีนจากตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

ประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากตลาดโลก 40,686.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535 (รูปที่ 4.1) โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2539 ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 72,316.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่การนำเข้าในปี 2540 และ 2541 มีการหดตัว การนำเข้าในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 62,461.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 13.63 และการนำเข้าในปี 2541 มีมูลค่านำเข้า 42,370.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากปี 2540 ร้อยละ 32.17 ตั้งแต่ปี 2542-2550 การนำเข้าสินค้าของประเทศไทยจากตลาดโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการนำเข้าที่

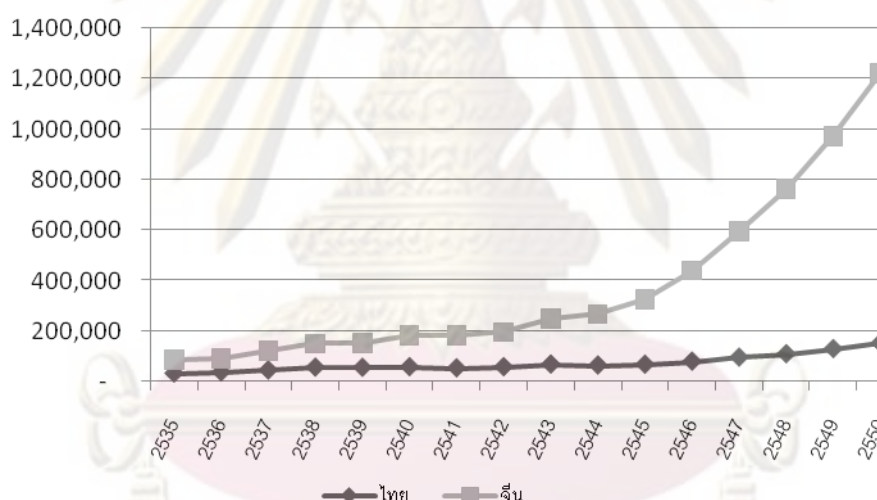


เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยมาจนมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าเท่ากับ 143,761.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2550 และเป็นการเพิ่มขึ้น 3.53 เท่าของมูลค่าการนำเข้าสินค้าของประเทศไทยเมื่อเทียบกับปี 2535

ประเทศจีนมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากตลาดโลก 80,585.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535 โดยในภาพรวมประเทศจีนมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2541 มีมูลค่าการนำเข้า 140,236.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากปี 2540 ร้อยละ 1.50 ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าของประเทศจีนจากตลาดโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการนำเข้า 956,115.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2550 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 11.86 เท่าของมูลค่าการนำเข้าสินค้าของประเทศจีนในปี 2535

#### 4.3 การส่งออกสินค้าไปตลาดโลกของประเทศไทยและประเทศจีน

รูปที่ 4.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

การส่งออกสินค้าของประเทศจีนไปตลาดโลกนั้นได้ทำรายได้เข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นมูลค่ามหาศาล โดยเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 4.2) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 84,940 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 1,217,776 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 14 เท่า โดยมีอัตราการขยายตัวที่สูงกว่าร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ในขณะที่เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 32,474 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งน้อยกว่ามูลค่าของการส่งออกของประเทศจีนในปีเดียวกันประมาณ 2.5 เท่า แต่เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าของ

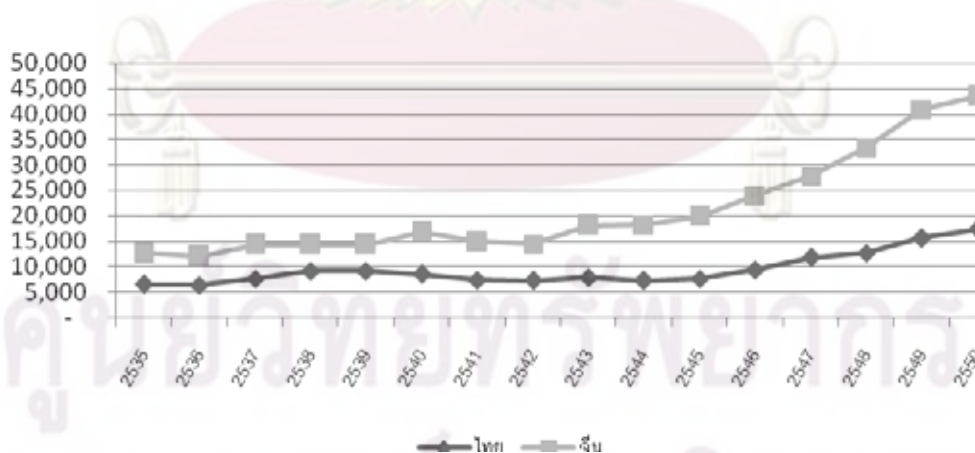
ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่า 153,571 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มจากการส่งออกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2535 เพียง 4 เท่า และน้อยกว่ามูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 ถึง 8 เท่า โดยมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่น้อยกว่าร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 17.61 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการส่งออกที่ขยายตัวที่ค่อนข้างช้าเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วของประเทศไทย

#### 4.3.1 กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลก (รูปที่ 4.3) พบว่าในปี 2535 มีมูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกเท่ากับ 6,550.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 2536 มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงเป็นมูลค่า 160.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับปี 2535 ทั้งนี้ในช่วงปี 2539-2544 การส่งออกมีแนวโน้มชะลอตัวลง แต่หลังจากปี 2544 เป็นต้นไป การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งออกในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่า 17,363.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 2.65 เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี 2535

รูปที่ 4.3 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

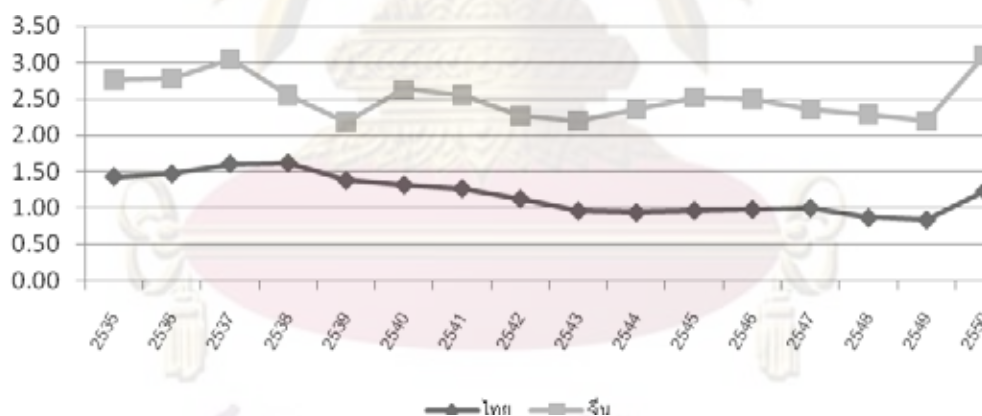
เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลก พบว่าในปี 2535 มีมูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกเท่ากับ 12,617.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ทั้งนี้การส่งออกมี

แนวโน้มทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงในช่วงปี 2535-2542 อย่างไรก็ตามภายหลังจากปี 2542 การส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 43,488.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2550 คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 3.45 เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี 2535

### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าประมงของไทยและจีนในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกในกลุ่มสินค้าประมงของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.4) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของสินค้าประมงในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 1.43 และ 2.76 ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทย ตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนและไทยในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.12 และ 2.30 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.23 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.43 ในขณะที่ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 3.09 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 2.76

รูปที่ 4.4 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าประมงของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

### 4.3.2 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

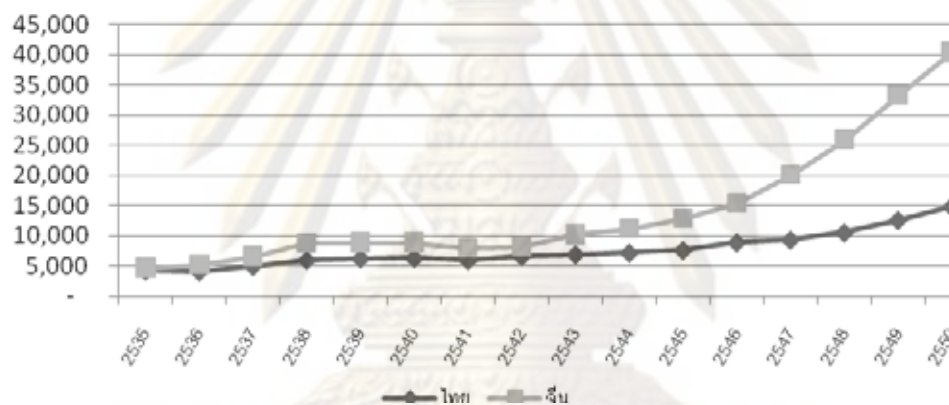
#### การส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลก (รูปที่ 4.5) พบว่าในปี 2535 มีมูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกเท่ากับ 4,067.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2536 มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงเป็นมูลค่า 112.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับปี 2535 ทั้งนี้

การส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวในช่วงปี 2536-2540 แต่มีการหดตัวเล็กน้อยในปี 2541 อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากปี 2541 เป็นต้นมาการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 17,363.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 4.27 เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศจีนไปตลาดโลก พบว่าในปี 2535 มีมูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกเท่ากับ 4,558.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ในช่วงปี 2542-2550 ซึ่งการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่าเท่ากับ 40,503.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 8.89 เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี 2535

#### รูปที่ 4.5 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนไปตลาดโลก



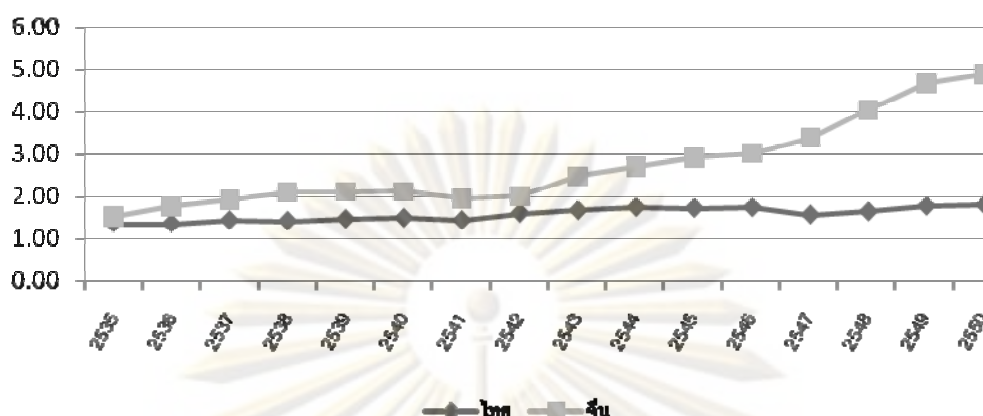
ที่มา: UNCOMTRADE

#### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.6) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 1.36 และ 1.53 ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและไทยในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.17 และ 1.30 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.79 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.36 ในขณะที่ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 4.89 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.53



รูปที่ 4.6 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยและจีนในตลาดโลก



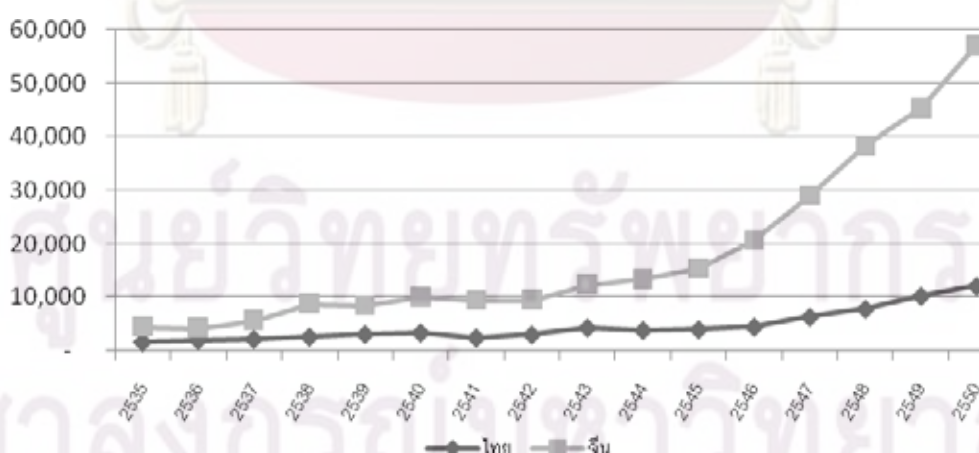
ที่มา: UNCOMTRADE

#### 4.3.3 กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก (รูปที่ 4.7) ตั้งแต่ปี 2535-2550 พบว่า การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่มีการหดตัวเล็กน้อยในปี 2541 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 12,110.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 7.64 เท่าของมูลค่าการส่งออก 1,585.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

รูปที่ 4.7 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนไปตลาดโลก

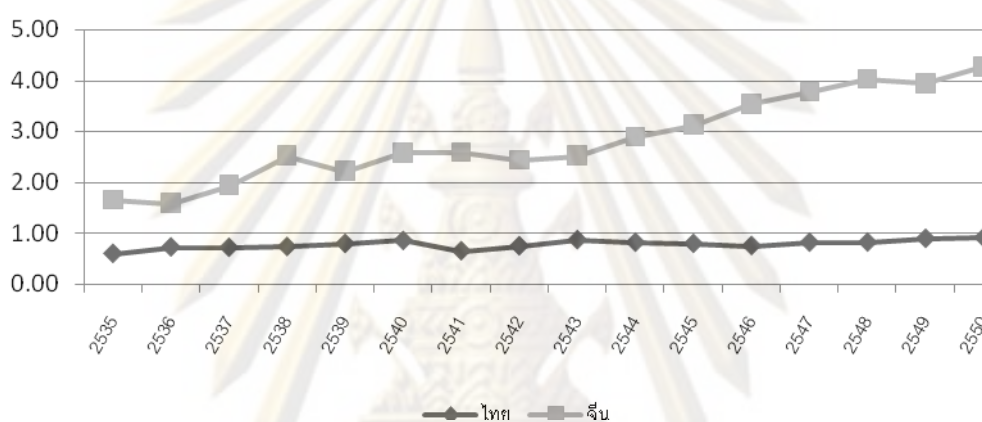


ที่มา: UNCOMTRADE

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศจีนไปตลาดโลก พบว่า ในปี 2535 มีมูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกเท่ากับ 4,380.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งนี้การส่งออก ในช่วงปี 2542-2550 มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นมากอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 57,016.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 13.02 เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี 2535

### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนในตลาดโลก

รูปที่ 4.8 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

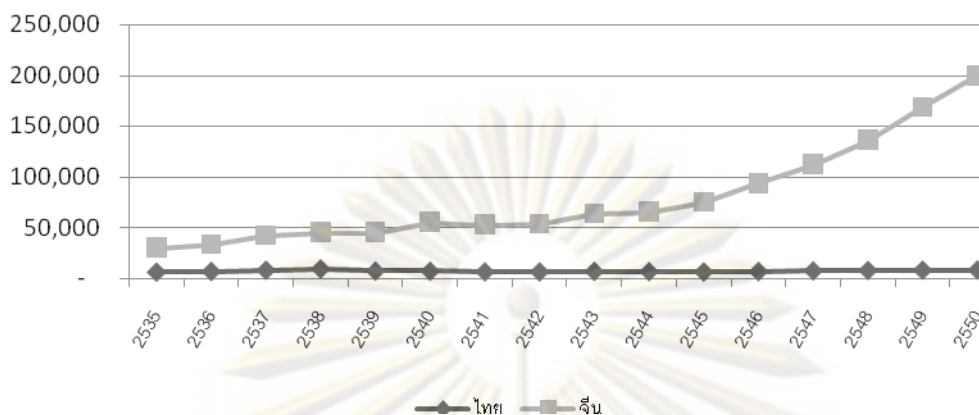
#### 4.3.4 กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลก (รูปที่ 4.9) พบว่า การส่งออกมีการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ในช่วงปี 2539-2545 แต่การส่งออก กลับมามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5 ในช่วงปี 2546-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 8,327.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 1.36 เท่าของมูลค่าการส่งออก 6,134.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศจีนไปตลาดโลก พบว่า การส่งออกมีการขยายตัวสูงขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 16 ในช่วงปี 2542-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 199,706.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 6.69 เท่าของมูลค่าการส่งออก 29,862.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

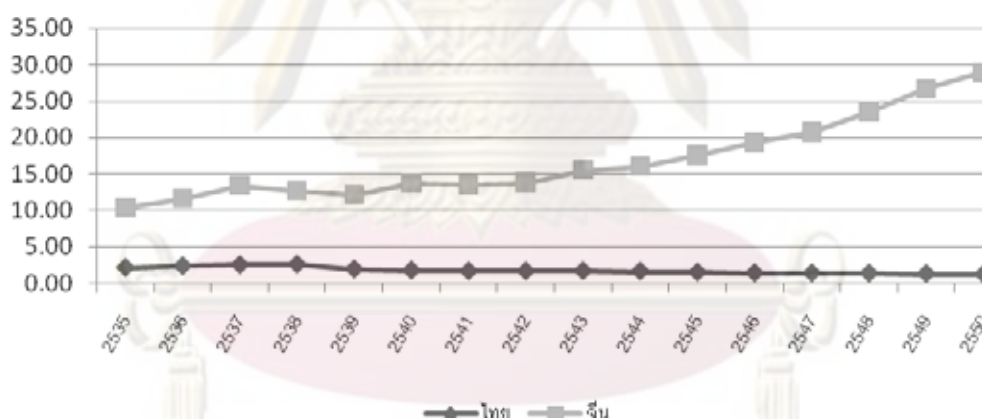
รูปที่ 4.9 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนในตลาดโลก

รูปที่ 4.10 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.10) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 2.14 และ 10.40 ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนและไทยในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 8.26 และ 27.76 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.21 ซึ่งเป็น

ส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 2.14 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 28.97 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 10.40

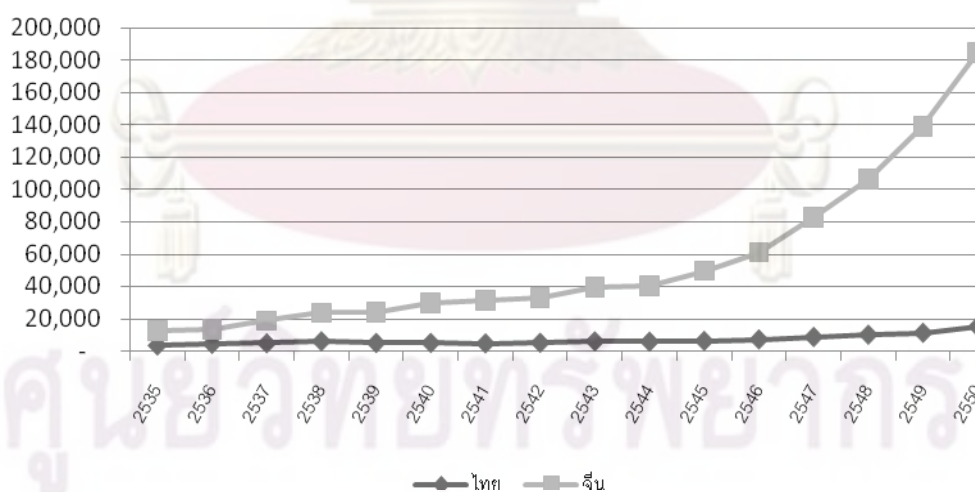
#### 4.3.5 กลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลก (รูปที่ 4.11) พบว่า การส่งออกมีการหดตัวในปี 2539, 2541 และ 2544 อย่างไรก็ตามการส่งออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 14,848.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 4.47 เท่าของมูลค่าการส่งออก 3,325 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของประเทศจีนไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 29 ในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 184,767 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 14.54 เท่าของมูลค่าการส่งออก 12,704.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

รูปที่ 4.11 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

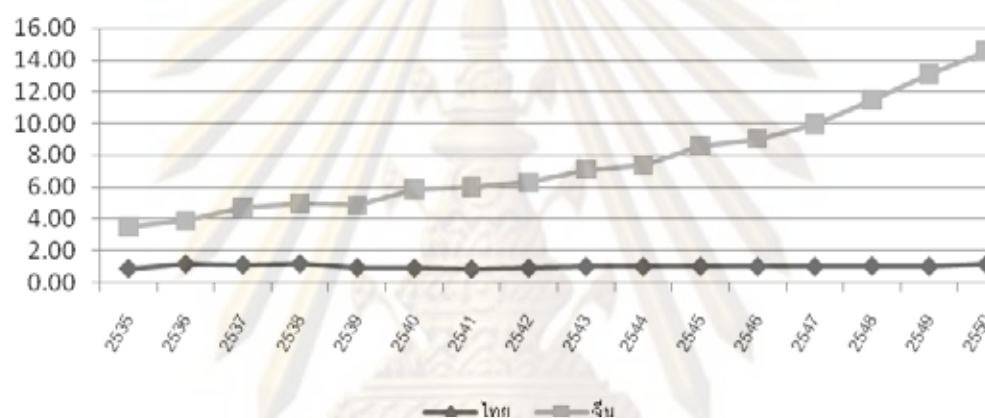
##### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.12) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่ม



สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 0.91 และ 3.47 ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและจีนในปี 2535 และ 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 2.56 และ 13.37 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.17 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.91 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 14.54 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 3.47

รูปที่ 4.12 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

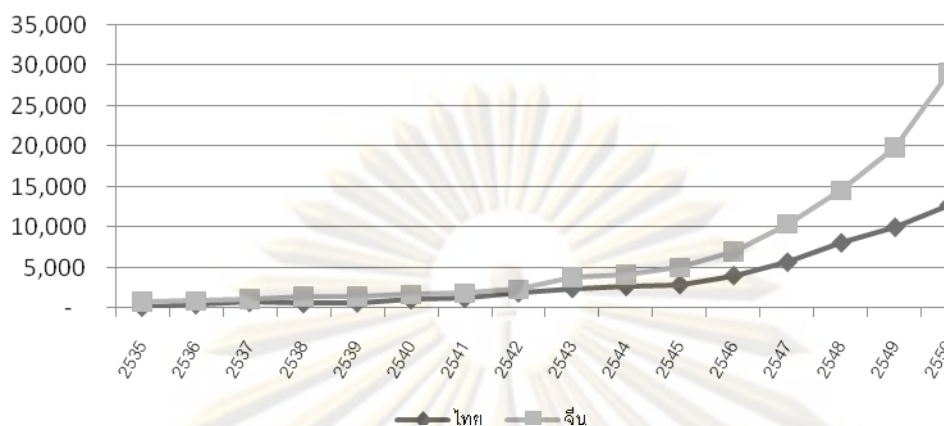
#### 4.3.6 กลุ่มสินค้ายานยนต์

##### การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 (รูปที่ 4.13) พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 27 ในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 12,737.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 65.32 เท่าของมูลค่าการส่งออก 195.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 39 ในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 29,103.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 37.66 เท่าของมูลค่าการส่งออก 772.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2535

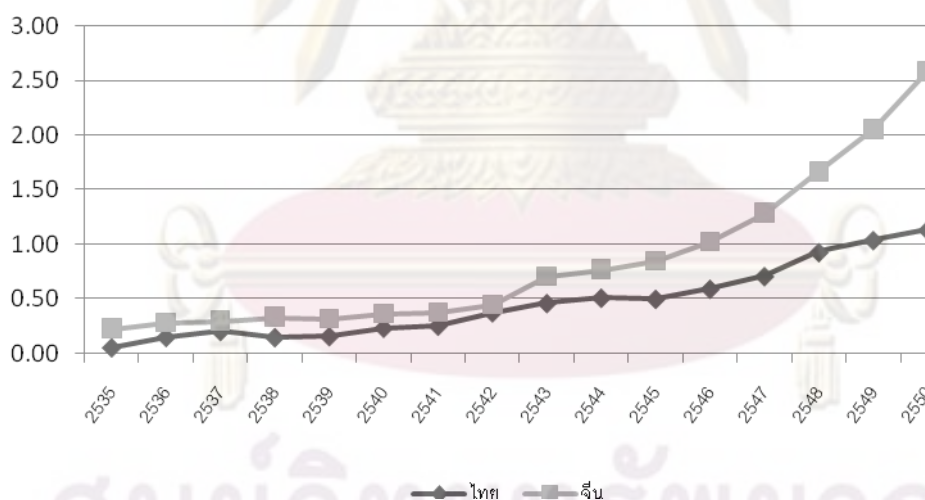
รูปที่ 4.13 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนในตลาดโลก

รูปที่ 4.14 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.14) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้ายานยนต์ในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 0.06 และ 0.22 ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและประเทศจีนในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.16 และ 1.46 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี

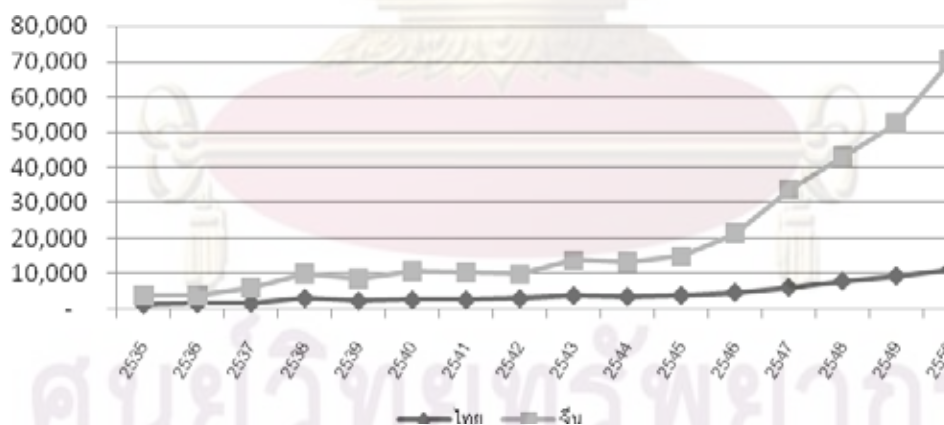
2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.13 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.06 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 2.59 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.22

#### 4.3.7 กลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกตั้งแต่ปี 2535-2550 (รูปที่ 4.15) พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในช่วงปี 2545-2550 การส่งออกมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 22 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 11,221.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 8.96 เท่าของมูลค่าการส่งออก 1,252.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

รูปที่ 4.15 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทยและจีนไปตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

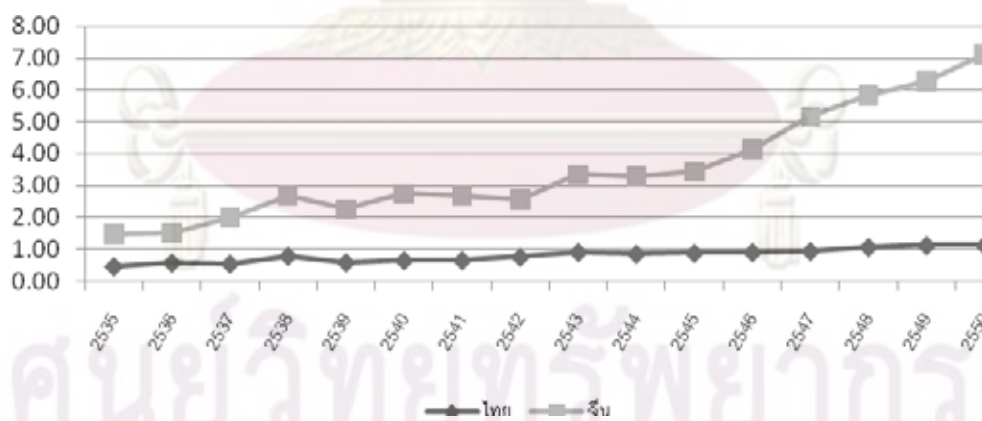
เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 (รูปที่ 4.15) พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในช่วงปี 2545-2550 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 32 โดยการส่งออกในปี 2550 มี

มูลค่า 70,205.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 5.04 เท่าของมูลค่าการส่งออก 3,919.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทยและจีนในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.16) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 0.47 และ 1.47 โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและจีนในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.47 และ 5.98 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.14 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.47 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 7.12 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.47

รูปที่ 4.16 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ



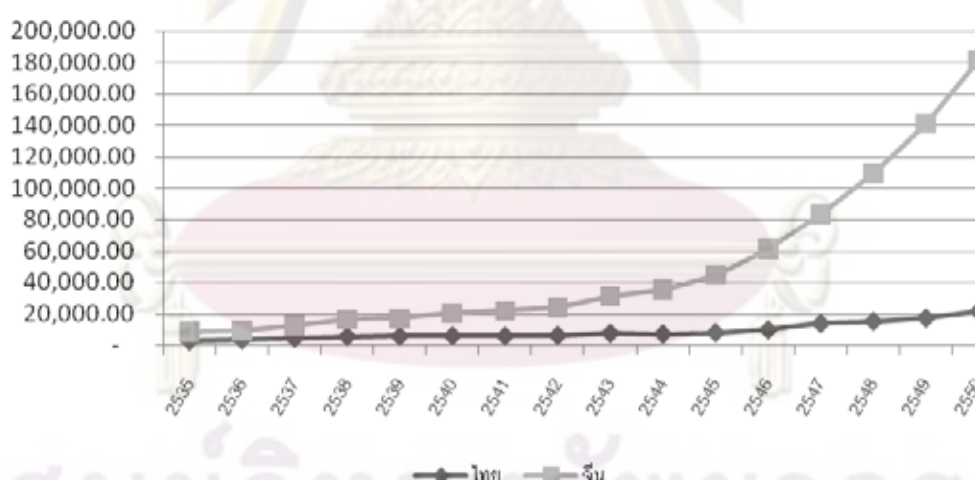
#### 4.3.8 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม

##### การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนไปตลาดโลก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 (รูปที่ 4.17) พบว่าในภาพรวมการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20.12 ในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 21,554.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 7.2 เท่าของมูลค่าการส่งออก 2,995.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 พบว่าการส่งออกของทุกปีมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 32 ในช่วงปี 2545-2550 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 181,145.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 21.87 เท่าของมูลค่าการส่งออก 8,281.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

รูปที่ 4.17 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนไปตลาดโลก



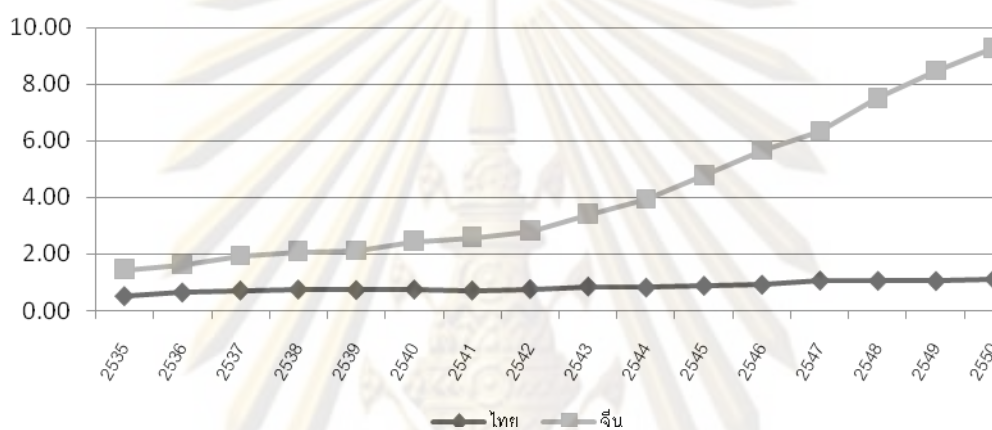
ที่มา: UNCOMTRADE

##### สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.18) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 0.52 และ 1.44 โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศ

จีนและไทยในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.92 และ 8.18 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.10 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.52 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 9.28 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.44

รูปที่ 4.18 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของไทยและจีนในตลาดโลก



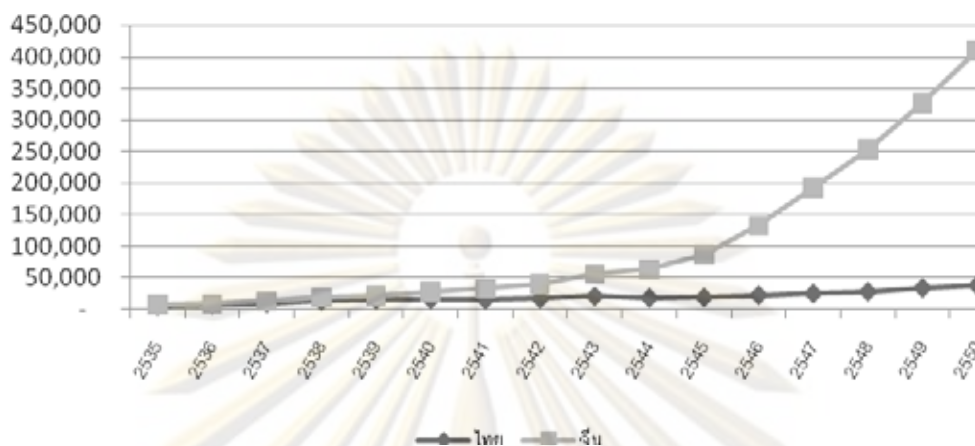
ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.3.9 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีนไปตลาดโลก เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 (รูปที่ 4.19) พบว่าในภาพรวมการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัว อย่างต่อเนื่อง โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 37,988.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 6.32 เท่าของมูลค่าการส่งออก 6,013.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศ ไทยไปตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2535-2550 พบว่า การส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 31 โดยการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 409,663.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิด เป็นการเพิ่มขึ้น 55.08 เท่าของมูลค่าการส่งออก 7,437.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535

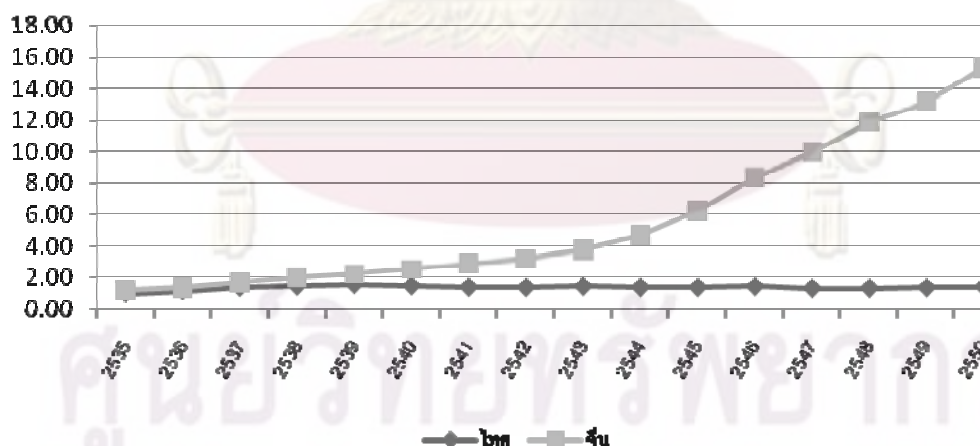
รูปที่ 4.19 มูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีนจากตลาดโลก



ที่มา: UNCOMTRADE

สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีนในตลาดโลก

รูปที่ 4.20 สัดส่วนการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีนในตลาดโลก



ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดโลก (รูปที่ 4.20) พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2535 เท่ากับร้อยละ 0.99 และ 1.22

ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาในปี 2535-2550 ซึ่งส่วนต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนและไทยในปี 2535 และ พ.ศ. 2550 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.23 และ 13.91 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในปี 2550 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 1.42 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.99 สำหรับประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 15.33 ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดในปี 2535 ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.22



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 5

### ผลการศึกษา

ลำดับการนำเสนอในบทนี้เริ่มจากผลการศึกษารายแรกเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และส่วนที่สองเป็นนำเสนอผลการวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศไทยต่อการค้าของประเทศไทย

#### 5.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน

การศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ สามารถพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของมูลค่าส่งออกสินค้าของประเทศไทย โดยแยกออกเป็น

1) เกิดจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) ถ้าผลของปัจจัยนี้เป็นบวก แสดงว่าตลาดโลกมีการขยายตัว หากเป็นลบแสดงว่าตลาดโลกหดตัว

2) เกิดจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของประเทศไทย (Competitiveness Effect) ถ้าผลของปัจจัยนี้เป็นบวก แสดงว่า ไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ แต่ถ้าเป็นลบ แสดงว่า ไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ดังนี้

2.1) การขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน ถ้าผลของปัจจัยนี้เป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน หากมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน

2.2) การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย และประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ถ้าเทอมนี้มีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้น หากมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่ลดลง

ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ แสดงไว้ในตารางที่ 5.1-5.3 และรูปที่ 5.1

### 5.1.1 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,287.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 2,020.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -733.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -476.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ -257.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศจีนได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดบางส่วน ดังนั้น ประเทศอื่นๆ จึงมีส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น แต่ส่วนแบ่งตลาดบางส่วนที่เพิ่มขึ้นอาจจะมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย จึงทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 157.5, -57.5, -37.3 และ -20.2 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง 1,066.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ -986.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,279.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,293.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่

ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการหดตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ -79.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ -92.6, -306.5, 213.9 และ -7.4 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 7,162.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 7,591.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -429.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -1,002.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 572.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 105.6, -5.6, -12.1 และ 6.5 ตามลำดับ

#### 5.1.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2,058.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 1,729.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 329.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -1,400.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของ



ประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 1,729.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 84.1, 15.9, -68.1 และ 84.0 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,146.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 814.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -1,674.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,488.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 332.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 70.9, -146.9, 217.8 และ 29.1 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 6,591.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 6,526.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 65.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -4,878.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของ



ประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 4,943.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 98.8, 1.2, -73.8 และ 75.0 ตามลำดับ

### 5.1.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,397.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 866.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 531.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -335.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 866.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 62.4, 37.6, -24.7 และ 62.3 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 231.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 534.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -302.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อ

เปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -568.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 265.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 230.8, -130.8, -245.8 และ 115.0 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 6,911.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 6,151.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 760.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -483.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 1,244.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลงโดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 89.4, 10.6, -7.1 และ 17.7 ตามลำดับ

#### 5.1.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 928.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 1,670.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -742.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยสูญเสีย

ความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -2,097.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 1,355.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศไทย จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลงโดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 179.6, -79.6, -225.2 และ 145.6 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง 813.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ -1,275.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,396.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,121.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศไทย จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 461.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ -162.6, -450.5, 287.9 และ 62.6 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,833.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 2,713.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -880.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทย



สูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,722.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,842.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศจีนได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดบางส่วน ดังนั้นประเทศอื่นๆ จึงมีส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น แต่ส่วนแบ่งตลาดบางส่วนที่เพิ่มขึ้นอาจจะมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย จึงทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 147.9, -47.9, -202.1 และ 154.2 ตามลำดับ

#### 5.1.5 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,484.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 1,395.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 89.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -2,226.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,316 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 93.9, 6.1, -150.0 และ 156.1 ตามลำดับ



ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,137.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 648.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 489.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -1,865.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,355.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลงโดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 56.8, 43.2, -164.2 และ 207.4 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 8,622.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 7,760.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 862.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,707.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 4,570.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 90.0, 10.0, -43.3 และ 53.3 ตามลำดับ

### 5.1.6 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 916.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 815.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ 659.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 155.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 100.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 89.1, 72.1, 17.0 และ 10.9 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,831.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 1,483.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ 2,380.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ -897.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 347.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสัดส่วน

ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 81.2, 130.0, -48.8 และ 18.8 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 9,728.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 4,086.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 5,642.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,502.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 9,145.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้น โดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 100.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 42.4, 57.6, -36.3 และ 93.9 ตามลำดับ

#### 5.1.7 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,175.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 693.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 482.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -787.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วน



แบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 1,269.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 57.9, 42.1, -66.3 และ 108.4 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,026.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้านานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,831.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 759.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ 184.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 574.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง ส่วนผลจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 266.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 74.2, 18.2, 56.0 และ 25.8 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 5,554.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 4,888.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 666.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -3,388.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า



ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 4,054.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 88.5, 11.5, -61.0 และ 72.5 ตามลำดับ

#### 5.1.8 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 3,087.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลก มีมูลค่าเท่ากับ 1,574.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 1,513.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -1,049.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 2,562.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลงโดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 51.2, 48.8, -34.2 และ 83.0 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1,924.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 846.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 1,077.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทย

มีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -4,502.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 5,579.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 43.1, 56.9, -234.5 และ 291.4 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 12,717.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 10,428.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 2,289.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -6,612.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 8,902.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 82.2, 17.8, -52.4 และ 70.2 ตามลำดับ

### 5.1.9 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 10,011.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 6,407.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ 3,603.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -5,005.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 8,609.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อารเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 63.6, 36.4, -50.6 และ 87.0 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2,229.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 3,611.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -1,382.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -19,797.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 18,415.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง



โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 161.6, -61.6, -887.5 และ -825.9 ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกสินค้ามีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 14,073.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญ มีมูลค่าเท่ากับ 15,340.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มีมูลค่าเท่ากับ -1,266.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าไทยสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งที่มา 2 ประการย่อย ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน มีมูลค่าเท่ากับ -25,614.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน และผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มีมูลค่าเท่ากับ 24,347.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่า ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศจีน จึงทำให้ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่น้อยลง โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกที่มากขึ้นโดยมาจากส่วนแบ่งตลาดของประเทศอื่นๆ ที่ลดลง โดยสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 108.3, -8.3, -181.5 และ 173.2 ตามลำดับ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 5.1 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2535-2540 ของไทยในตลาดโลก

หน่วย: ร้อยละ

กลุ่มสินค้า	การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกของไทยไปตลาดโลก	การขยายตัวของตลาดโลก	ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง	ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับจีน	ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ
ปฐมนุฎิ	100.0	157.5	-57.5	-37.3	-20.2
อุตสาหกรรมเกษตร	100.0	84.1	15.9	-68.1	84.0
ทรัพยากรพื้นฐาน	100.0	62.4	37.6	-24.7	62.3
สิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า	100.0	179.6	-79.6	-225.2	145.6
ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ	100.0	93.9	6.1	-150.0	156.1
ยานยนต์	100.0	10.9	89.1	72.1	17.0
เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน	100.0	57.9	42.1	-66.3	108.4
ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม	100.0	51.2	48.8	-34.2	83.0
ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	100.0	63.6	36.4	-50.6	87.0

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.2 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2540-2545 ของไทย  
ตลาดโลก

หน่วย: ร้อยละ

กลุ่มสินค้า	การเปลี่ยนแปลง ของการส่งออก ของไทยไป ตลาดโลก	การ ขยายตัว ของ ตลาดโลก	ความสามารถ ในการแข่งขัน ที่แท้จริง	ความสามารถใน การแข่งขันเมื่อ เปรียบเทียบกับ จีน	ความสามารถใน การแข่งขันเมื่อ เปรียบเทียบกับ ประเทศอื่นๆ
ปฐมนุฎมิ	-100.0	-7.4	-92.6	-306.5	213.9
อุตสาหกรรมเกษตร	100.0	29.1	70.9	-146.9	217.8
ทรัพยากรพื้นฐาน	100.0	230.8	-130.8	-245.8	115.0
สิ่งทอ เสื้อผ้าและ รองเท้า	-100.0	62.6	-162.6	-450.5	287.9
ใช้เทคโนโลยี ระดับต่ำ	100.0	56.8	43.2	-164.2	207.4
ยานยนต์	100.0	18.8	81.2	130.0	-48.8
เคมีภัณฑ์และผลิต ภัณฑ์โลหะพื้นฐาน	100.0	25.8	74.2	18.2	56.0
ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม	100.0	43.1	56.9	-234.5	291.4
ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์	100.0	161.6	-61.6	-887.5	825.9

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.3 ผลการคำนวณจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงปี 2545-2550 ของไทยในตลาดโลก

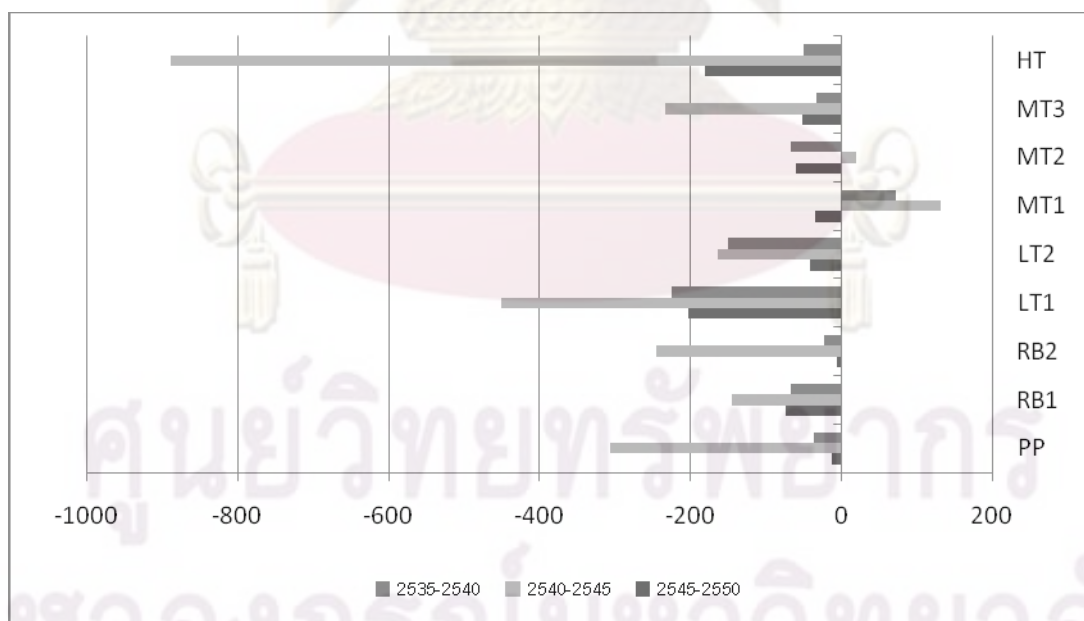
หน่วย: ร้อยละ

กลุ่มสินค้า	การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกของไทยไปตลาดโลก	การขยายตัวของตลาดโลก	ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง	ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับจีน	ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ
ปฐมนูมิ	100.0	105.6	-5.6	-12.1	6.5
อุตสาหกรรมเกษตร	100.0	98.8	1.2	-73.8	75.0
ทรัพยากรพื้นฐาน	100.0	89.4	10.6	-7.1	17.7
สิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า	100.0	147.9	-47.9	-202.1	154.2
ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ	100.0	90.0	10.0	-43.3	53.3
ยานยนต์	100.0	42.4	57.6	-36.3	93.9
เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน	100.0	88.5	11.5	-61.0	72.5
ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม	100.0	82.2	17.8	-52.4	70.2
ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	100.0	108.3	-8.3	-181.5	173.2

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540, 2540-2545 และ 2545-2550 พบว่า ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจและระยะแรกของการฟื้นตัวในช่วงปี 2540-2545 ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ แต่เมื่อประเทศไทยผ่านการฟื้นตัวมาได้ระยะหนึ่งในช่วงปี 2545-2550 พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยดีขึ้น แม้ว่าโดยทั่วไปประเทศไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ แต่มีที่น่าสังเกตสำหรับกลุ่มสินค้ายานยนต์ เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนมากขึ้น โดยประเทศไทยมีความสามารถแข่งขันกับประเทศจีนได้ค่อนข้างดีในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 และ 2540-2545 แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศจีนมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ดีขึ้นมาก ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนที่เคยเป็นบวกจึงกลายเป็นลบ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าแรงกดดันในการแข่งขันกับประเทศจีนยังคงมีอยู่ในเกือบทุกกลุ่มสินค้า ดังรูปภาพที่ 5.1

รูปที่ 5.1 ความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับจีนในช่วงปี พ.ศ. 2535-2550, 2540-2545 และ 2545-2550



หมายเหตุ: กลุ่มสินค้าที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามเทคนิคการผลิต ดังนี้ 1.สินค้าปฐมภูมิ (PP:Primary Products) 2.สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (RB1:Agro-based Manufactures) 3.กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน (RB2:Other Resource-based) 4.สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก: สิ่งทอ



เสื้อผ้าและรองเท้า (LT1:Low-Tech; Textile,Garment,and footwear) 5.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ (LT2:Low-Tech Manufactures) 6.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : ยานยนต์ (MT1:Medium-Tech;Automotive) 7.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน (MT2:Medium-Tech;Chemicals and Basic Metals) 8.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง:ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม(MT2:MediumTech;Engineering Products) 9.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง: ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (HT: High-Tect;Electronics and Electricals)

## 5.2 การวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศจีนต่อการค้าของประเทศไทย

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของการส่งออกของประเทศจีนต่อการค้าของประเทศไทย ข้อมูลที่นำมาศึกษาต้องมีเสถียรภาพ (Stationary) เพราะการนำข้อมูลที่ไม่มีเสถียรภาพ (Non-Stationary) มาใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆที่ประมาณค่าได้อาจเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่แท้จริง (Spurious regression) ได้ ซึ่งจะส่งผลทำให้การคาดประมาณสมการถดถอยไม่มีประสิทธิภาพและขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้น จึงมีการทดสอบความมีเสถียรภาพของข้อมูล (Stationary or Unit Root Test) โดยใช้วิธีมาตรฐานที่เรียกว่า “Augmented Dickey-Fuller (ADF) Test” โดยมีการตั้งสมมติฐานดังนี้

$$H_0 : \gamma = 0, \text{Non - stationary}$$

$$H_a : \gamma \neq 0, \text{Stationary}$$

การทดสอบว่า  $\gamma = 0$  หรือไม่ โดยพิจารณาเปรียบเทียบค่า ADF Test Statistic ที่ได้กับค่า 5% Critical Value ว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานการมีอยู่ของ Unit Root หรือไม่ ถ้าค่า ADF Test Statistic ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 5% Critical Value แสดงว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานได้ ดังนั้นข้อมูลไม่มีปัญหา Unit Root หรือกล่าวได้ว่าข้อมูลมีเสถียรภาพ ซึ่งผลการทดสอบคุณสมบัติ Stationary ของข้อมูล (ตารางที่ 5.4) พบว่าตัวแปรบางส่วนมีเสถียรภาพที่ระดับ Level อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตัวแปรทุกตัวมีเสถียรภาพ ณ ผลต่างลำดับที่หนึ่ง ( $1^{st}$  different) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นตัวแปรส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนในกลุ่มสินค้ายานยนต์ ดังนั้นจึงทำการพิจารณาที่ระดับ  $2^{nd}$  different อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งพบว่ามีเสถียรภาพที่ระดับ  $2^{nd}$  different อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นเมื่อตัวแปรทุกตัวมีเสถียร (Stationary) แสดงว่า ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เพื่อทำการคาดประมาณสมการถดถอยได้อย่างมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 5.4 ผลการทดสอบคุณสมบัติ Stationary ของข้อมูล ณ ระดับ Level และระดับ 1<sup>st</sup> different

Variable	Level(s)				First Difference(s)			
	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	LNTH	V	$(G_{wt}-G_{wt-1})/G_{wt-1}$	$\Delta(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$\Delta$ LNTH	$\Delta$ V	$\Delta(G_{wt}-G_{wt-1})/G_{wt-1}$
PP	-9.62206***	-1.37981*	-1.38487*	-5.38092***	-13.6649***	-9.85500***	-10.4992***	-16.0563***
RB1	-9.00694***	-1.73236**	2.47202	-4.50662***	-13.2301***	-9.55123***	-8.46947***	-14.4777***
RB2	-7.67759***	0.16965	2.07449	-3.57296***	-11.5211***	-7.94295***	-8.23340***	-11.4783***
LT1	-5.43914***	-1.00593	7.04214	-3.75820***	-11.1162***	-6.31210***	-6.18996***	-11.2142***
LT2	-8.35189***	-0.62909	11.3834	-4.36663***	-11.8198***	-9.27009***	-3.11649***	-13.0297***
MT1	-4.11353***	-0.32680	9.80192	-1.70334**	-4.82251***	-3.56811***	3.37620	-5.47207***
MT2	-10.6449***	-4.00037***	9.00562	-4.52547***	-12.8116***	-10.1509***	-4.92432***	-13.5037***
MT3	-11.0006***	-1.07251	12.6895	-4.63360***	-13.6428***	-11.4814***	-4.93197***	-14.8856***
HT	-7.01932***	-1.67910**	9.01949	-10.9304***	-9.90468***	-7.74023***	-3.35889***	-3.66339***

หมายเหตุ: \*\*\*, \*\*, \* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95 และ 90 ตามลำดับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามเทคนิคการผลิต ดังนี้ 1.สินค้าปฐมภูมิ (PP:Primary Products) 2.สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (RB1:Agro-based Manufactures) 3.กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน (RB2:Other Resource-based) 4.สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก: สิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า (LT1:Low-Tech; Textile,Garment,and footwear) 5.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ (LT2:Low-Tech Manufactures) 6.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : ยานยนต์ (MT1:Medium-Tech;Automotive) 7.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง : เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน (MT2:Medium-Tech;Chemicals and Basic Metals) 8.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง:ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม(MT2:MediumTech;Engineering Products) 9.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง: ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (HT: High-Tect;Electronics and Electricals)

แม้ว่าตัวแปรที่ศึกษาจะมีคุณสมบัติไม่มีเสถียรภาพ (Non-Stationary) อย่างไรก็ตามในทฤษฎีความสัมพันธ์ระยะยาวกล่าวว่า ตัวแปรดังกล่าวสามารถนำมาหาความสัมพันธ์ในระยะยาวได้ด้วยการทดสอบ Cointegration Test ซึ่งวิธีการทดสอบมีขั้นตอนได้แก่ การนำ Residual Term ที่ได้จากการถดถอยมาทดสอบด้วย Unit Root Test โดยผลการทดสอบพบว่าเกิด Cointegration ขึ้นซึ่งหมายถึงเกิดความสัมพันธ์ระยะยาว แสดงถึงสมการที่ประมาณการได้มีความน่าเชื่อถือ โดยผลการประมาณการของกลุ่มสินค้าทั้ง 9 กลุ่ม แสดงได้ดังตารางที่ 5.5



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.5 ผลการประมาณค่าในแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

	(PP)	(RB1)	(RB2)	(LT1)	(LT2)	(MT1)	(MT2)	(MT3)	(HT)
Equation variable	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$	$(X_{it}-X_{it-1})/X_{it-1}$
Constant	375.2309***	311.5280***	147.4629***	130.1038***	478.9414***	664.0272***	570.9623***	284.6058***	1330.461***
<i>LNTH</i> (-1)	-20.18757***	-16.82059***	-7.077494***	-6.650062***	-25.67710***	-34.02130***	-32.55095***	-14.62515***	-72.18663***
<i>V</i> (-1)	-1.211874***	1.154497**	-1.847361***	-0.372043***	-0.587619*	1.605203**	-2.615550***	0.903846***	9.614006***
$(G_{wt}-G_{wt-1})/G_{wt-1}$	1.458564***	1.886761***	1.009822***	1.602133***	4.725394***	2.405685***	9.750207***	1.176485***	9.401023***
Summary statistics									
$R^2$	0.259566***	0.410511***	0.360058***	0.450009***	0.605929***	0.332261***	0.515121***	0.210331***	0.944843***
<i>DW</i>	2.024246***	2.030031***	1.991628***	2.004224***	1.986970***	1.855070***	2.069186***	2.050539***	1.996685***
<i>F</i> -test	71.39722***	120.9389***	61.14049***	80.73034***	205.5281***	4.762657***	152.6270***	48.92011***	1604.509***
Residual analysis									
	Dependent variable: residual								
Calculated <i>t</i> -value	-9.87761***	-10.9818***	-8.50772***	-6.77623***	-5.44295***	-4.48874***	-7.05517***	-12.4304***	-3.13361***
Cointegration status	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

หมายเหตุ: \*\*\*, \*\*, \* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95 และ 90 ตามลำดับ

ชื่อกลุ่มสินค้าประกอบด้วย 1.สินค้าปฐมภูมิ (PP) 2.สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (RB1) 3.กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน (RB2) 4.สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก (LT1) 5.สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ (LT2) 6. ยานยนต์ (MT1) 7. เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน (MT2) 8. ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม (MT3) 9. ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (HT)



### 5.2.1 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.024246 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.259566 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 25.9566

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 20.18757 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมามีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้นจึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าปฐมภูมิของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าปฐมภูมิของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 1.211874 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วน

แบ่งตลาดส่งออกของสินค้าปฐมภูมิของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.458564 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลทำให้การส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าปฐมภูมิของประเทศจีนในตลาดโลก ( $V$ ) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ดีความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ

### 5.2.2 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.030031 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.410511 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 41.0511

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 16.82059 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมามีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) 1.154497 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95



3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.886761 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลทำให้การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่าไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือ ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

### 5.2.3 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานพบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 1.991628 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.360058 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ร้อยละ 36.0058

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก



ในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 7.077494 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 1.847361 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wr} - G_{wr-1} / G_{wr-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.009822 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของ

โลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลทำให้การส่งออกทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ด้ความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน

#### 5.2.4 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากพบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.004224 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.450009 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ร้อยละ 45.0009

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 6.650062 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้

แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.372043 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก  $(G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1})$  มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.602133 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์ของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยใน



ตลาดโลกเพิ่มขึ้น จึงมีผลทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากของประเทศจีนในตลาดโลก โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลงตีความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงาน

### 5.2.5 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.004224 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.605929 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 60.5929

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ ของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 25.67710 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยี



ระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.587619 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 4.725394 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์ของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จึงมีผลทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าที่ใช้

เทคโนโลยีระดับต่ำของประเทศจีนในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ที่ความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ

### 5.2.6 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้ายานยนต์

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้ายานยนต์ พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 1.855070 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.332261 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 33.2261

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 34.02130 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันมีค่าลดลง
2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไป

ตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.605203 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 2.405685 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลทำให้การส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่า ไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือ ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้ายานยนต์

### 5.2.7 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.069186 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความ



เชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.515121 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 51.5121

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อมูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.325509 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมามีมูลค่ามาก จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 2.615550 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ



คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 9.750207 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลทำให้การส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรอิสระในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน ไปตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐานของประเทศจีนในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ตีความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน

### 5.2.8 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม พบว่าค่า Durbin – Watson Stat มีค่าเท่ากับ 2.050539 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.210331 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการ

เจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 21.0331

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้

1. การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อมูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 14.62515 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีมูลค่ามาก จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 0.903846 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศจีนในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wt} - G_{wt-1} / G_{wt-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1.176485 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์ของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จึงมีผลทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรภายนอกในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมในตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมของประเทศไทยในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่า ไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม

### 5.2.9 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าค่า Durbin - Watson Stat มีค่าเท่ากับ 1.996685 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ( $R^2$ ) มีค่าเท่ากับ 0.944843 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้ร้อยละ 94.4843

จากสมการสามารถสรุปผลของตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศไทยไปตลาดโลก ได้ดังนี้



1. การส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (X) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อมูลค่าของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลดลง (หรือเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 72.18663 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีที่ผ่านมา มีมูลค่ามาก จะทำให้การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าน้อยลง ดังนั้น จึงทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันมีค่าลดลง

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา (V) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 9.614006 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในตลาดโลกในปีที่ผ่านมา สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกในปีปัจจุบันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ( $G_{wr} - G_{wr-1} / G_{wr-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไป



ตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 1 จะส่งผลให้การเจริญเติบโตหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ร้อยละ 9.401023 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของการเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากเมื่อการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์ของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จึงมีผลทำให้การเจริญเติบโตของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป พบว่า ตัวแปรภายนอกในการชี้วัดว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในตลาดโลกคือ ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศจีนในตลาดโลก (V) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์พบว่า  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่า ไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือ ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศจีนต่อการค้าของประเทศไทย (ตารางที่ 5.6) พบว่า ประเทศจีนเป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ สินค้าทรัพยากรพื้นฐาน สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ และสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม เนื่องจากเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยในตลาดโลก พบว่า  $\alpha_2 < 0$  แสดงว่า เมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง ดีความได้ว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ประเทศจีนไม่เป็นคู่แข่งของประเทศไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร สินค้ายานยนต์ สินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม และผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกลุ่มสินค้าของประเทศไทยในตลาดโลก พบว่า  $\alpha_2 > 0$  แสดงว่า ไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีน กล่าวคือ ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าดังกล่าว

ตารางที่ 5.6 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์  $\alpha_2$  ในแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มสินค้า	พารามิเตอร์	สัมประสิทธิ์	Standard-error	t-Statistic
ปฐมภูมิ	$\alpha_2$	- 1.211874 <sup>***</sup>	0.394211	-3.074179
อุตสาหกรรมเกษตร	$\alpha_2$	1.154497 <sup>**</sup>	0.575168	2.007234
ทรัพยากรพื้นฐาน	$\alpha_2$	-1.847361 <sup>***</sup>	0.350841	-5.265528
สิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า	$\alpha_2$	-0.372043 <sup>***</sup>	0.116116	-3.204055
ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ	$\alpha_2$	-0.587619 <sup>*</sup>	0.347695	-1.690042
ยานยนต์	$\alpha_2$	1.605203 <sup>**</sup>	0.697594	2.301058
เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน	$\alpha_2$	-2.615550 <sup>***</sup>	0.486511	-5.376137
ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม	$\alpha_2$	0.903846 <sup>**</sup>	0.326215	2.770706
ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	$\alpha_2$	9.614006 <sup>***</sup>	0.702594	13.68359

หมายเหตุ: \*\*\* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

\*\* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาทั้งสองส่วน คือ ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และผลการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย สามารถนำมาสู่การสรุปผลการศึกษา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

การส่งออกมีบทบาทในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างสูง เนื่องจากการส่งออกในปัจจุบันมีสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (Real Gross Domestic Product) ดังนั้น จึงอาจถือว่าการส่งออกเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เจริญเติบโต อย่างไรก็ตามการส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศจีนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยในปัจจุบันประเทศจีนเป็นได้ก้าวขึ้นเป็นผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในโลก อีกทั้งประเทศจีนยังมีความได้เปรียบผู้ส่งออกอื่นๆ เช่น ต้นทุนการผลิตต่ำ เนื่องจากแรงงานราคาถูกและมีการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ดังนั้น การส่งออกที่ขยายตัวของประเทศจีนจึงย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆในตลาดโลก

งานวิจัยนี้จึงให้ความสนใจในการวิเคราะห์ผลกระทบของการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของประเทศไทยต่อการส่งออกของประเทศไทยในตลาดโลก การวิเคราะห์ประกอบด้วยสองส่วน ส่วนแรกศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้าโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ส่วนที่สองศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยเป็นรายกลุ่มสินค้าโดยใช้วิธี Panel data analysis จากการวิเคราะห์ที่ได้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

- 1) จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนเป็นรายกลุ่มสินค้า โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาย่อย ได้แก่ ช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2535-2540 ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจและ



ระยะแรกของการฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2540-2545 และช่วงภายหลังการฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2545-2550 พบว่า

ช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 การขยายตัวของ การส่งออกกลุ่มสินค้าเกือบทุกกลุ่มอาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกเป็นสำคัญ ซึ่งสินค้าเกือบทุกกลุ่มสูญเสียความสามารถให้กับประเทศจีน แต่สำหรับการขยายตัวของ การส่งออกกลุ่มสินค้านานยนต์นั้นอาศัยความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเป็นสำคัญ โดยประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน

ช่วงปี พ.ศ. 2540-2545 ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศจีนค่อนข้างสูงในเกือบทุกกลุ่มสินค้าเมื่อเทียบกับช่วงก่อนและหลังปี พ.ศ. 2540-2545 อันเนื่องมาจากผลกระทบในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ยกเว้นกลุ่มสินค้านานยนต์และกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรมซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน

ช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 โดยในภาพรวมพบว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ แม้ว่าจะยังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนก็ตาม โดยการขยายตัวของ การส่งออกกลุ่มสินค้าต่างๆ อาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกเป็นสำคัญ

จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในทุกช่วงเวลาย่อยการส่งออกของไทยในเกือบทุกกลุ่มสินค้า อาศัยการขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจและระยะแรกของการฟื้นตัวในช่วงปี 2540-2545 ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ แต่เมื่อประเทศไทยผ่านการฟื้นตัวมาได้ระยะหนึ่งในช่วงปี 2545-2550 พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยดีขึ้น แม้ว่าจะยังคงสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีนอยู่ก็ตาม

2) จากการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของ การส่งออกของประเทศไทยโดยใช้วิธี Panel data analysis ในช่วงปีพ.ศ. 2535-2550 พบว่า ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้ากลุ่มนั้นปฐมภูมิ สินค้าทรัพยากรพื้นฐาน สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ และสินค้าผลิตภัณฑ์

วิศวกรรม เนื่องจากเมื่อส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จะทำให้การส่งออกของไทยจะขยายตัวในอัตราลดลง แต่ประเทศจีนไม่เป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร สินค้ายานยนต์ ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม และผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากประเทศไทยสามารถขยายการส่งออกควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของจีนในตลาดโลก

## 6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยในตลาดโลกและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่สำคัญบางประการเพื่อเป็นประโยชน์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มการขยายตัวของการส่งออกสินค้าทุกกลุ่ม ดังนี้

1) ภาครัฐควรตระหนักอย่างยิ่งในการให้ความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยี อีกทั้งพัฒนาคุณภาพสินค้าจากสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสูง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศจีนในตลาดโลกได้ในระยะยาว

2) สำหรับกลุ่มสินค้าที่ใช้แรงงานมาก ภาครัฐและเอกชนควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพและทักษะของแรงงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแรงงาน

3) สำหรับกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีปานกลางและกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีเทคโนโลยีสูงในการผลิต ภาครัฐควรเร่งส่งเสริมในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ทันสมัย รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพสูงขึ้น

4) ภาครัฐและผู้ส่งออกควรร่วมมือกันในการขยายการส่งออก โดยมีการพัฒนากลยุทธ์ในการแข่งขันกับประเทศจีนในตลาดต่างๆ อย่างเหมาะสม

### 6.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป

1) การศึกษารั้งนี้ได้จำแนกสินค้าตามระบบ SITC รหัส 3 หลัก โดยพิจารณาเป็นรายกลุ่มสินค้า ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปจึงควรศึกษาเป็นรายสินค้าเพื่อเป็นการศึกษาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) การศึกษาในครั้งนี้นำพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนในตลาดโลก ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปจึงควรพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนในตลาดย่อยต่างๆ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดยุโรป ตลาดอาเซียน เป็นต้น

3) สำหรับในกลุ่มสินค้าที่ประเทศจีนไม่ได้เป็นคู่แข่งกับประเทศไทย เช่น ผลิตภัณฑ์วิศวกรรม ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ในการศึกษารั้งต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มสินค้านี้ของประเทศไทยกับประเทศจีน เพื่อให้ทราบว่าในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าในกลุ่มที่เป็นการค้าในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Intra-Industry Trade) กลยุทธ์ที่เหมาะสมควรมีลักษณะใด

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

ชัยยันต์ กิตติวิศิษฎ์. ความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

พจมา แดงสี. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกผ้าทอไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

พาณิชย์, กระทรวง. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. เขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaifita.com/trade/book> [2551, ธันวาคม 24]

เยาวเรศ ทับพันธ์. เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: ทฤษฎีและนโยบาย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

รัตนา สายคณิต และพุทธกาล รัชธร. เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ศักดิ์สุริยา ไตรยราช. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งตลาดคงที่ของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทยไปประเทศในอาเซียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

อุดม เกิดพิบูลย์. ทฤษฎีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

### ภาษาอังกฤษ

Ahearne, A., Fernald, J., Loungani, P., and Schindler, J. China and Emerging Asia: Comrades or Competitors?. International Finance Discussion Papers 789 (December 2003).



- Ahearne, A., Fernald, J., Loungani, P., and Schindler, J. Flying Geese or Sitting Ducks: China's Impact on the trading Fortunes of Other Asian Economies. International Finance Discussion Papers 887 (December 2006).
- Athukolala, P., and Yamashita, N. Production fragmentation and trade integration: East Asia in global context. North American Journal of Economics and Finance 17 (2006): 233-256.
- Balassa, B. Trade liberalization and "Revealed" Comparative Advantage. The Manchester School of Economics and Social Studies 33 (1965).
- Den, J., Fung, K.C., and Wang, Z. Measuring the Vertical Specialization in Chinese Trade. Office of Economics Working Paper 1 (2007).
- Fernald, J., and Loungani, P. Comrades or competitors? On trade relationships between China and emerging Asia . The Federal Reserve Bank of Chicago 200 (March 2004).
- Haltmaier, J., and others. The Role of China in Asia: Engine, Conduit, or Streamroller. International Finance Discussion Papers 904 (2007).
- Lall, S. The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1989-1998. Oxford Development Studies 3 (2000): 337-369.
- Leamer, E. E., and Stern, R. M. Quantitative International Economics. Boston : Allyn and Sacon. 1970.
- Lee, C. and Plummer, M. Economic Development in China and Its Implications for East Asia. Working Paper 04-11 (2004).
- McCalla, A., Schmitz A., and Storey, G. Australia, Canada, and the United States: Trade Partners or Competitors. American Journal of Agricultural Economics 5 (December 1979): 1022-1029.
- Wiboonchutikula, P. Industrial Performance and Policies in Thailand. In suthiphand Chirathivat and Ng Chee Yuen (eds.), Emerging Asia's Growth Practices: Recent

Experiences of China, Indonesia, Malaysia, the Philippines and Thailand, pp 304-350. Bangkok: Saksopha Press, 2009.

Pongpisanupichit, J. Export Performance of Developing ECAFE Countries: The Case of Thailand. Master's Thesis, Department of Economics Faculty of Economics Thammasat University. 1974.

Richardson, J.D. 1971. Constant Market Share Analysis of Export Growth. Journal of International Economics 1, (1971): 227-239.

Venables, T., and Yueh, L. The China effect. Research associate in CEP's globalization programme and Beijing University (2006).

Weiss, J., and Shanwen, G. People's Republic of China's export threat to ASEAN: Competition in the US and Japanese markets. ADB Institute Discussion PaPer 2 (January 2003).



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

## รายชื่อสินค้าทั้งหมดในแต่ละกลุ่มสินค้าที่ใช้ในการศึกษา

สินค้าซึ่งจำแนกตามระบบ SITC รหัส 3 หลัก และแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามระดับความเข้มข้นของเทคโนโลยีในการผลิตตามการศึกษาของ Jane T. Haltmaier, Shaghil Ahmed, Brahim Coulibaly, Ross Knippenbetg, Sylvain Ledyc, Mario Marazzi และ Beth Anne Wilson (2007) มีรายละเอียดดังนี้

<b>กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ: Primary Products (PP)</b>	211 HIDE/SKIN (EX FUR) RAW
001 LIVE ANIMALS EXCEPT FISH	212 FURSKINS/PIECES, RAW
011 BEEF, FRESH/CHILLD/FROZN	222 OIL SEEDS ETC - SOFT OIL
022 MILK PR EXC BUTTR/CHEESE	223 OIL SEEDS-NOT SOFT OIL
025 EGGS, ALBUMIN	231 NATURAL RUBBER/LATEX/ETC
034 FISH,LIVE/FRSH/CHLD/FROZ	244 CORK NATURAL/RAW/WASTE
036 CRUSTACEANS MOLLUSCS ETC	245 FUEL WOOD/WOOD CHARCOAL
041 WHEAT/MESLIN	246 WOOD CHIPS/WASTE
042 RICE	261 SILK
043 BARLEY GRAIN	263 COTTON
044 MAIZE EXCEPT SWEET CORN.	268 WOOL/ANIMAL HAIR
045 CEREAL GRAINS NES	272 FERTILIZERS CRUDE
054 VEGETABLES,FRSH/CHLD/FRZ	273 STONE/SAND/GRAVEL
057 FRUIT/NUTS, FRESH/DRIED	274 SULPHUR/UNROASTD PYRITES
071 COFFEE/COFFEE SUBSTITUTE	277 NATURAL ABRASIVES N.E.S.
072 COCOA	278 OTHER CRUDE MINERALS
074 TEA AND MATE	291 CRUDE ANIMAL MTERIAL NES
075 SPICES	292 CRUDE VEG MATERIALS NES
081 ANIMAL FEED EX UNML CER.	321 COAL NON-AGGLOMERATED
091 MARGARINE/SHORTENING	333 PETROL./BITUM. OIL,CRUDE
121 TOBACCO, RAW AND WASTES	342 LIQUID PROPANE/BUTANE



343 NATURAL GAS	351 ELECTRIC CURRENT
344 PETROL./HYDROCARBON GAS	681 SILVER/PLATINUM ETC
345 COAL GAS/WATER GAS/ETC	682 COPPER
683 NICKEL	232 RUBBER SYNTH/WASTE/ETC
684 ALUMINIUM	247 WOOD IN ROUGH/SQUARED
685 LEAD	248 WOOD SIMPLY WORKED
686 ZINC	251 PULP AND WASTE PAPER
687 TIN	264 JUTE/BAST FIBRE RAW/RETD
<b>กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร: Agro-based</b>	265 VEG TEXT FIBRE EX COT/JU
<b>Manufactures (RB1)</b>	269 WORN CLOTHING ETC
012 MEAT NES,FRESH/CHLD/FROZ	421 FIXED VEG OIL/FAT, SOFT
016 MEAT/OFFAL PRESERVED	422 FIXED VEG OILS NOT SOFT
017 MEAT/OFFAL PRESVD N.E.S	431 ANIMAL/VEG OILS PROCES'D
023 BUTTER AND CHEESE	621 MATERIALS OF RUBBER
024 CHEESE AND CURD	625 RUBBER TYRES/TREADS
035 FISH,DRIED/SALTED/SMOKED	629 ARTICLES OF RUBBER NES
037 FISH/SHELLFISH,PREP/PRES	633 CORK MANUFACTURES
046 FLOUR/MEAL WHEAT/MESLIN	634 VENEER/PLYWOOD/ETC
047 CEREAL MEAL/FLOUR N.E.S	635 WOOD MANUFACTURES N.E.S.
048 CEREAL ETC FLOUR/STARCH	641 PAPER/PAPERBOARD
056 VEG ROOT/TUBER PREP/PRES	<b>กลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน: Other</b>
058 FRUIT PRESVD/FRUIT PREPS	<b>Resource-based (RB2)</b>
059 FRUIT/VEG JUICES	281 IRON ORE/CONCENTRATES
061 SUGAR/MOLLASSES/HONEY	282 FERROUS WASTE/SCRAP
062 SUGAR CONFECTIONERY	283 COPPER ORES/CONCENTRATES
073 CHOCOLATE/COCOA PREPS	284 NICKEL ORES/CONCS/ETC
098 EDIBLE PRODUCTS N.E.S.	285 ALUMINIUM ORES/CONCS/ETC
111 BEVERAGE NON-ALCOHOL NES	286 URANIUM/THORIUM ORE/CONC
112 ALCOHOLIC BEVERAGES	287 BASE METAL ORE/CONC NES
122 TOBACCO, MANUFACTURED	288 NF BASE METAL WASTE NES

289 PRECIOUS METAL ORE/CONC.	654 WOVEN TEXTILE FABRIC NES
322 BRIQUETTES/LIGNITE/PEAT	655 KNIT/CROCHET FABRICS
325 COKE/SEMI-COKE/RETORT C	656 TULLE/LACE/EMBR/TRIM ETC
334 HEAVY PETROL/BITUM OILS	657 SPECIAL YARNS/FABRICS
335 RESIDUAL PETROL. PRODS	658 MADE-UP TEXTILE ARTICLES
411 ANIMAL OIL/FAT	659 FLOOR COVERINGS ETC.
511 HYDROCARBONS/DERIVATIVES	831 TRUNKS AND CASES
514 NITROGEN FUNCTION COMPDS	841 MENS/BOYS WEAR, WOVEN
515 ORGANO-INORGANIC COMPNDS	842 WOMEN/GIRL CLOTHING WVEN
516 OTHER ORGANIC COMPOUNDS	843 MEN/BOY WEAR KNIT/CROCH
522 ELEMENTS/OXIDES/HAL SALT	844 WOMEN/GIRL WEAR KNIT/CRO
523 METAL SALTS OF INORG ACD	845 ARTICLES OF APPAREL NES
524 METAL SALTS OF INORG ACD	846 CLOTHING ACCESSORIES
531 SYNTH ORG COLOUR AGENTS	848 HEADGEAR/NON-TEXT CLOTHG
532 DYEING/TANNING EXTRACTS	851 FOOTWEAR
551 ESSENT.OIL/PERFUME/FLAVR	<b>กลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ: Other Low-tech Manufactures (LT2)</b>
592 STARCHES/GLUES/ETC.	642 CUT PAPER/BOARD/ARTICLES
661 LIME/CEMENT/CONSTR MAT'L	665 GLASSWARE
662 CLAY/REFRACTORY MATERIAL	666 POTTERY
663 MINERAL MANUFACTURES NES	673 FLAT ROLLED IRON/ST PROD
664 GLASS	674 ROLLED PLATED M-STEEL
667 PEARLS/PRECIOUS STONES	675 FLAT ROLLED ALLOY STEEL
689 MISC NON-FERR BASE METAL	676 IRON/STEEL BARS/RODS/ETC
<b>กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก:</b>	677 IRON/STEEL RAILWAY MATL
<b>Textile, Garment, and Footwear (LT1)</b>	678 IRON/STEEL WIRE
611 LEATHER	691 IRON/STL/ALUM STRUCTURES
612 LEATHER MANUFACTURES	692 METAL STORE/TRANSPT CONT
613 FURSKINS TANNED/DRESSED	693 WIRE PROD EXC INS ELECTR
651 TEXTILE YARN	694 NAILS/SCREWS/NUTS/BOLTS
652 COTTON FABRICS, WOVEN	

695 HAND/MACHINE TOOLS	571 PRIMARY ETHYLENE POLYMER
696 CUTLERY	572 STYRENE PRIMARY POLYMERS
697 BASE METAL H'HOLD EQUIPM	573 VINYL CHLORIDE ETC POLYM
699 BASE METAL MANUFAC NES	574 POLYACETALS/POLYESTERS.
811 PREFABRICATED BUILDINGS	575 PLASTIC NES-PRIMARY FORM
821 FURNITURE/STUFF FURNISHG	579 PLASTIC WASTE/SCRAP
892 PRINTED MATTER	581 PLASTIC TUBE/PIPE/HOSE
893 ARTICLES NES OF PLASTICS	582 PLASTIC SHEETS/FILM/ETC
894 BABY CARR/TOY/GAME/SPORT	583 MONOFILAMENT RODS/STICKS
895 OFFICE/STATIONERY SUPPLY	591 HOUSEHOLD/GARDEN CHEMICAL
896 ART/COLLECTIONS/ANTIQUES	593 EXPLOSIVES/PYROTECHNICS
897 JEWELLERY	597 OIL ETC ADDITIVES/FLUIDS
898 MUSICAL INSTRUMS/RECORDS	598 MISC CHEMICAL PRODS NES
899 MISC MANUF ARTICLES NES	653 MAN-MADE WOVEN FABRICS
<b>กลุ่มสินค้ายานยนต์: Automotive(MT1)</b>	671 PIG IRON ETC FERRO ALLOY
781 PASSENGER CARS ETC	672 PRIMARY/PRODS IRON/STEEL
782 GOODS/SERVICE VEHICLES	679 IRON/STEEL PIPE/TUBE/ETC
783 ROAD MOTOR VEHICLES NES	786 TRAILERS/CARAVANS/ETC
784 MOTOR VEH PARTS/ACCESS	791 RAILWAY VEHICLES/EQUIPMT
785 MOTORCYCLES/CYCLES/ETC	882 PHOTOGRAPHIC SUPPLIES
<b>กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม: Chemicals</b>	883 CINE FILM DEVELOPED
<b>and Basic</b>	<b>กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม:</b>
<b>Metals (MT2)</b>	<b>Engineering Products (MT3)</b>
266 SYNTHETIC SPINNING FIBRE	711 STEAM GENERATING BOILERS
267 MAN-MADE FIBRES NES/WAST	713 INTERNAL COMBUST ENGINES
512 ALCOHOLS/PHENOLS/DERIVS	714 ENGINES NON-ELECTRIC NES
513 CARBOXYLIC ACID COMPOUND	721 AGRIC MACHINE EX TRACTR
533 PIGMENTS/PAINTS/VARNISH	722 TRACTORS
553 PERFUME/TOILET/COSMETICS	723 CIVIL ENGINEERING PLANT
554 SOAPS/CLEANSERS/POLISHES	724 TEXTILE/LEATHER MACHINRY
562 MANUFACTURED FERTILIZERS	

725 PAPER INDUSTRY MACHINERY	กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ : Electronics and Electrical and Other High-tech (HT)
726 PRINTING INDUSTRY MACHNY	
727 FOOD PROCESSING MACHINES	716 ROTATING ELECTR PLANT
728 SPECIAL INDUST MACHN NES	718 POWER GENERATING EQU NES
731 MACH-TOOLS REMOVE MTRIAL	751 OFFICE MACHINES
733 MTL M-TOOLS W/O MTL-RMVL	752 COMPUTER EQUIPMENT
735 METAL MACHINE TOOL PARTS	759 OFFICE EQUIP PARTS/ACCS.
737 METALWORKING MACHINE NES	761 TELEVISION RECEIVERS
741 INDUST HEAT/COOL EQUIPMT	764 TELECOMMS EQUIPMENT NES
742 PUMPS FOR LIQUIDS	771 ELECT POWER TRANSM EQUIP
743 FANS/FILTERS/GAS PUMPS	774 MEDICAL ETC EL DIAG EQUI
744 MECHANICAL HANDLING EQUI	776 VALVES/TRANSISTORS/ETC
745 NON-ELECTR MACHINES NES	525 RADIO-ACTIVE ETC MATRIAL
746 BALL/ROLLER BEARINGS	541 PHARMACEUT EXC MEDICAMNT
747 TAPS/COCKS/VALVES	542 MEDICAMENTS INCLUDE VET
748 MECH TRANSMISSION EQUUMNT	712 STEAM/VAPOUR TURBINES
749 NON-ELEC PARTS/ACC MACHN	792 AIRCRAFT/SPACECRAFT/ETC
762 RADIO BROADCAST RECEIVER	871 OPTICAL INSTRUMENTS NES
763 SOUND/TV RECORDERS ETC	874 MEASURE/CONTROL APP NES
772 ELECTRIC CIRCUIT EQUIPMT	881 PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT
773 ELECTRICAL DISTRIB EQUIP	778 ELECTRICAL EQUIPMENT NE
775 DOMESTIC EQUIPMENT	
793 SHIPS/BOATS/ETC	
812 SANITARY/PLUMB/HEAT FIXT	
813 LIGHTING FIXTURES ETC	
872 MEDICAL/ETC INSTRUMENTS	
873 METERS AND COUNTERS NES	
884 OPTICAL FIBRES	
885 WATCHES AND CLOCKS	
891 ARMS AND AMMUNITION	



## ภาคผนวก ข

## รายละเอียดการประมาณค่าแบบจำลอง

การวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของประเทศไทยต่อการค้าของประเทศไทย โดยแบ่งสินค้าในการศึกษาออกเป็น 9 กลุ่มตามระดับความเข้มข้นของเทคโนโลยีในการผลิตตามการศึกษาของ Lall (2000) โดยใช้วิธี Panel data analysis ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2550 โดยรายละเอียดของผลการศึกษามีดังนี้

## ตารางที่ ข-1 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าปฐมภูมิ

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$   
 Method: Panel EGLS (Period SUR)  
 Date: 05/01/10 Time: 11:06  
 Sample (adjusted): 2536 2550  
 Cross-sections included: 41  
 Total panel (balanced) observations: 615  
 Linear estimation after one-step weighting matrix  
 Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	375.2309	24.66011	15.21611	0.0000
LN $X(-1)$	-20.18757	1.445433	-13.96646	0.0000
V $(-1)$	-1.211874	0.394211	-3.074179	0.0022
GDP	1.458564	0.336951	4.328705	0.0000

## Weighted Statistics

R-squared	0.259566	Mean dependent var	0.125565
Adjusted R-squared	0.255930	S.D. dependent var	1.151621
S.E. of regression	0.993382	Sum squared resid	602.9401
F-statistic	71.39722	Durbin-Watson stat	2.024246
Prob(F-statistic)	0.000000		

## Unweighted Statistics

R-squared	0.097574	Mean dependent var	43.31149
Sum squared resid	20259390	Durbin-Watson stat	2.056998

ตารางที่ ข-2 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/01/10 Time: 11:18

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 35

Total panel (balanced) observations: 525

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	311.5280	17.19400	18.11841	0.0000
LN $X(-1)$	-16.82059	1.007531	-16.69487	0.0000
V(-1)	1.154497	0.575168	2.007234	0.0452
GDP	1.886761	0.223710	8.433974	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.410511	Mean dependent var	0.216487
Adjusted R-squared	0.407117	S.D. dependent var	1.293154
S.E. of regression	0.995715	Sum squared resid	516.5442
F-statistic	120.9389	Durbin-Watson stat	2.030031
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.058655	Mean dependent var	34.12534
Sum squared resid	20758771	Durbin-Watson stat	2.171464

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข-3 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าทรัพยากรพื้นฐาน

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/01/10 Time: 11:29

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 22

Total panel (balanced) observations: 330

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	147.4629	14.43460	10.21593	0.0000
LN $X(-1)$	-7.077494	0.760007	-9.312402	0.0000
V(-1)	-1.847361	0.350841	-5.265528	0.0000
GDP	1.009822	0.194833	5.183004	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.360058	Mean dependent var	0.215664
Adjusted R-squared	0.354169	S.D. dependent var	1.239399
S.E. of regression	0.996026	Sum squared resid	323.4138
F-statistic	61.14049	Durbin-Watson stat	1.991628
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.019865	Mean dependent var	27.78706
Sum squared resid	3272268.	Durbin-Watson stat	2.010631

ตารางที่ ข-4 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมาก

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/01/10 Time: 21:03

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 20

Total panel (balanced) observations: 300

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	130.1038	11.12674	11.69290	0.0000
LN $X(-1)$	-6.650062	0.600934	-11.06620	0.0000
V(-1)	-0.372043	0.116116	-3.204055	0.0015
GDP	1.602133	0.132498	12.09171	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.450009	Mean dependent var	0.574375
Adjusted R-squared	0.444435	S.D. dependent var	1.348239
S.E. of regression	1.004926	Sum squared resid	298.9236
F-statistic	80.73034	Durbin-Watson stat	2.004224
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.150407	Mean dependent var	7.950268
Sum squared resid	361222.0	Durbin-Watson stat	2.300798

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ ข-5 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/01/10 Time: 23:34

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 27

Total panel (balanced) observations: 405

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	478.9414	25.20768	18.99982	0.0000
LN $X(-1)$	-25.67710	1.403099	-18.30027	0.0000
V(-1)	-0.587619	0.347695	-1.690042	0.0918
GDP	4.725394	0.349429	13.52318	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.605929	Mean dependent var	0.462080
Adjusted R-squared	0.602981	S.D. dependent var	1.582150
S.E. of regression	0.996903	Sum squared resid	398.5204
F-statistic	205.5281	Durbin-Watson stat	1.986970
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.143369	Mean dependent var	34.41601
Sum squared resid	7128178.	Durbin-Watson stat	2.342471

ตารางที่ ข-6 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้ายานยนต์

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)

Date: 05/01/10 Time: 23:45

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 5

Total panel (balanced) observations: 75

Linear estimation after one-step weighting matrix

Cross-section SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	664.0272	138.2055	4.804637	0.0000
LN $X(-1)$	-34.02130	7.494033	-4.539785	0.0000
V(-1)	1.605203	0.697594	2.301058	0.0245
GDP	2.405685	0.813873	2.955848	0.0043

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics

R-squared	0.332261	Mean dependent var	0.584357
Adjusted R-squared	0.262497	S.D. dependent var	1.154589
S.E. of regression	0.991537	Sum squared resid	65.87081
F-statistic	4.762657	Durbin-Watson stat	1.855070
Prob(F-statistic)	0.000218		

Unweighted Statistics

R-squared	0.192176	Mean dependent var	50.88381
Sum squared resid	579547.0	Durbin-Watson stat	2.044539

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข-7 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/01/10 Time: 23:55

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 29

Total panel (balanced) observations: 435

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	570.9623	26.47369	21.56716	0.0000
LN $X(-1)$	-32.55095	1.592662	-20.43808	0.0000
V(-1)	-2.615550	0.486511	-5.376137	0.0000
GDP	9.750207	0.684423	14.24589	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.515121	Mean dependent var	0.046583
Adjusted R-squared	0.511746	S.D. dependent var	1.420880
S.E. of regression	0.992843	Sum squared resid	424.8526
F-statistic	152.6270	Durbin-Watson stat	2.069186
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.045160	Mean dependent var	61.88932
Sum squared resid	73204219	Durbin-Watson stat	2.175494

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข-8 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์วิศวกรรม

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 05/02/10 Time: 00:19

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 37

Total panel (balanced) observations: 555

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	284.6058	26.94143	10.56387	0.0000
LN $X(-1)$	-14.62515	1.458718	-10.02603	0.0000
V(-1)	0.903846	0.326215	2.770706	0.0058
GDP	1.176485	0.252447	4.660328	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.210331	Mean dependent var	0.221448
Adjusted R-squared	0.206031	S.D. dependent var	1.120706
S.E. of regression	0.998605	Sum squared resid	549.4634
F-statistic	48.92011	Durbin-Watson stat	2.050539
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.053517	Mean dependent var	32.32034
Sum squared resid	7587339.	Durbin-Watson stat	2.107440



ตารางที่ ข-9 ผลการประมาณการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

Dependent Variable:  $(X-X(-1))/X(-1)$

Method: Panel EGLS (Period SUR)

Date: 04/30/10 Time: 22:40

Sample (adjusted): 2536 2550

Cross-sections included: 19

Total panel (balanced) observations: 285

Linear estimation after one-step weighting matrix

Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1330.461	23.87278	55.73129	0.0000
LN $X(-1)$	-72.18663	1.074846	-67.15998	0.0000
V(-1)	9.614006	0.702594	13.68359	0.0000
GDP	9.401023	1.427817	6.584193	0.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.944843	Mean dependent var	0.238638
Adjusted R-squared	0.944254	S.D. dependent var	4.153698
S.E. of regression	0.980713	Sum squared resid	270.2654
F-statistic	1604.509	Durbin-Watson stat	1.996685
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.107895	Mean dependent var	99.69140
Sum squared resid	1.23E+08	Durbin-Watson stat	2.156435

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวเสาวนีย์ บุญประดับ เกิดวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2527 ณ จังหวัดฉะเชิงเทรา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนพนัสพิทยาคาร ในปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับสอง จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในปี พ.ศ. 2549 และได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2550



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย