

การศึกษาปัจจัยกระทบการส่งออกของไทย
และยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไข

รายงานการวิจัยเรื่อง

การศึกษาปัจจัยกระทบการส่งออกของไทย และยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไข

*Factors Determining Thailand's Export:
Strategy for Enhancing Competitiveness*

ฝ่ายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภทเพื่อแก้ปัญหาสำคัญของประเทศ
จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ธันวาคม 2541

คณะผู้วิจัย

ดร. ฉลองภพ สุธงส์กรกาญจน์	ผู้อำนวยการวิจัย
ดร. ณัฏฐพงศ์ ทองภักดี	หัวหน้าโครงการวิจัย
ดร. ปราณี ทินกร	ผู้เชี่ยวชาญอาวุโส
น.ส. จารุณี เต็มไพบูลย์	นักวิจัย
น.ส. ปณิษฐา พัวพันวัฒนะ	นักวิจัย
น.ส. ดวงฤดี ศิริเสถียร	นักวิจัย
นายจิรศักดิ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา	นักวิจัย
น.ส. พรทิพย์ หล่อไพบูลย์	นักวิจัย
นายก้าชัย นพคุณ	นักวิจัย

กิตติกรรมประกาศ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้รับมอบหมาย ให้ทำการวิจัยรายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัย กระบวนการส่งออกของไทย และยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไข เพื่อวิเคราะห์สาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหาจากการที่ การส่งออกของไทยประสบกับปัญหาอย่างมากในปี 2539 ก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจต่างๆตามมาหลายประการ พร้อมทั้งเสนอแนะยุทธศาสตร์และนโยบายการส่งออกไว้ด้วย คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่ให้ความอนุเคราะห์ทุนอุดหนุนการวิจัยประเภทเพื่อแก้ปัญหาสำคัญของประเทศ ประจำปี 2540 ขอขอบคุณ ข้าราชการ นักธุรกิจ ผู้ให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม ผู้เข้าร่วมสัมมนาระดมความคิดในวันที่ 6 สิงหาคม 2541 ณ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย และผู้เข้าร่วมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัยในวันที่ 14 กันยายน 2541 ณ โรงแรม เอส ซี ปาร์ค ตลอดจนหน่วยงานที่ได้ให้เอกสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย รายงานฉบับนี้จะไม่สามารถ สำเร็จลุล่วงได้ตามวัตถุประสงค์หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์ดังกล่าว

คณะผู้วิจัย

บทคัดย่อ

ชื่อโครงการ การศึกษาปัจจัยกระทบการส่งออกของไทย และยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไข
ชื่อผู้วิจัย ดร.ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์ (ผู้อำนวยการวิจัย)
ดร.ณัฐพงศ์ ทองภักดี (หัวหน้าโครงการวิจัย)
ดร.ปราณี ทินกร (ผู้เชี่ยวชาญอาวุโส)
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย ประเภทเพื่อแก้ไขปัญหาสำคัญของประเทศ ประจำปี 2540 จาก
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

อัตราการขยายตัวของการส่งออกไทยชะลอลงอย่างมากในปี 2539 ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมมีความซบเซา
ได้มีแนวคิดหลายประการเกี่ยวกับสาเหตุการชะลอตัวของการเพิ่มการส่งออกไทย แต่ยังไม่มีการศึกษาในรายละเอียด
งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญที่จะหาปัจจัยที่กำหนดการส่งออกของไทย เพื่อทำความเข้าใจถึงแบบแผนการเปลี่ยน
แปลงของการส่งออก และเสนอยุทธศาสตร์การส่งออกต่อไป

การศึกษาได้ใช้ข้อมูลการส่งออกของไทยวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอดีตและเน้นการเปลี่ยนแปลง
แปลงในช่วงปี 2539-2540 มีการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative
Advantage) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดที่สำคัญของไทยเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความสามารถ
ในการแข่งขันเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการทางเศรษฐมิติ หาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิง
ปริมาณต่อการส่งออกในสินค้าสำคัญห้าชนิด ในด้านปัจจัยเชิงคุณภาพการศึกษาได้วิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศรวม
ทั้งมาตรการของรัฐบาลที่มีผลต่อต้นทุนการส่งออก รวมทั้งมีการสัมภาษณ์และสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการโดยใช้
แบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า การขยายตัวของการค้าโลก และการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่
แท้จริง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกไทย ดังนั้นในปี 2539 การที่การค้าโลกมีการขยายตัวต่ำมาก โดยเฉพาะ
จากการมีอุปทานส่วนเกินของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริงของไทย
แข็งขึ้น ส่งผลให้การส่งออกของไทยมีการขยายตัวต่ำ นอกจากนี้การศึกษาพบว่า ไทยสูญเสียความสามารถในการ
แข่งขันสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และใช้แรงงานเข้มข้น ทั้งนี้ค่าแรงของไทยสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา อัตรา
ดอกเบี้ยก็สูงกว่าประเทศอื่นส่วนใหญ่ในเอเชีย ความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานมีน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น
มาตรการการลงทุนและภาษีโน้มเอียงในทางลบต่ออุตสาหกรรมส่งออก ปัจจัยเหล่านี้สร้างปัญหาที่สะสมและทำให้
สถานการณ์รุนแรงขึ้นทำให้การส่งออกในปี 2539 ของไทยชะลอตัวมากกว่าประเทศในเอเชียตะวันออกที่ประสบปัญหา
ด้านสภาวะแวดล้อมของเศรษฐกิจระหว่างประเทศเช่นเดียวกับไทย

ในการจะแก้ไขปัญหาการส่งออกนั้น ในระยะปัจจุบันที่อยู่ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจมีปัญหาหลายประการโดยเฉพาะความอ่อนแอของสถาบันการเงิน ทำให้ไม่สามารถปล่อยสินเชื่อตามปกติ ส่งผลต่อสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจอย่างรุนแรง นอกจากนี้นักลงทุนต่างประเทศยังขาดความเชื่อมั่นในความมั่นคงทางเศรษฐกิจทำให้มีการเคลื่อนย้ายทุนออกนอกประเทศ อีกทั้งเศรษฐกิจในเอเชียอยู่ในภาวะที่ไม่มีเสถียรภาพและมีการขยายตัวต่ำ ดังนั้นการจะแก้ไขปัญหาส่งออกจะต้องแก้ปัญหาเศรษฐกิจโดยรวมเป็นสิ่งสำคัญ โดยต้องแก้ปัญหาสถาบันการเงิน ให้ระบบเข้าสู่ดุลยภาพใหม่โดยเร็วและเกิดสภาพคล่องแก่ผู้ส่งออก รัฐบาลต้องเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของรัฐบาลโดยเฉพาะด้านการค้าภาษีเพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นของผู้ส่งออกและมีการใช้พันธมิตรทางการค้าระหว่างประเทศแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิด เพื่อวางนโยบายที่เหมาะสมในภูมิภาค ภายใต้ความตกลงกับกองทุนการเงินระหว่างประเทศ พยายามกระตุ้นให้ประเทศอุตสาหกรรมดำเนินมาตรการทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์กับภูมิภาคเอเชีย

สำหรับยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาว จากหลักฐานที่เราสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน จึงต้องมีมาตรการระดับโครงสร้างคือ (ก) ปรับโครงสร้างการผลิตทั้งการยกระดับอุตสาหกรรมที่มีอยู่และการปรับเปลี่ยนการผลิตโดยพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีทั้งด้านการผลิตและการจัดการ โดยการใช้แรงจูงใจทางการเงิน การพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน การพัฒนาสร้างความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (ข) สนับสนุนการลงทุนจากต่างชาติ (ค) พัฒนาด้านการตลาด โดยเฉพาะการสร้างเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ให้ยอมรับในภูมิภาค (ง) สร้างความเข้มแข็งในการเจรจาการค้า เพื่อลดอุปสรรคทางการส่งออก (จ) ปรับบทบาทและองค์รัฐเปลี่ยนจากการควบคุมเป็นกำกับดูแลให้การแข่งขันเป็นธรรม ให้เอกชนมีบทบาทในบริการของรัฐมากขึ้น รวมทั้งเร่งการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อสนับสนุนการส่งออก

ABSTRACT

Project Title: Factors Determining Thailand's Export : Strategy for Enhancing Competitiveness

Research Team: Dr.Chalongphob Sussangkarn (Director)
Dr.Nattapong Thongpakde (Project Leader)
Dr.Pranee Tinakorn (Senior Specialist)
Thailand Development Research Institute

Support: Research scholarship 1997 granted by The Nation Research Council of Thailand (NRCT), under research for solving important Thailand's problem category.

The sharp drop of the growth rates of Thai export since in 1996 resulting in the slow down of economic growth. Although there have been many explanations on the causes of this export slow down, no detailed analysis has been conducted. This research is, therefore, undertaken to examine factors affecting export with a view to understanding a pattern of export growth and providing strategies for enhancing competitiveness.

Accordingly, the study examines trend of past export focusing on the year 1996-1997. Revealed comparative advantage (RCA) index, as well as market shares of Thai exports in major markets, is calculated to investigate changes in comparative advantage and to identify our major competitors. Furthermore, an econometrics model of export demand is constructed and estimated to quantify factors determining exports of five major products. The study also evaluates qualitative domestic variables and government measures that have impacts on cost of exporting. Firm interviews and questionnaire survey are undertaken to gather entrepreneurs' views on export's problems and effectiveness of government measures to promote export. Finally recommendations are made on export strategy based on findings of the study.

The study finds that growth rates of world trade and real exchange rates have strong impacts on Thai export growth. Therefore, in 1996 when growth rate of world trade was very low with excess supply of electronics products and real exchange rate of baht was appreciated, it was inevitable that Thai export would slow down significantly. Furthermore, the study concludes that Thailand has been losing comparative advantage in resource-based and labor-intensive industries. Wage rates and interest rates in Thailand have been higher than many developing countries. The adequacy and quality of infrastructure are also low compared to many countries. Moreover, investment policy and tariff structure have been biased against the export sector. These problems have been accumulated and made the situation worse, therefore in 1996 Thai growth rates of export was lower than those of other East Asia countries who faced similar international environment.

Thailand is in the worst economic crisis in her history facing many problems especially the weak financial institutes: The financial system cannot provide enough loan to the real sector, thus creating liquidity problem in the economy. Economic problems make foreign investors lose confidence resulting in capital outflow. Furthermore, due to contagious effect, East Asia's economy is unstable with excessively low growth. To cope with export problems under this environment, it is necessary to solve financial problem in order to restore the system to a new equilibrium so that the credit can be provided to exporters alleviating their liquidity problem. To lift unnecessary burden on exporters, the government has to increase efficiency of government services especially in value added tax refund. Moreover, since the external environment is important, the government should try to use international forum to exchange information and idea with, and to learn from experiences of other countries' experts and policy planners in order to strengthen ability to set appropriate policy and to monitor the situation in the region. The international community should also encourage

industrial countries to conduct their economic measures, that are beneficial to crisis-plagued Asian countries.

For medium and long term export strategies, we need to make the structural adjustment since the study shows that Thai exports are losing competitiveness. The strategies include: (a) Upgrading and restructuring industries by improving innovation in technology and management. Financial and fiscal assistance, training of management and labor, and small and medium enterprises development are key measures to this industrial restructuring. (b) Promoting and supporting foreign direct investment. (c) Developing marketing, especially promoting company's brand name in the region. (d) Strengthening the trade negotiation in order to reduce export barriers. (e) Adjusting roles of government from control to supervision with the objective of promoting fair competition. Private sector should be allowed to invest and provide some services, which are presently under government's responsibility. Furthermore, tariff structure should be reformed to enhance export competitiveness.

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	v
บทคัดย่อ	vii
Abstract	ix
สารบัญตาราง	xv
สารบัญรูป	xvii
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วิธีการศึกษา.....	3
3. โครงสร้างของรายงาน.....	5
บทที่ 2 โครงสร้างการส่งออกของไทย	7
1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกของไทย.....	7
1.1 การส่งออกจำแนกตามสาขาการผลิต.....	7
1.2 การส่งออกจำแนกตามตลาดสินค้าที่สำคัญ.....	8
1.3 การส่งออกจำแนกตามสินค้าออกที่สำคัญ.....	9
2. การเปลี่ยนแปลงดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	12
2.1 การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย	12
2.2 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยกับคู่แข่ง.....	16
3. การส่งออกสินค้าไทย ปี 2539 - ไตรมาสแรกปี 2541.....	27
3.1 การส่งออกไทยในรายสินค้า.....	27
3.2 การส่งออกในตลาดที่สำคัญ	33
บทที่ 3 สภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกไทย	37
1. การขยายตัวการค้าโลก	37
1.1 อัตราการขยายตัวของการส่งออกและผลผลิตรวมของโลก	37
1.2 สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมที่สำคัญ	41

2. อัตราแลกเปลี่ยน	55
2.1 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริง (Real Exchange Rate: RER)	55
2.2 การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ และค่าที่แท้จริงในช่วงปี 2528-2539	57
2.3 การลดค่าเงินบาท และค่าเงินสกุลอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย	64
3. การแข่งขันกับประเทศอื่น	67
3.1. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญในปี 2539	67
3.2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญในปี 2540	73
3.3. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่น ๆ	74
บทที่ 4 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกในสินค้าสำคัญ	
โดยใช้แบบจำลองเศรษฐกิจ	77
1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก	77
2. โครงสร้างตลาดและข้อมูลด้านประเทศคู่แข่ง	79
3. ผลประมาณการ	80
3.1 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Garments)	84
3.2 รองเท้า (Footwear)	89
3.3 ผลิตภัณฑ์พลาสติก (Plastic Products)	90
3.4 กุ้งสดแช่แข็ง (Frozen Shrimp)	91
3.5 คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (Computer and Parts)	93
4. การตอบสนองของปริมาณการส่งออกต่อตัวแปรเศรษฐกิจ	95
บทที่ 5 ปัจจัยและมาตรการภายในประเทศที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกไทย	97
1. ปัจจัยด้านต้นทุน	97
1.1 ต้นทุนปัจจัยการผลิต	97
1.2 ต้นทุนโครงสร้างพื้นฐาน	99
2. ทรัพยากรมนุษย์	103
3. ความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	109
4. มาตรการและการบริการของรัฐบาล	112
4.1 มาตรการด้านภาษี	112
4.2 มาตรการด้านการส่งเสริมการส่งออก	118
4.3 มาตรการทางการเงิน	122

บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	127
1. สรุปปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออก	127
2. สภาวะแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศในอนาคต.....	130
3. ยุทธศาสตร์การส่งออกในระยะสั้น.....	134
4. ยุทธศาสตร์ระดับโครงสร้าง	137
บรรณานุกรม	145
ภาคผนวก ก ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทย	149
ภาคผนวก ข มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดของสินค้า 13 รายการในตลาดสำคัญ	151
ภาคผนวก ค ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า 5 รายการที่เลือกศึกษาทางเศรษฐกิจ	171
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม ปัญหาการส่งออกและแนวโน้มของอุตสาหกรรมในอนาคต	175
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล	179

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1	สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย	11
ตารางที่ 2.2	อัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ปี 2539-ไตรมาสแรก ปี 2541	28-29
ตารางที่ 2.3	อัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออก และการเปลี่ยนแปลงราคาต่อหน่วย ของสินค้าที่สำคัญ.....	32
ตารางที่ 2.4	อัตราการขยายตัวการส่งออก จำแนกตามประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี 2539-ไตรมาสแรกปี 2541.....	34-35
ตารางที่ 3.1	การขยายตัวการส่งออกโลก	38
ตารางที่ 3.2	ประมาณการขยายตัวของผลผลิตรวม	40
ตารางที่ 3.3	การค้าแผงวงจรไฟฟ้า (SITC 776) ของประเทศที่มีการค้าสูง 5 อันดับแรกเทียบกับไทย.....	43
ตารางที่ 3.4	อัตราส่วน Book to Bill ของเซมิคอนดักเตอร์	45
ตารางที่ 3.5	การค้าคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (SITC 752) ของประเทศที่มีการค้าสูง 5 อันดับแรกเทียบกับไทย.....	47
ตารางที่ 3.6	การค้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (SITC 65: 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659) ของประเทศที่มีการค้ามากที่สุด 5 อันดับแรกเทียบกับไทย	52
ตารางที่ 3.7	การค้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม (SITC 84: 841, 842, 843, 844, 845, 846) ของประเทศที่มีการค้ามากที่สุด 5 อันดับแรกเทียบกับไทย	53
ตารางที่ 3.8	ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทและเงินสกุลต่างๆ ของประเทศ ในทวีปเอเชียเทียบกับดอลลาร์ สรอ. (ช่วงก่อนและหลังการลดค่าเงินบาท)	66
ตารางที่ 3.9	แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา ปี 2538 - 2540.....	68
ตารางที่ 3.10	แหล่งนำเข้าที่สำคัญของญี่ปุ่น ปี 2538 - 2540	69
ตารางที่ 3.11	แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสหภาพยุโรป ปี 2537 - 2539	70
ตารางที่ 3.12	การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าไทย 13 รายการ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรปในปี 2539 และ 2540	71
ตารางที่ 3.13	ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในปี 2539 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง และคาดว่าจะเป็คู่แข่งทางการค้าในอนาคต	76
ตารางที่ 3.14	ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในตลาดญี่ปุ่น ในปี 2540 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง	76
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่งในสินค้าส่งออกสำคัญของไทย 5 รายการ	81
ตารางที่ 4.2	ผลประมาณการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก.....	83
ตารางที่ 4.3	การตอบสนองต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจของสินค้าส่งออก 5 รายการของประเทศไทย.....	96

	หน้า
ตารางที่ 5.1 ค่าจ้างรายปีในภาคอุตสาหกรรม (ดอลลาร์สหรัฐ).....	98
ตารางที่ 5.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้.....	99
ตารางที่ 5.3 อันดับของประเทศต่างๆ ในดัชนีทางโครงสร้างพื้นฐาน ปี 2541.....	101
ตารางที่ 5.4 ดัชนีการสื่อสารรายปีของประเทศแถบเอเชีย อังกฤษและสหรัฐอเมริกา ในปี 2540	102
ตารางที่ 5.5 อันดับของประเทศต่างๆ ในดัชนีทางทรัพยากรมนุษย์.....	104
ตารางที่ 5.6 จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม และฝึกอาชีพ จำแนกตามหน่วยงานของรัฐ ปี 2536-38	108
ตารางที่ 5.7 ดัชนีวัดความสามารถในทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ในปี 2537	110
ตารางที่ 5.8 การจดสิทธิบัตร (patents) ของประเทศต่างๆ ในปี 2538.....	111
ตารางที่ 5.9 การจดสิทธิบัตร (patents) ในประเทศสหรัฐอเมริกา.....	112
ตารางที่ 5.10 โครงสร้างภาษีของอาเซียน.....	113
ตารางที่ 5.11 อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง (ERP) แยกรายสาขานำเข้า	115
ตารางที่ 5.12 อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง (ERP) แยกรายสาขาส่งออก.....	116
ตารางที่ 5.13 การคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มที่วราขอาณาจักร	117
ตารางที่ 5.14 มูลค่าสินค้าส่งออกและสินเชื่อเพื่อการส่งออกของธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน EXIM BANK และ IFCT	126
ตารางที่ 6.1 การเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ	132

สารบัญรูป

หน้า

รูปที่ 2.1	สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย จำแนกตามสาขาการผลิต.....	7
รูปที่ 2.2	สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย จำแนกตามประเทศคู่ค้าที่สำคัญ.....	8
รูปที่ 2.3	ค่า RCA ของสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะ.....	13
รูปที่ 2.4	ค่า RCA ของสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรง.....	14
รูปที่ 2.5	ค่า RCA ของสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ.....	14
รูปที่ 2.6	ค่า RCA ของสินค้าเกษตรกรรม.....	16
รูปที่ 2.7	สินค้าที่ไทยมี RCA เป็นอันดับ 1.....	17-18
รูปที่ 2.8	สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 2.....	20-22
รูปที่ 2.9	สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 3.....	24-25
รูปที่ 2.10	สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 4.....	26
รูปที่ 3.1	อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของเงินสกุลต่าง ๆ ต่อดอลลาร์ สรอ. : เทียบปีฐาน 2533 = 100.....	57
รูปที่ 3.2	การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติของเงินสกุลต่างๆ ในรูปเงินบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2528-2539 (2533 = 100).....	59
รูปที่ 3.3	อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (บาทต่อ 1 หน่วยเงินตราต่างประเทศ : 2533 = 100)	60
รูปที่ 3.4	อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (MRER) ต่อดอลลาร์ สรอ. เทียบปีฐาน (2533=100)	63
รูปที่ 3.5-3.7	การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต่างๆ ในเอเชียใน term ของดอลลาร์ สรอ. ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 (ก.ค. 40 = 100).....	64-65
รูปที่ 4.1	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป : ส่งออกไปที่ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	86
รูปที่ 4.2	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป : ส่งออกไปที่ประเทศญี่ปุ่น	87
รูปที่ 4.3	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป : ส่งออกไปที่ประเทศสหภาพยุโรป	88
รูปที่ 4.4	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของรองเท้า	90
รูปที่ 4.5	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของผลิตภัณฑ์พลาสติก	91
รูปที่ 4.6	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของกุ้งสดแช่แข็ง.....	92
รูปที่ 4.7	แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	94

	หน้า
รูปที่ 5.1 แสดงอันดับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศต่าง ๆ ในปี 2536-2541	103
รูปที่ 5.2 สัดส่วนการจ้างงานแบ่งตามระดับการศึกษาในภาคเกษตร	106
รูปที่ 5.3 สัดส่วนการจ้างงานแบ่งตามระดับการศึกษา ในภาคอุตสาหกรรม	106
รูปที่ 5.4 สัดส่วนการจ้างงานแบ่งตามระดับการศึกษา ในภาคบริการ	107
รูปที่ 5.5 สัดส่วนการจ้างงานของประเทศไทยแบ่งตามระดับการศึกษาของไทย	107

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบความสำเร็จในด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นอย่างดี โดยการส่งออกเป็นพลังผลักดันที่สำคัญ ในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 1980 การส่งออกขยายตัวเฉลี่ยถึงร้อยละ 23.5 ระหว่างปี 2528-2533 (ค.ศ. 1985-1990) ส่งผลให้การขยายตัวของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.25 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน อัตราการเพิ่มของการส่งออกยังอยู่ในระดับสูงระหว่างปี 2533-2538 นอกจากด้านการขยายตัวอย่างรวดเร็วแล้ว การส่งออกของประเทศไทยยังมีการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างอีกด้วย โดยเปลี่ยนจากการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้สัดส่วนสินค้าออกที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมสูงกว่าสินค้าเกษตร ตั้งแต่ปี 2528 ในอดีตสินค้าออกหลักของไทยเป็นสินค้าเกษตร เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อยและน้ำตาล ในปัจจุบันสินค้าออกที่สำคัญลำดับต้นคือ เครื่องคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน เสื้อผ้าสำเร็จรูป แผงวงจรไฟฟ้า ในด้านของสินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกก็พัฒนาจากสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น มาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีปานกลาง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ผ่านนโยบายเศรษฐกิจส่วนรวม 2537) การส่งออกจึงเป็นสิ่งที่สำคัญทั้งในด้านการขยายตัวของเศรษฐกิจและการปรับโครงสร้างการผลิตและการค้า ให้ความเป็นอุตสาหกรรมสูงขึ้น ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนขึ้น

ในปี 2539 ภาวะเศรษฐกิจไทยได้ซบเซาลงอย่างมากเมื่อเทียบกับในช่วง 4-5 ปีก่อน ในปี 2538 การส่งออกของไทยขยายตัวในอัตราที่สูง คือประมาณร้อยละ 19.08 และอัตราการขยายตัวของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศเป็นร้อยละ 8.16 แม้ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2538 มีปัญหาด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอยู่บ้าง โดยที่อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับร้อยละ 5.77 และการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดเทียบกับรายได้ประชาชาติอยู่ในระดับร้อยละ 8.89 แต่ในช่วงปลายปี 2538 สถาบันต่างๆ ที่ทำการคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจก็ยังคงคาดการณ์ว่าการส่งออกของไทย และเศรษฐกิจโดยรวมยังคงสามารถขยายตัวได้ดีต่อไปในปี 2539 อย่างไรก็ตาม ภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2539 ไม่ได้เป็นไปตามที่คาด โดยเฉพาะการส่งออกประสบปัญหาอย่างหนัก มีอัตราการเพิ่มชะลอตัวลงอย่างมาก โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.41 การลดลงของการส่งออกนี้ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความซบเซาของระบบเศรษฐกิจโดยรวมโดยการขยายตัวของผลผลิตภายในประเทศที่แท้จริงลดลงเหลือร้อยละ 5.79 ปัญหารายได้ของรัฐขยายตัวในอัตราที่ต่ำจนทำให้ปีงบประมาณ 2540 เป็นปีแรกที่ประเทศไทยมีการขาดดุลงบประมาณ หลังจากมีการเกินดุลหลายปีติดต่อกัน นอกจากนี้ยังมีผลต่อปัญหาการขาดดุลบัญชีการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดอีกด้วย

จากการที่การส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจไทย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจเหตุผลที่การส่งออกชะลอตัวลงอย่างมากในปี 2539 ทั้งนี้เพื่อสามารถกำหนดแนวทางแก้ไขได้อย่างถูกต้อง และวางรากฐานสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในอนาคต อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจถึงเหตุผลที่การ

ส่งออกของไทยขบเซาลงมากในปี 2539 ยังไม่ชัดเจนนัก มีหลายเหตุผลที่ได้มีการนำมาใช้อธิบายการชะลอตัวของ การส่งออก เช่น

- 1) การชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก
- 2) การที่ไทยถูกแย่งชิงตลาดจากประเทศคู่แข่งที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า
- 3) นโยบายที่เข้มงวดทางด้านการเงิน ทำให้อัตราดอกเบี้ยในประเทศสูงมาก มีผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้า สูงกว่าในประเทศคู่แข่ง
- 4) การแข็งตัวของเงินบาทตามเงินดอลลาร์ สรอ. ทำให้ราคาสินค้าไทยแพงขึ้นในตลาดที่เงินอ่อนตัวลงมาก เมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ สรอ.
- 5) การที่มีการสะสมสินค้าคงคลัง (inventory) ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์สูง ทำให้ราคาในตลาดโลก ลดลง
- 6) ปัญหาในการผลิตสินค้าของไทยเอง เช่นในเรื่องสัตว์น้ำทะเล หรือเครื่องจักรที่ล้าสมัยในอุตสาหกรรมบาง ประเภท เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น
- 7) ตัวเลขการส่งออกในปี 2538 สูงเกินความจริง เนื่องจากการโก่งการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มจากการ ส่งออก
- 8) กฎระเบียบและการปฏิบัติงานของภาครัฐทำให้ต้นทุนของภาคเอกชนสูงขึ้นมาก เช่น ในเรื่องความล่าช้า ในการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือภาษีศุลกากรตามมาตรา 19 ทวิ

เหตุผลต่างๆ เหล่านี้คงอยู่เบื้องหลังการชะลอตัวของการส่งออกในปี 2539 บ้างไม่มากนักน้อย แต่อย่างไรก็ตาม คำอธิบายต่างๆ ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควรว่าปัจจัยใดเป็นสาเหตุสำคัญแค่ไหน ที่ทำให้การส่งออกของไทยขบเซาลงมากใน ปี 2539 เช่นเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก ซึ่งในปี 2539 อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเป็น ร้อยละ 4.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.7 ในปี 2538 (IMF 1997) แม้ว่าบางประเทศจะมีการขยายตัวของผลผลิตมวลรวม ประชาชาติต่ำกว่าปีที่ผ่านมา เช่น เยอรมัน สหราชอาณาจักร แคนาดา และสหภาพยุโรป แต่ก็ไม่น่าถึงขั้นที่ทำให้การ ส่งออกของไทยไม่สามารถขยายตัวได้เลย ทั้งที่ในปี 2538 การส่งออกของไทยขยายตัวได้ถึงร้อยละ 19.08 หรือในเรื่อง ของการถูกแย่งชิงตลาดจากประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทย ทำให้ประเทศที่นำเข้าสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลักใน การผลิตหันไปซื้อจากประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานถูกกว่าไทย ถึงแม้ว่าเหตุผลนี้คงมีส่วนในการอธิบายการลดลงอย่าง มากของการส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลักในการผลิต เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป และรองเท้า แต่ในเวลาเดียวกัน หลาย ประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยก็ได้ประสบปัญหาการขบเซาของการส่งออกเช่นกัน โดยเฉพาะประเทศจีน ดังนั้น จึงยังไม่แน่ชัดว่าการอธิบายปัญหาการส่งออกของไทยในปี 2539 ด้วยเหตุผลนี้จะสามารถอธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นได้ มากน้อยเพียงใด ในส่วนของเหตุผลอื่นๆ ก็เช่นกัน ถึงแม้ว่าแต่ละเหตุผลน่าจะมีส่วนช่วยอธิบายการขบเซาของภาวะ การส่งออกของไทยในปี 2539 แต่ยังไม่เคยมีการวิเคราะห์ให้ลึกลงไปว่าเหตุผลเหล่านี้สามารถอธิบายปัญหาการส่งออก ของไทยได้มากน้อยเพียงใด

เนื่องจากปัญหาการส่งออกเป็นปัญหาที่สำคัญยิ่งสำหรับเศรษฐกิจไทย จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องมีการ วิเคราะห์อย่างชัดเจนว่าเกิดขึ้นเพราะเหตุผลใดการส่งออกของไทยจึงชะลอตัวลง โดยมองทั้งปัจจัยที่ส่งผลในระยะสั้น

และระยะยาว เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการกำหนดนโยบายแก้ไขให้ตรงจุด โครงการวิจัยนี้จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่ได้กระทบการส่งออกของไทย โดยเน้นผลกระทบที่มีต่อการชะงักงันของการส่งออกปี 2539 ตลอดจนเสนอแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายสนับสนุนการส่งออกในอนาคต

2. วิธีการศึกษา

ข้อสันนิษฐานสาเหตุการชะลอตัวของการส่งออกปี 2539 มีอยู่หลายประการดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้อาจแยกได้เป็นสองแนวคิด กรอบความคิดแนวหนึ่งมองสาเหตุของปัญหาในลักษณะโครงสร้าง บทความของ Paul Krugman (1994) ให้ความคิดว่าการส่งออกของประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งขยายตัวอย่างมากในทศวรรษที่ 1980 จะต้องหยุดชะงักในที่สุด เนื่องจากว่าการขยายตัวที่ผ่านมาเป็นผลมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตคือ แรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักรเป็นพื้นฐานสำคัญ ไม่ได้สืบเนื่องมาจากการพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) หรือการพัฒนาเทคโนโลยี ดังนั้นเมื่อปัจจัยการผลิตไม่สามารถขยายตัวต่อไปได้ รวมทั้งการแข่งขันสูงขึ้น ประเทศเหล่านี้ก็ไม่สามารถรักษาระดับการขยายตัวของการส่งออกได้ ดังนั้นการชะลอตัวของการผลิตและการส่งออกจึงเป็นปัญหาโครงสร้างจากการขาดการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยี ปัญหาในลักษณะโครงสร้างนี้ยังมีการศึกษาที่ให้แนวคิดว่าการส่งออกของไทยจะต้องปรับตัวในเวทีการค้าโลกสืบเนื่องจากการที่มีการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต โดยสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นจะถูกช่วงชิงตลาดจากประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า อีกทั้งต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นในเวทีการค้าโลก กฎกติกาการค้าโลกที่มีความซับซ้อนขึ้น รวมทั้งกระแสความคิดหลักด้านการพิทักษ์สิทธิมนุษยชนและการรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งประเทศอุตสาหกรรมใช้เป็นข้ออ้างในการกีดกันการค้า (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา 2540; ญัฏฐพงศ์ และศิริพร 2540) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างนี้จะส่งผลกระทบต่อขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย

แนวคิดอีกแนวหนึ่งมองปัญหาการชะลอตัวของการส่งออกของไทย และประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2539 ว่ามิใช่เป็นปัญหาโครงสร้าง ส่วนหนึ่งเป็นสาเหตุจากวัฏจักรของการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของแผงวงจรไฟฟ้าที่มีการผลิตเกินความต้องการในปีก่อน การที่ค่าเงินดอลลาร์มีค่าสูงขึ้นและประเทศเหล่านี้ผูกค่าเงินไว้กับเงินสกุลดอลลาร์ทำให้ราคาสินค้าส่งออกสูงขึ้น การที่อัตราค่าเงินบาทของประเทศไทยลดลงต่ำลง ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากบางประเทศวางมาตรการทางการเงินการคลังที่ตึงตัวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเงินเฟ้อ ลักษณะเช่นนี้แสดงว่าการชะลอตัวของการส่งออกที่ผ่านมาเป็นปัญหาระยะสั้น มากกว่าที่จะเป็นปัญหาด้านโครงสร้าง (Kline 1997; Asia Miracle 1997; Get a Grip 1997)

การศึกษาจึงจะมองปัญหาทั้งในด้านที่เป็นปัญหาในระยะสั้น โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในปี 2539 รวมทั้งการแข่งขันของสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย ลักษณะการตลาดและการผลิต นอกจากนี้จะต้องพิจารณาปัญหาลักษณะโครงสร้าง โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มการส่งออก วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ปัญหาที่จะเผชิญในอนาคต บทบาทรัฐบาลในการวางมาตรการส่งเสริมการส่งออก โดยการวิจัยจะใช้วิธีการต่างๆ ดังนี้

ศึกษาแนวโน้ม (Trend) ของการส่งออกของไทยโดยรวมและสินค้าส่งออกที่สำคัญ เพื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในปี 2539 นอกจากนี้ในสินค้าที่สำคัญคือ อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จะพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและการค้าสินค้าดังกล่าวในตลาดโลก เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างตลาด การผลิต และความต้องการของสินค้าดังกล่าวที่มีผลต่อการส่งออกของไทย

เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage—RCA)

$$RCA = (X_{ik} / \sum X_k) / (X_{iw} / \sum X_w)$$

โดยที่ X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ K

X_{iw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของทั้งโลก

ทั้งนี้ถ้าสัดส่วนของดัชนีนี้มีค่าสูงกว่าหนึ่งกล่าวได้ว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้านั้นๆ โดยมีสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นๆ มากกว่าสัดส่วนที่มีการส่งออกสินค้านั้นในตลาดโลก แม้ว่าดัชนีนี้มีข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากไม่สามารถแยกความได้เปรียบที่เกิดจากความสามารถในการผลิต และที่เกิดจากการใช้นโยบายการค้าของรัฐบาลทั้งของประเทศผู้ส่งออกและนำเข้า แต่ก็มีผู้ใช้อย่างแพร่หลายเนื่องจากมีการคำนวณและการตีความไม่ซับซ้อนมาก (ตัวอย่างเช่น Wisarn and Felt 1995; ญักรูพงศ์ และคณะ 2534)

การศึกษาจะคำนวณการเปลี่ยนแปลงของดัชนี RCA ของไทย เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน และคำนวณค่า RCA ของประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทย เพื่อเปรียบเทียบกับอีกด้วย นอกจากนี้จะมีการศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ในปี 2539 และ 2540 เพื่อวิเคราะห์ว่ามีสินค้าสำคัญใดบ้างที่มีปัญหาในการส่งออก และประเทศใดเป็นคู่แข่งที่สำคัญ

1) เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกระบุว่าเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการชะลอตัวของการส่งออก การศึกษาจึงจะเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนของไทยกับเงินตราสกุลที่สำคัญ ทั้งอัตราแลกเปลี่ยนปกติ (nominal exchange rate) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (real exchange rate) ซึ่งพิจารณาอัตราเงินเฟ้อของไทยกับประเทศคู่ค้าด้วย เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันที่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

2) การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ สร้างแบบจำลองอุปสงค์ของการส่งออกของไทยเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยต่างๆ จากทั้งปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยในต่างประเทศที่กระทบการส่งออกของไทย ทั้งนี้การศึกษาจะเน้นที่การศึกษาสินค้าที่สำคัญคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก กุ้งแช่แข็ง คอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วน แบบจำลองจะมีลักษณะเป็นสมการเดี่ยวประมาณการเป็นรายสินค้า ซึ่งมีความเหมาะสมเพราะประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายเล็กปริมาณการส่งออกไม่มีผลต่อราคาในตลาดโลก จึงไม่มีปัญหาความโน้มเอียง (biased) ที่จะต้องแก้โดยการประมาณการแบบระบบสมการ (Simultaneous Equations) ทั้งนี้ตัวแปรอิสระที่จะใช้ทดสอบการ

วิเคราะห์เชิงปริมาณนี้คือ ราคาในตลาดโลกของสินค้านั้น อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยและของประเทศคู่แข่ง รายได้ของประเทศผู้นำเข้า ทั้งนี้จะพยายามศึกษาแยกตามตลาดสินค้าที่สำคัญ

3) ศึกษามาตรการทางการเงิน การคลัง การส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรม และกฎระเบียบของภาครัฐ ที่มีผลต่อการส่งออก โดยวิเคราะห์ว่า มาตรการและกฎระเบียบดังกล่าวจะมีผลต่อต้นทุนของผู้ส่งออกอย่างไรบ้าง ทั้งนี้จะมีการสัมภาษณ์นักธุรกิจ รวมทั้งใช้วิธีการสำรวจโดยแบบสอบถาม ซึ่งนอกจากจะได้รับความเห็นของภาคเอกชนต่อ มาตรการของรัฐบาลแล้ว ยังครอบคลุมถึงปัญหาทางธุรกิจและการปรับตัวในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ตลอดจนการวางแผนการลงทุนในอนาคต

4) ผลการศึกษาข้างต้นจะนำมาใช้เป็นพื้นฐาน เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะทางด้านยุทธศาสตร์และนโยบาย สนับสนุนการส่งออก ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาการชะลอตัวของการส่งออกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และปัญหาด้านโครงสร้างที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกในอนาคต

3. โครงสร้างของรายงาน

รายงานนี้ประกอบด้วยหกบท บทต่อไปเป็นการวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออกของไทยแยกตามสาขาอุตสาหกรรม สินค้าสำคัญและตลาด โดยดูทั้งแนวโน้มระยะยาวและการเปลี่ยนแปลงในปี 2539 — ไตรมาสแรกของปี 2541 รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบของไทย จากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ว่าสภาวะแวดล้อมใดบ้างที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกไทย ซึ่งบทที่สามจะกล่าวถึงสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศในด้านการขยายตัวทางการค้าและการผลิต การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกไทยในตลาดที่สำคัญ บทที่สี่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยวิธีการทางเศรษฐมิติ เพื่อวัดว่าตัวแปรด้านราคา อัตราแลกเปลี่ยน และรายได้ของประเทศผู้นำเข้ามีผลต่อการส่งออกในสินค้าที่สำคัญของไทยอย่างไร บทที่ห้าเน้นปัจจัยและ มาตรการภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออก โดยพยายามเปรียบเทียบกับประเทศอื่น เพื่อพิจารณาข้อได้เปรียบเสียเปรียบของไทย บทสุดท้ายเป็นการสรุปและเสนอยุทธศาสตร์การส่งออกเป็นแนวทางเพื่อพิจารณาในการวางนโยบายต่อไป

บทที่ 2

โครงสร้างการส่งออกของไทย

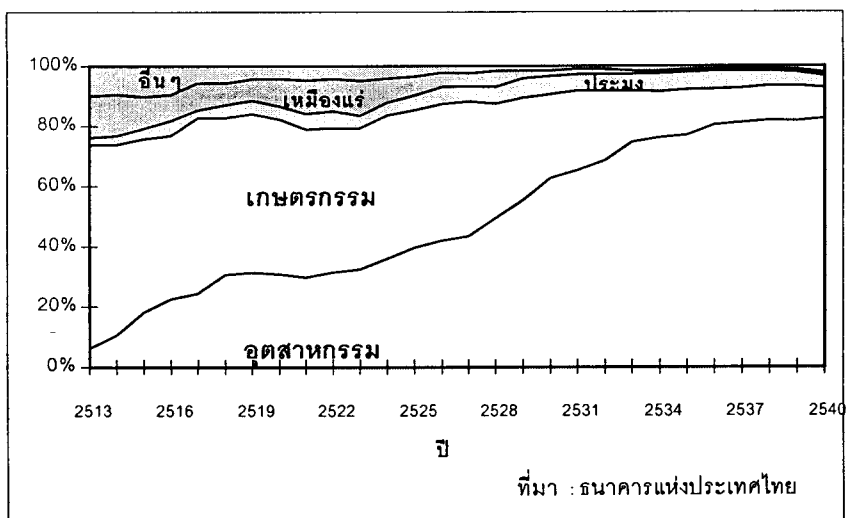
1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกของไทย

1.1 การส่งออกจำแนกตามสาขาการผลิต

การส่งออกของไทยสามารถจำแนกตามสาขาการผลิตได้เป็น 7 สาขา ได้แก่ เกษตรกรรม, อุตสาหกรรม, เหมืองแร่, ประมง, ป่าไม้, สินค้านำเข้าเพื่อการส่งออก และสินค้าเบ็ดเตล็ด จากข้อมูลการส่งออกในปี 2513-2539 พบว่า สาขาการส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรม, เกษตรกรรม เหมืองแร่ และประมง มีการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างเป็นอย่างมาก

การส่งออกสินค้าไทยมีแนวโน้มที่จะพึ่งพาสินค้าอุตสาหกรรม มากขึ้น โดยสินค้าออกภาคเกษตรและเหมืองแร่มีสัดส่วนการส่งออกลดลงอย่างรวดเร็ว (รูปที่ 2.1) ในช่วงที่ทำการศึกษพบว่า สินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 6.11 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2513 โดยสัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นร้อยละ 55.35 ในปี 2529 และเพิ่มขึ้นมีค่าสูงกว่าร้อยละ 80 ตั้งแต่ปี 2536 โดยในปี 2540 สัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นร้อยละ 82.42

รูปที่ 2.1 สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย จำแนกตามสาขาการผลิต



สินค้าเกษตรในปี 2513 มีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 67.50 ซึ่งสัดส่วนการส่งออกสินค้าเกษตรลดลงอย่างรวดเร็วในช่วง 20 กว่าปีที่ผ่านมา ปี 2521 สินค้าเกษตรส่งออกเป็นร้อยละ 49.19 ของมูลค่าการส่งออกรวม จนในที่สุดปี 2528 การส่งออกของสินค้าเกษตรก็มีสัดส่วนที่ต่ำกว่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม โดยมีสัดส่วนการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นร้อยละ 37.96 ขณะที่สัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นร้อยละ 49.45 และในปี 2540 สินค้าเกษตรมีสัดส่วนการส่งออกลดลงเหลือเพียงร้อยละ 10.18

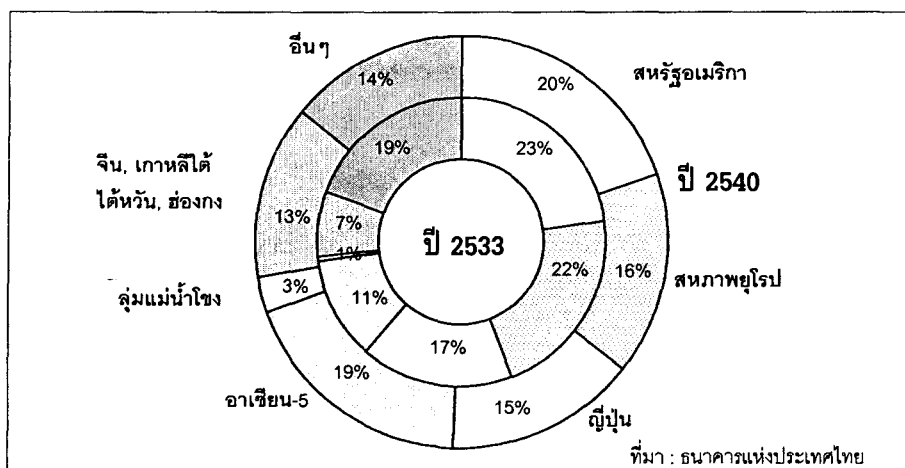
ในส่วนของสินค้าประมงเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนการส่งออกในปี 2513 แล้วมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แต่ช่วงเวลาดังแต่ปี 2529-2540 สัดส่วนการส่งออกสินค้าประมงปรับลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 6.36 ในปี 2529 เป็นร้อยละ 4.00 ในปี 2540 เหมือนแร่เป็นสินค้าออกของไทยที่สำคัญในอดีต (ปี 2513 มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 13.93) แต่สินค้าออกในสาขานี้ลดบทบาทลงอย่างรวดเร็วจนในปี 2535 สัดส่วนการส่งออกลดลงต่ำกว่าร้อยละ 1.0 เนื่องจากขาดแหล่งแร่ภายในประเทศ

1.2 การส่งออกจำแนกตามตลาดสินค้าที่สำคัญ

เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านข้อมูล ในการจัดกลุ่มประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลการส่งออกที่ทำการศึกษาลงอยู่ในช่วงปี 2533-2540 ซึ่งพอจะเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการส่งออกไทยเน้นที่จะส่งออกไปยังตลาดในประเทศใกล้เคียงเพิ่มขึ้น

สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยไปยังสหรัฐอเมริกา (ตลาดหลักในกลุ่มอเมริกาเหนือ) เทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมของไทยมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 23 ในปี 2533 มาเป็นร้อยละ 20 ในปี 2540 ส่วนสัดส่วนการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปก็ลดลงเช่นเดียวกันโดยลดลงจากร้อยละ 22 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 16 ในปี 2540 (รูปที่ 2.2) ทั้งนี้การส่งออกไปยังประเทศที่เป็นผู้นำเข้าสำคัญกับไทยในกลุ่มสหภาพยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และ สหราชอาณาจักร มีสัดส่วนการส่งออกที่ลดลงเช่นกัน

รูปที่ 2.2 สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย จำแนกตามประเทศคู่ค้าที่สำคัญ



ส่วนสัดส่วนการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน 5 ประเทศเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมของไไทย นั้น พบว่า มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นโดยลำดับ จากร้อยละ 11 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 19 ในปี 2540 โดยมีสิงคโปร์เป็นผู้นำเข้า สูงสุดในกลุ่มนี้ ในปี 2539 สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยไปยังสิงคโปร์เป็นร้อยละ 11.04 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.35 ในปี 2533 การส่งออกไปยังประเทศกลุ่มแม่น้ำโขง (เมียนมาร์, ลาว, กัมพูชา และเวียดนาม) มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมากเช่นกัน จากร้อยละ 0.55 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 3 ในปี 2539

ในส่วนการส่งออกไปยังจีน มีสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัว จนในปี 2539 สัดส่วนการส่งออกเป็น ร้อยละ 3.35 ส่วนการส่งออกไปยังฮ่องกง, เกาหลีใต้ และไต้หวัน มีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสำคัญขึ้นโดยลำดับ โดยการส่งออกไปยัง 3 ประเทศนี้ ในปี 2539 รวมกันแล้วมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับการส่งออกรวมของไไทย

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออก จำแนกตามตลาดที่สำคัญแล้วพบว่า ประเทศคู่ค้าที่อยู่ใน ภูมิภาคใกล้เคียงเริ่มมีบทบาทที่สำคัญขึ้นต่อการส่งออกของไไทย ในขณะที่สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปยังคงความ สำคัญ แต่มีแนวโน้มลดลงโดยลำดับ แต่เนื่องจากวิกฤตทางการเงินที่เกิดขึ้นกับไไทย, อินโดนีเซีย, และเกาหลีใต้ ได้ ส่งผลถึงประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย ทำให้การส่งออกสินค้าไทยไปยังประเทศที่ประสบปัญหามีแนวโน้มลดลง ใน ทางตรงกันข้ามตลาดในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปมีช่องทางที่ดีขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าไทยถูกลงตามค่าเงินบาทที่ อ่อนตัว ซึ่งจะทำให้การศึกษาต่อไปจากข้อมูลการส่งออกรายไตรมาส

1.3 การส่งออกจำแนกตามสินค้าออกที่สำคัญ

สินค้าส่งออกของไไทยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 หมวดที่สำคัญ หมวดแรกเป็นสินค้าใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นฐาน จำแนกเป็น เหมืองแร่, เกษตรกรรม และประมง หมวดที่สองเป็นสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกเป็น อุตสาหกรรม ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน, อุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น และอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้น

สินค้าออกที่สำคัญของไไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยขึ้น ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาโครงสร้างประเภทสินค้าออกที่สำคัญของไไทย ในช่วงปี 2523 - 2526 สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก คือ สินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน ได้แก่ ข้าว, มันสำปะหลัง ยางพารา ดีบุก และ สิ่งทอซึ่งเป็นสินค้า อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น จากนั้นสินค้าส่งออกไไทยเริ่มมีกระบวนการแปรรูปสินค้าก่อนจะส่งออก แต่ยังคงอิงกับ ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศ และแรงงานราคาถูก โดยสินค้าออกที่สำคัญในช่วงต่อมา (ปี 2527-2530) ได้แก่ สิ่งทอ (อันดับที่ 1) และอัญมณี แต่ยังคงส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญ จำพวก ข้าว, มันสำปะหลัง และยางพารา ใน สัดส่วนที่สูงอยู่ ต่อจากนั้นก็ยังมีแนวโน้มที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะในการผลิตมากขึ้นตามลำดับ โดยสินค้าอุตสาหกรรม ที่ส่งออกในช่วงแรกเป็นสินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน และสินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น (โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป) ส่วนในปัจจุบันสินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้นเป็นสินค้าออกที่สำคัญ ของไไทยในที่สุด และล่าสุดในปี 2540 สินค้าออกที่สำคัญที่มีสัดส่วนสูงเป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป คอมพิวเตอร์ และอาหารกระป๋อง

ในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมประเภทใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้นซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของไทย (ตารางที่ 2.1) มีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 46.84 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2540 มีสินค้าออกที่สำคัญได้แก่ คอมพิวเตอร์, เครื่องใช้ไฟฟ้า และ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

การส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนในปี 2540 มีมูลค่ารวมกันเป็นร้อยละ 12.6 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปีเดียวกัน เครื่องมือและวงจรไฟฟ้ามีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 9.9 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกแผงวงจรและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 4.69 สินค้าส่งออกในกลุ่มนี้ที่สัดส่วนสูงเป็นอันดับที่สาม คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีสัดส่วนในปี 2540 เป็นร้อยละ 7.46 ผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นสินค้าส่งออกที่มีความผันผวนโดยในบางปีสัดส่วนการส่งออกสูงกว่าร้อยละ 4.0 แต่ปัจจุบัน (ปี 2540) มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 2.75

สำหรับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้นในปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับที่สอง (รองจากการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้น) ในปี 2540 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้นเป็นร้อยละ 16.52 ลดลงจากร้อยละ 26.09 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2535 สินค้าออกที่สำคัญของอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป, สิ่งทอ และอัญมณี เป็นต้น โดยสัดส่วนการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นร้อยละ 5.35 ซึ่งสัดส่วนมีแนวโน้มลดลงมาตลอดจากร้อยละ 10.51 ในปี 2535 ส่วนสิ่งทอ (ไม่รวมเสื้อผ้าสำเร็จรูป) ในปี 2540 มีสัดส่วนร้อยละ 4.04 ลดลงเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 4.46 ในปี 2535 อัญมณีเป็นสินค้าออกที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งโดยในปี 2540 มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 2.92

ส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 10.47 ในปี 2540 อาหารกระป๋องเป็นสินค้าออกที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้ อาหารกระป๋องมีสัดส่วนการส่งออกสูงที่สุดของสินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 4.08 ในปี 2540 ลดลงเล็กน้อยจากปี 2535 ในสัดส่วนร้อยละ 5.21 ส่วนการส่งออกน้ำตาล, ผลิตภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน มีสัดส่วนร้อยละ 1.75, 1.37 และ 1.33 ตามลำดับ

สินค้าออกที่ไม่ใช่สินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญอื่นๆ ของไทย ได้แก่ ข้าว (สินค้าเกษตรกรรม) ในปี 2540 มีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 3.60 ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญอีกชนิดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 3.18 ในปีเดียวกัน กุ้งสด-แช่แข็งเป็นสินค้าส่งออกภาคประมงที่สำคัญ โดยปี 2540 กุ้งสด-แช่แข็งส่งออกในสัดส่วนร้อยละ 2.61 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปีดังกล่าว

ตารางที่ 2.1 สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทย

หน่วย : เปอร์เซนต์

	2535	2536	2537	2538	2539	2540
I สินค้าอุตสาหกรรม	76.93	80.41	81.12	81.87	81.54	82.42
สินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติ	12.37	11.10	10.91	10.73	11.12	10.47
น้ำตาล	2.29	1.30	1.51	2.04	2.27	1.75
อาหารกระป๋อง	5.21	4.59	4.42	3.79	4.05	4.08
ผลิตภัณฑ์ยาง	1.11	1.22	1.13	1.46	1.33	1.37
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	1.83	1.79	1.72	1.46	1.47	1.33
สินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ	1.92	2.20	2.13	1.98	2.00	1.95
สินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น	26.09	24.48	23.59	21.48	18.31	16.52
สิ่งทอ	4.46	4.28	4.31	4.17	4.14	4.04
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	10.51	9.57	8.84	7.25	5.64	5.35
รองเท้า	3.11	2.98	3.45	3.82	2.37	1.95
อัญมณี	4.44	4.38	3.93	3.55	3.65	2.92
สินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้นอื่นๆ	3.57	3.27	3.06	2.69	2.51	2.26
สินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้น	32.53	37.97	39.77	42.55	44.43	46.84
อุปกรณ์และเครื่องจักร	8.54	9.70	10.37	11.44	13.90	14.61
- คอมพิวเตอร์	(1.57)	(2.56)	(4.68)	(5.08)	(6.36)	(4.76)
- ชิ้นส่วน	(5.15)	(4.14)	(3.41)	(4.05)	(5.34)	(7.84)
เครื่องมือและวงจรไฟฟ้า	6.88	8.08	9.00	9.26	9.73	9.90
- แผงวงจร	(1.99)	(2.84)	(3.22)	(3.43)	(3.59)	(3.89)
- ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	(1.48)	(0.96)	(0.76)	(0.70)	(0.55)	(0.80)
เครื่องใช้ไฟฟ้า	7.32	6.69	7.75	7.31	7.55	7.46
เครื่องแปลงไฟฟ้า	0.79	1.11	1.42	1.75	2.13	2.49
ผลิตภัณฑ์เคมี	0.56	0.54	0.51	0.68	0.96	1.15
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	1.85	4.22	2.67	4.42	2.24	2.75
ชิ้นส่วนรถยนต์	0.64	1.41	1.76	1.16	1.33	1.86
ผลิตภัณฑ์โลหะ	1.88	2.06	2.17	2.44	2.55	2.60
สินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีเข้มข้น/ทักษะอื่นๆ	4.07	4.16	4.12	4.07	4.03	4.02
สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ	5.94	6.87	6.84	7.10	7.68	8.59
II สินค้าใช้ทรัพยากรธรรมชาติ	21.76	18.39	17.96	17.01	17.07	15.09
สินค้าเกษตร	15.01	11.83	11.39	11.40	11.84	10.18
ข้าว	4.39	3.52	3.44	3.46	3.59	3.60
ยางพารา	3.51	3.12	3.68	4.36	4.49	3.18
มันสำปะหลัง	3.59	2.32	1.65	1.30	1.46	1.24
ไก่แช่แข็ง	1.31	0.99	0.90	0.71	0.67	0.62
สินค้าเกษตรอื่นๆ	2.21	1.87	1.72	1.57	1.63	1.53
สินค้าประมง	5.92	5.95	5.97	5.06	4.50	4.00
กุ้งสด-แช่แข็ง	3.84	4.04	4.32	3.58	3.07	2.61
ปลาสด-แช่แข็ง	0.98	0.88	0.74	0.70	0.68	0.67
สินค้าประมงอื่นๆ	1.09	1.03	0.90	0.78	0.75	0.71
เหมืองแร่	0.83	0.61	0.60	0.54	0.74	0.92
III อื่นๆ	1.32	1.19	0.93	1.12	1.40	2.48
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นสัดส่วนการส่งออกสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนั้น

ที่มา: รายงานเศรษฐกิจรายเดือน, ธนาคารแห่งประเทศไทย

2. การเปลี่ยนแปลงดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

การศึกษาในหัวข้อที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกของไทยที่สำคัญ สำหรับในหัวข้อนี้จะวิเคราะห์หลักลงไป 2 ประเด็นว่า ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และอีกประเด็นหนึ่งคือเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีน อินโดนีเซีย และเวียดนามแล้ว ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยเป็นอย่างไร โดยทั้งนี้จะใช้ดัชนีทางการค้าระหว่างประเทศเป็นตัววัด

2.1 การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย

วิธีศึกษา

การศึกษาได้เลือกสินค้าส่งออกสำคัญของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกรวม 3 ปี (พ.ศ. 2536-38) มากกว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาทำการคำนวณค่าดัชนี Revealed Comparative Advantage (RCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักเศรษฐศาสตร์ด้านการค้าระหว่างประเทศใช้วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ¹ จากนั้นทำการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของค่าความได้เปรียบของไทยระหว่างช่วงปี 2526 - 28 กับ 2536 - 38 โดยใช้ข้อมูลสถิติจาก Statistics Canada ซึ่งจะมีการจัดหมวดหมู่สินค้าตามระบบรหัส SITC การคำนวณค่า RCA และการเปรียบเทียบค่า RCA ใน 2 ช่วงปีดังกล่าวนี้ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าตามความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงปี 2536-38 กับการเปลี่ยนแปลงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็น 3 กลุ่มดังนี้²

- (1) กลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น
(ค่า RCA ปี 2536-38 มากกว่า 1 และมีค่าเพิ่มขึ้น)
- (2) กลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่ความได้เปรียบน้อยลง
(ค่า RCA ปี 2536-38 มากกว่า 1 แต่มีค่าลดลง)
- (3) กลุ่มสินค้าที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่เปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น
(ค่า RCA ปี 2536-38 น้อยกว่า 1 แต่มีค่าเพิ่มขึ้น)

ผลการศึกษา

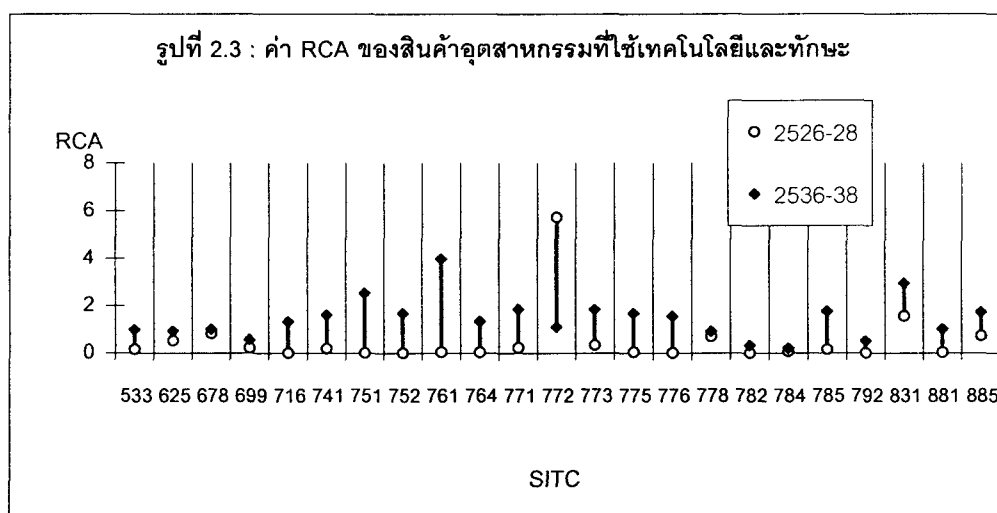
1) จากจำนวนรายการสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ทั้งหมดพบว่า สินค้าส่งออกที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (กลุ่มที่ 1) เป็นสินค้ากลุ่มที่มีจำนวนรายการสินค้ามากที่สุด รองลงมาเป็นสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่ความได้เปรียบนั้นมีแนวโน้มลดลง (กลุ่มที่ 2)

¹ สูตรและการตีความของดัชนีนี้ อธิบายไว้ในบทที่ 1

² กลุ่มที่ค่า RCA น้อยกว่า 1 และค่า RCA ลดลงซึ่งแสดงว่าเป็นสินค้าที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงที่ศึกษา มีเพียง 1 รายการคือ Special Transaction (SITC 931) ซึ่งไม่สามารถแยกประเภทที่ชัดเจนได้จึงไม่นำมาพิจารณา

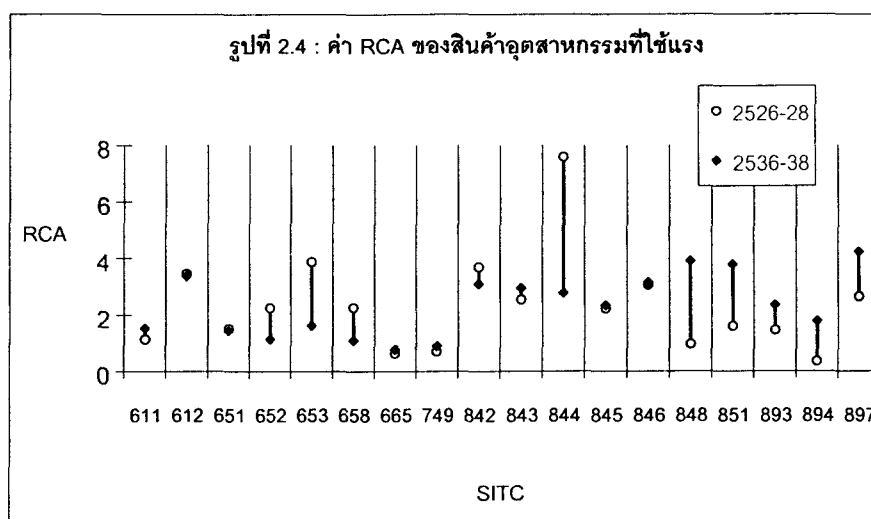
2) สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นและมีค่า RCA มากกว่า 1 ได้แก่ สินค้าอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในหมวดที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้น

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้นพบว่ามีทิศทางที่ดีขึ้น โดยจากสินค้า 22 รายการ มี 21 รายการที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ในช่วงปี 2526-28 สินค้า 20 รายการมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แต่ในช่วงปี 2536-38 พบว่ามีหลายสินค้าที่สามารถปรับตัวให้มีค่า RCA มากกว่า 1 ได้ เช่น เครื่องใช้สำนักงาน (SITC 751) แผงวงจรไฟฟ้า (SITC 776) เครื่องกำเนิดไฟฟ้าแบบหมุน (SITC 716) ซึ่งมีค่า RCA ใกล้ 0 ในปี 2526-2528 แต่มีค่า RCA ในปี 2536-2538 เป็น 2.52 1.55 และ 1.32 ตามลำดับ นอกจากนี้สินค้าในกลุ่มนี้ที่มีค่า RCA เพิ่มขึ้นสูง ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ (SITC 761) เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ (SITC 752) เครื่องมือทางโทรคมนาคม (SITC 764) เครื่องทำความเย็นและความร้อน (SITC 741) เครื่องมือสำหรับจ่ายกระแสไฟฟ้า (SITC 773) นาฬิกา (SITC 885) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ (SITC 881) และรถจักรยานยนต์ (SITC 785) เป็นต้น (รูปที่ 2.3)

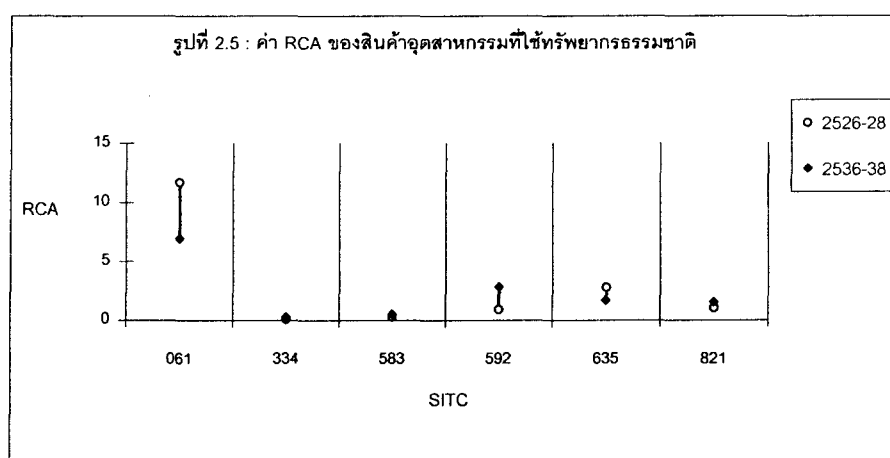


นอกจากสินค้ากลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้นแล้ว สินค้าส่งออกของไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยังมีกลุ่มอื่นอีกซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดอุตสาหกรรม ได้แก่

- สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นที่มี 18 รายการ มีแนวโน้มที่ดี คือ มีอยู่ 9 รายการที่มีค่า RCA มากกว่า 1 และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ซึ่งได้แก่ อัญมณี (SITC 897) รองเท้า (SITC 851) เสื้อผ้า (SITC 845, 846) ของเล่นเด็กและอุปกรณ์กีฬา (SITC 894) และเครื่องหนัง (SITC 661) (รูปที่ 2.4)



- ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้นมีอยู่ 6 รายการ มี 2 รายการที่เดิมมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูง ($RCA > 1$) และมีแนวโน้มสูงขึ้น ได้แก่ แป้ง (SITC 592) มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นจาก 0.92 เป็น 2.83 และเฟอร์นิเจอร์ (SITC 821) (รูปที่ 2.5)



- สินค้าในหมวดเกษตรกรรมซึ่งมีสินค้าที่ทำการศึกษา 11 ชนิดมีเพียงชนิดเดียว ได้แก่ สัตว์น้ำมีเปลือกแช่เย็นและแช่แข็ง (SITC 036) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง คือค่า RCA เป็น 13.05 และเพิ่มเล็กน้อยเป็น 13.23

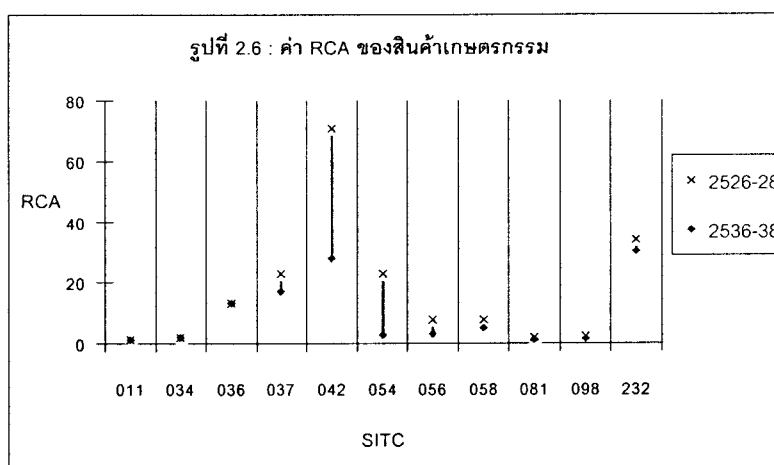
3) สินค้าที่ไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่มีทิศทางการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงขึ้นกว่าเดิม ส่วนใหญ่ก็เป็นสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมโดยเฉพาะในหมวดที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้นเช่นกัน

สินค้าในกลุ่มนี้มีหลายสินค้าที่เดิมไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่ในช่วงหลังได้มีส่วนร่วมการส่งออกเพิ่มขึ้นจนมีค่า RCA เข้าใกล้ 1 ได้แก่ ท่อเหล็ก (SITC 678) มีค่า RCA เพิ่มขึ้นจาก 0.82 เป็น 1.00 สี (SITC 533) จาก 0.17 เป็น 0.98 ยางรถยนต์ (SITC 625) จาก 0.52 เป็น 0.93 และเครื่องจักรไฟฟ้า (SITC 778) จาก 0.71 เป็น 0.92

สำหรับสินค้าอื่นที่ถึงแม้จะมีค่า RCA เพิ่มขึ้น แต่ก็ยังน้อยกว่าหนึ่งอยู่ ได้แก่ ชิ้นส่วนที่ไม่ใช่อิเล็กทรอนิกส์ของเครื่องจักร (SITC 749) อุปกรณ์อากาศยาน (SITC 792) โพลีเมอร์ (SITC 583) สินค้าปิโตรเลียม (SITC 334) เครื่องดนตรีและอุปกรณ์ (SITC 898) และเครื่องแก้ว (SITC 665) เป็นต้น

4) สินค้าที่ปัจจุบันไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอยู่ แต่ความได้เปรียบนี้ได้ลดลงจากก่อนหน้านี้ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดเกษตรกรรม

- สินค้าเกษตรกรรมทั้ง 12 รายการ จะเป็นสินค้าที่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูง มีอยู่ 9 รายการที่เห็นได้ชัดว่ามีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ได้แก่ ข้าว (SITC 042) มีค่า RCA ลดลงจาก 70.78 เป็น 27.96 ผักสดแช่เย็นและแช่แข็ง (SITC 054) และสัตว์น้ำแปรรูป (SITC 037) สำหรับยางธรรมชาติ (SITC 232) มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ซึ่งค่า RCA ลดลงจาก 33.82 เป็น 30.07 (รูปที่ 2.6)



- สินค้าในหมวดอุตสาหกรรม ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่มีความได้เปรียบลดลงส่วนใหญ่จะอยู่ในสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น และทรัพยากรธรรมชาติคือ
 - * กลุ่มสินค้าใช้แรงงานเข้มข้น ได้แก่ เสื้อผ้า (SITC 842, 844) ผ้าผืน (SITC 652, 653) สิ่งทอ (SITC 651, 658) และอุตสาหกรรมเครื่องหนังและส่วนประกอบ (SITC 612)
 - * กลุ่มสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตาลและน้ำผึ้ง (SITC 061) และอุตสาหกรรมไม้ (SITC 635)
 - * กลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้น ได้แก่ เครื่องมือทางไฟฟ้าสำหรับทำแผงวงจรไฟฟ้า (SITC 772) มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงจาก 5.72 เป็น 1.09

ค่าดัชนี RCA ใน 2 ช่วงเวลา แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีการกระจายการส่งออก โดยมีอุตสาหกรรมใหม่ๆ ในช่วงปี 2533 เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะสูงขึ้น เช่น อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนรถยนต์ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าเกษตร และสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง แม้ว่าสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอยู่ สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เรามีการส่งออกอุตสาหกรรมชนิดใหม่

มากขึ้น คือประเทศญี่ปุ่นและประเทศในกลุ่มนิคส์เริ่มมีความเสียเปรียบในการผลิตอุตสาหกรรม เนื่องจากค่าเงินของประเทศเหล่านั้นแข็งเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์และค่าแรงสูง

2.2 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันในรายการสินค้าส่งออกไทยที่สำคัญที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ($RCA > 1$) ของไทยกับประเทศที่เป็นคู่แข่งทางการค้าของไทยคือ จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีหลักเกณฑ์ว่า หากประเทศ ก. มีค่า RCA ของสินค้า X สูงกว่าค่า RCA ของสินค้า X ของประเทศ ข. แสดงว่า ประเทศ ก. มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า X มากกว่าจึงใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการเลือกผลิตและส่งออกสินค้า X ตามความได้เปรียบที่มีอยู่ ขณะที่ประเทศ ข. มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า X น้อยกว่าจึงมีสัดส่วนการส่งออกสินค้า X ที่ต่ำกว่า ทั้งนี้การตีความอยู่ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าการค้าเป็นแบบเสรี ไม่มีการกีดกันการค้า ไม่มีการทุ่มตลาด และเป็นไปตามกลไกราคา

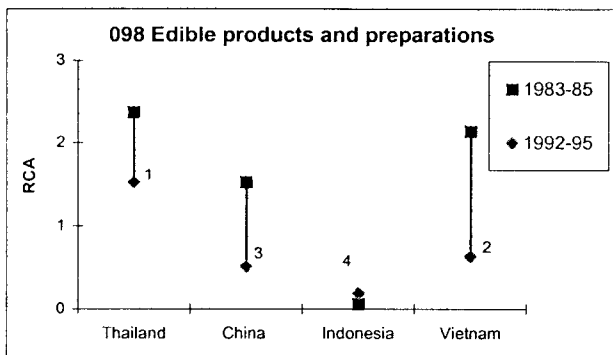
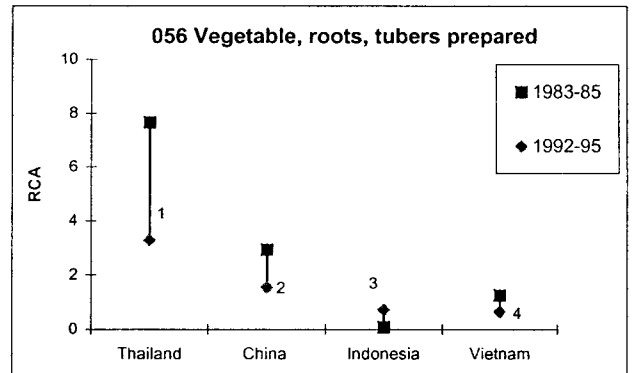
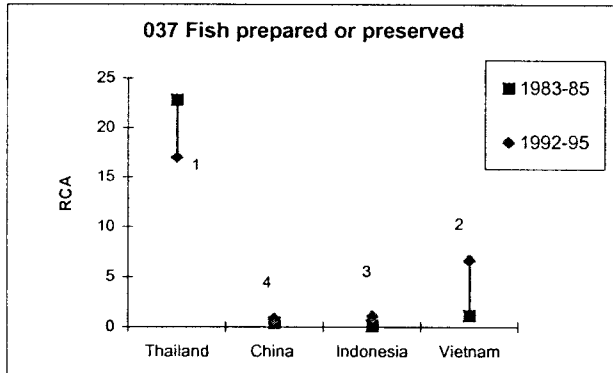
จากสินค้าส่งออกไทยที่สำคัญที่มีมูลค่าส่งออกตามเกณฑ์ข้างต้นซึ่งมีทั้งสิ้น 48 รายการ การศึกษาใช้ข้อมูลการส่งออกใน 2 ช่วงปีคือ ปี 2526-28 และ ปี 2535-38 (ยกเว้นจีนที่ใช้ข้อมูลการส่งออกในปี 2535-37 แทนปี 2535-38) คำนวณค่า RCA และแบ่งสินค้าออกตามผลของการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยตามลำดับค่า RCA ได้เป็น 4 กลุ่มในปี 2535-38 ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA มากกว่าทั้ง 4 ประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 12 รายการ เป็นสินค้าประเภทเกษตรกรรม 4 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ 1 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน 2 รายการ และสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี 5 รายการ

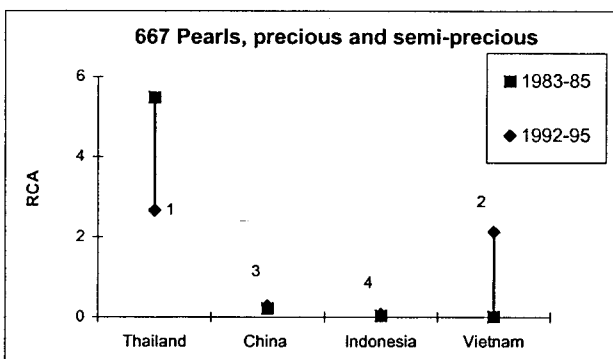
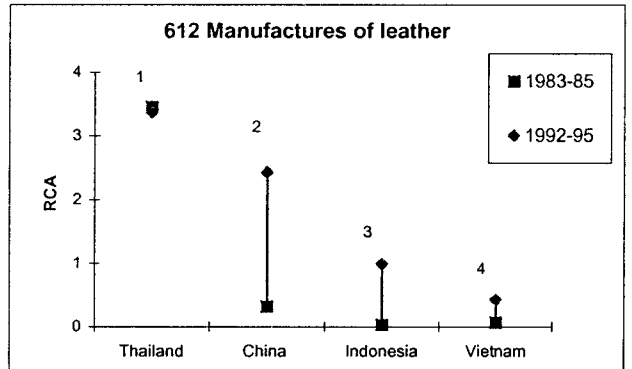
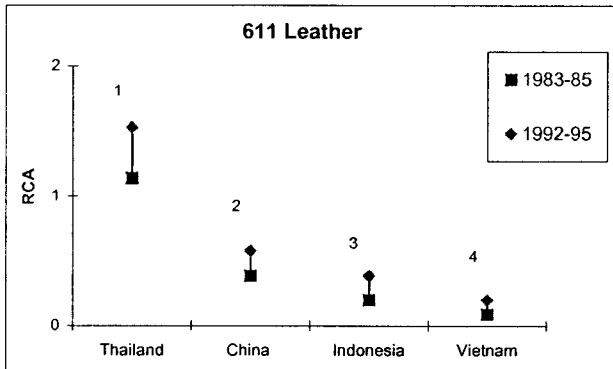
สินค้าในกลุ่มที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงสุด ในหมวดสินค้าประเภทเกษตรกรรม ได้แก่ สัตว์น้ำแปรรูป (SITC 037) ผัก ราก และหัวแปรรูป (SITC 056) แต่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงเมื่อเทียบกับในช่วงปี 2526-28 ส่วนสินค้าประเภทอุตสาหกรรม ได้แก่ สินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติคือ แป้ง (SITC 592) สำหรับสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น ได้แก่ เครื่องหนัง (SITC 611) อัญมณี (SITC 667) และสินค้าที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีเข้มข้น ได้แก่ เครื่องกำเนิดไฟฟ้าแบบหมุน (SITC 716) เครื่องทำความเย็นและความร้อน (SITC 741) เครื่องรับโทรทัศน์ (SITC 761) เครื่องมือสำหรับจ่ายกระแสไฟฟ้า (SITC 773) และแผงวงจรไฟฟ้า (SITC 776) โดยสินค้าประเภทอุตสาหกรรมนี้เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีเข้มข้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นสูงมาก ขณะที่ทิศทางของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศจีน และเวียดนามมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับไทยคือสินค้าเกษตรมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง และสินค้าอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น แต่ในประเทศอินโดนีเซียมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่ต่างออกไป คือ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นทั้งในสินค้าประเภทเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม (รูปที่ 2.7)

รูปที่ 2.7 สินค้าที่ไทยมี RCA เป็นอันดับ 1

สินค้าเกษตรกรรม

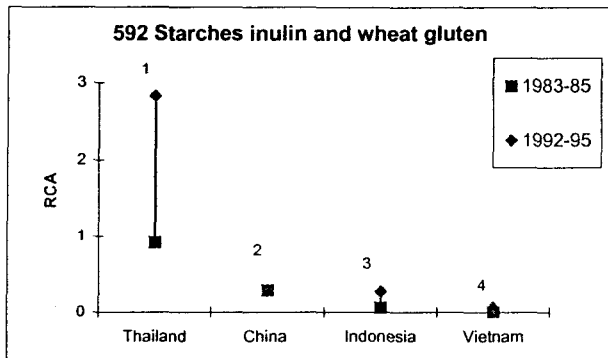


สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน

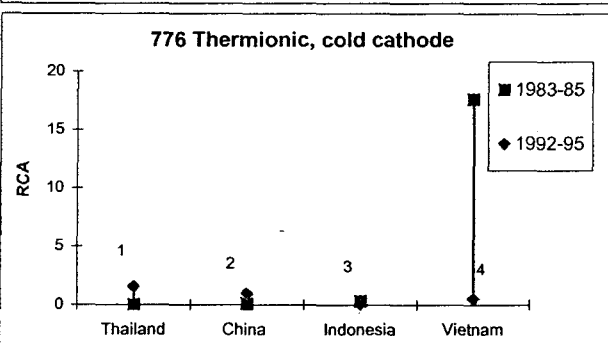
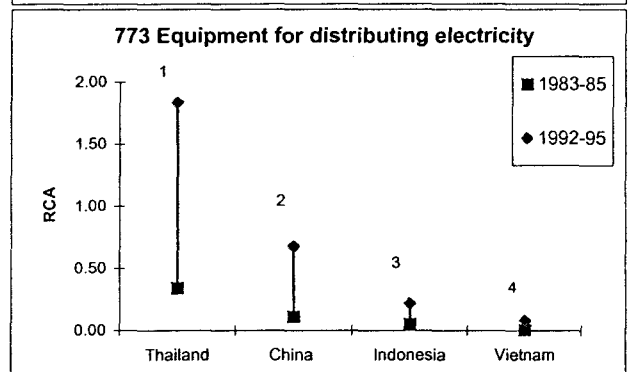
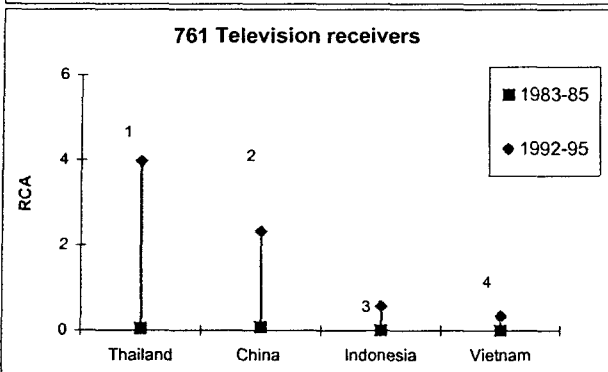
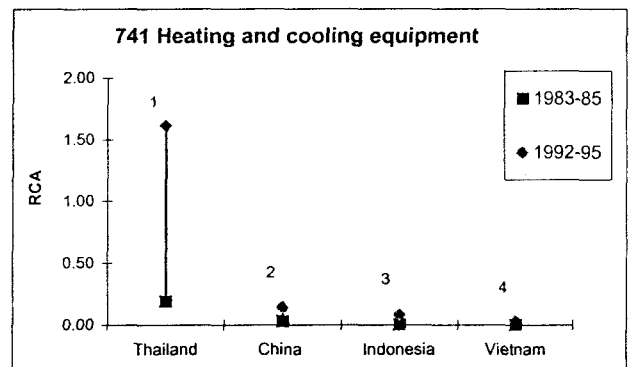
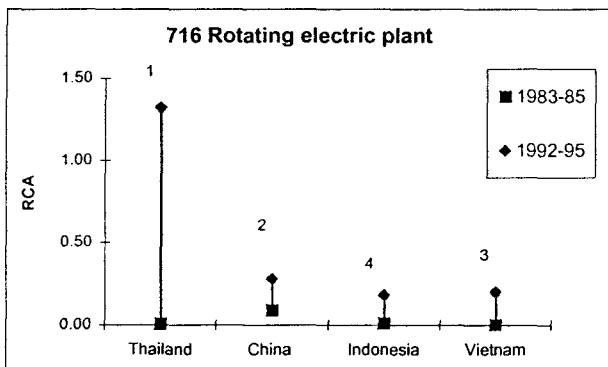


รูปที่ 2.7 (ต่อ)

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ



สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี



กลุ่มที่ 2 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA สูงเป็นอันดับ 2 มีจำนวนทั้งสิ้น 18 รายการ เป็นสินค้าประเภทเกษตรกรรม 6 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ 2 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน 2 รายการ และสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี 7 รายการ

สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 2 นี้จะเป็นรองแต่ประเทศจีน และเวียดนามเท่านั้น สินค้ากลุ่มนี้แบ่งย่อยออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

- สินค้าที่จีนมีค่า RCA สูงสุด

ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเข้มข้น ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน (SITC 751) เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ (SITC 752) เครื่องมือทางโทรคมนาคม (SITC 764) และนาฬิกา (SITC 885) นอกจากนี้ก็มีเครื่องประดับที่มีอัญมณี (SITC 897) ซึ่งจัดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมหมวดที่ใช้แรงงานเข้มข้น ทิศทางการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าในกลุ่มนี้ของไทยพบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงขึ้น ส่วนประเทศอื่นได้แก่ จีน อินโดนีเซีย และเวียดนามพบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงขึ้นเช่นกัน (รูปที่ 2.8)

- สินค้าที่เวียดนามมีค่า RCA สูงสุด

ส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดเกษตรกรรม ได้แก่ เนื้อสัตว์สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 011) สัตว์น้ำมีเปลือกแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 036) ข้าว (SITC 042) ผักสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 054) ผลไม้แปรรูป (SITC 058) นอกจากนั้นเป็นสินค้าที่อยู่ในหมวดอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตาลและน้ำผึ้ง (SITC 061) น้ำยางธรรมชาติ (SITC 232) เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่แล้วแต่ละประเทศจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ยกเว้นประเทศอินโดนีเซียที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงขึ้นแต่อย่างไรก็ตามยังมีค่า RCA ที่ต่ำกว่าประเทศเวียดนาม (รูปที่ 2.8)

กลุ่มที่ 3 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA สูงเป็นอันดับ 3 มีจำนวนทั้งสิ้น 11 รายการ เป็นสินค้าประเภทเกษตรกรรม 1 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ 2 รายการ สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน 7 รายการ และไม่มีสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี

สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 3 แบ่งย่อยออกเป็น 3 กลุ่มตามลำดับค่า RCA ได้แก่

- สินค้าที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าจีนและอินโดนีเซีย

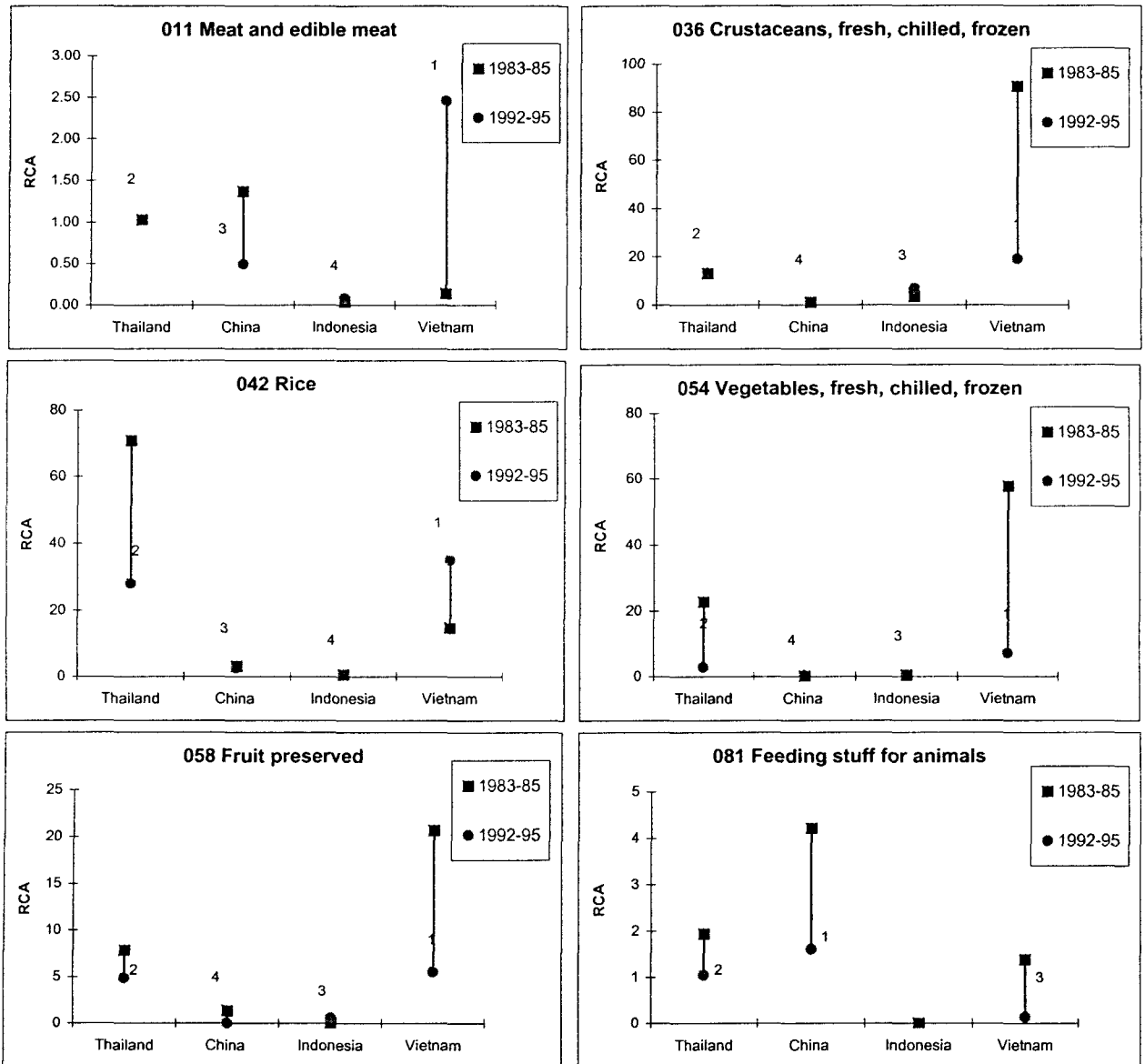
ได้แก่ สินค้าประเภทสิ่งทอ ผ้าผืน (SITC 651 652 และ 653) และอาหารสัตว์ (SITC 081) ทิศทางการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันพบว่า ทั้งไทยและจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง แต่เวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านสิ่งทอ ผ้าผืนเพิ่มขึ้น

- สินค้าที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าจีนและเวียดนาม

ได้แก่ สินค้าที่ใช้ในการท่องเที่ยว (SITC 831) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ (SITC 881) ของเล่นเด็กและอุปกรณ์กีฬา (SITC 894) เป็นต้น ทิศทางการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันพบว่า สินค้าส่วนใหญ่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ยกเว้นของเด็กเล่นและอุปกรณ์กีฬาของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง

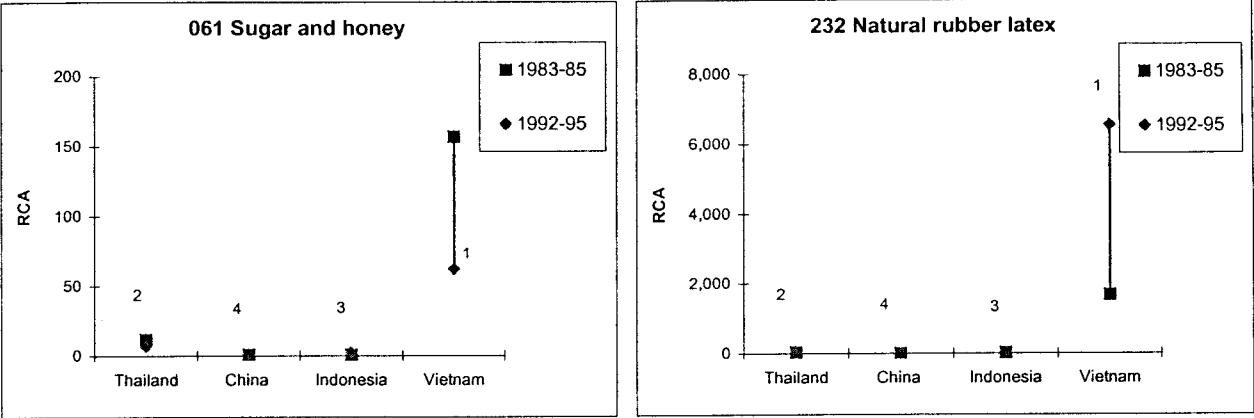
รูปที่ 2.8 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 2

สินค้าเกษตรกรรม

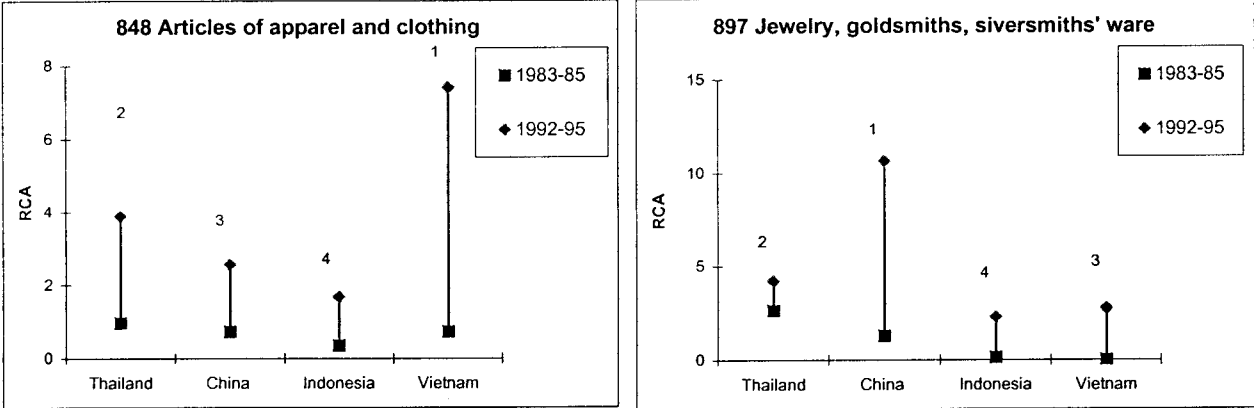


รูปที่ 2.8 (ต่อ)

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

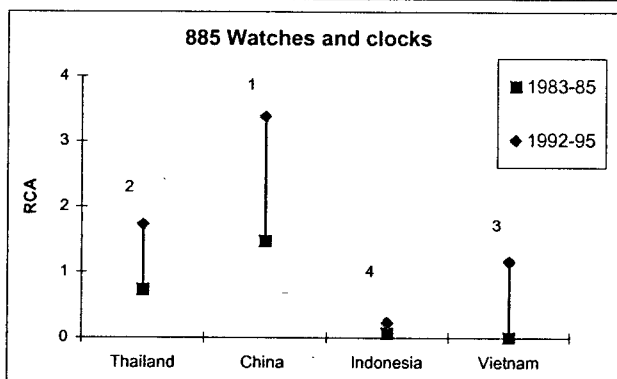
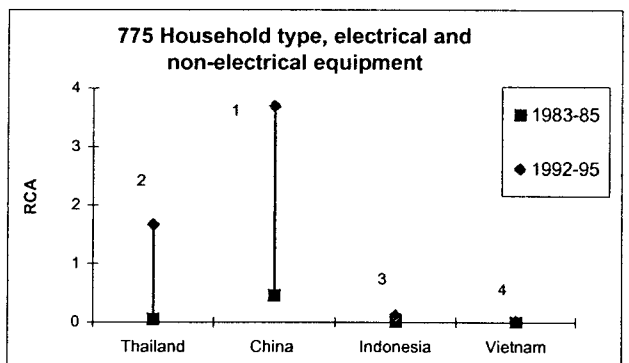
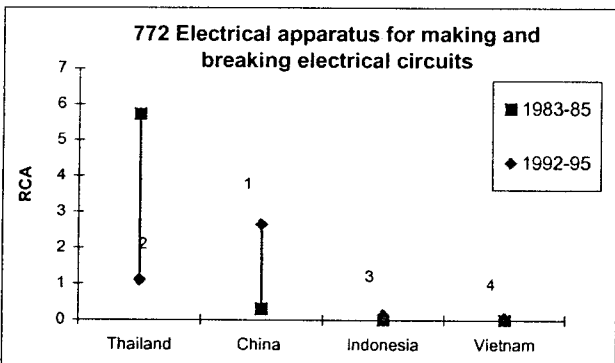
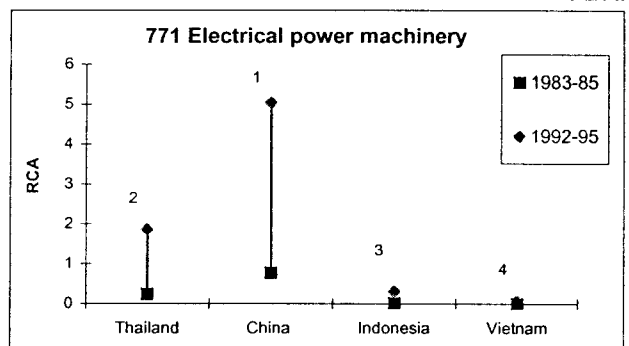
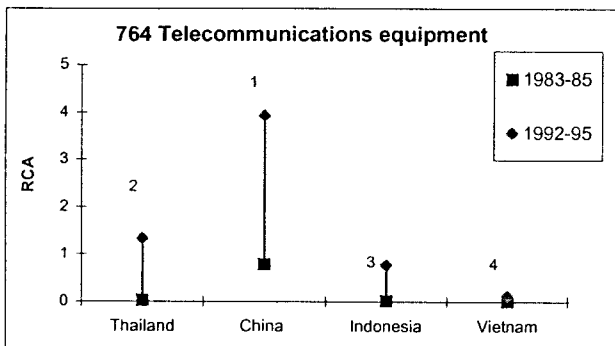
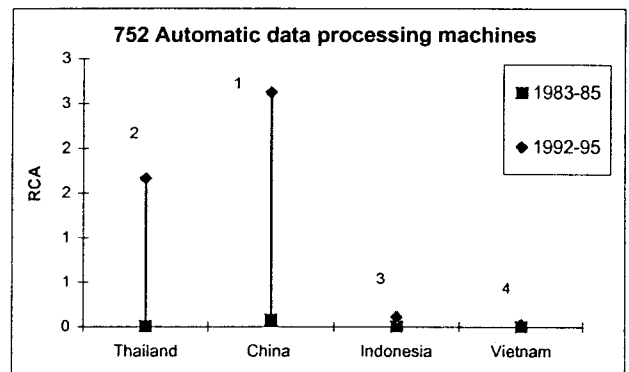
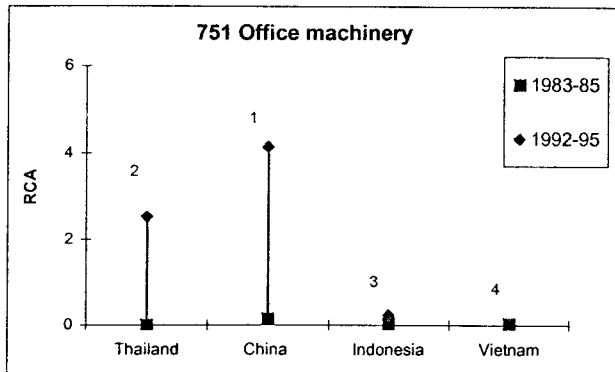


สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน



รูปที่ 2.8 (ต่อ)

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี



- สินค้าที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าอินโดนีเซียและเวียดนาม

ได้แก่ ปลาสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 034) และอุตสาหกรรมไม้ (SITC 635) ที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ส่วนเสื้อผ้าสตรีและเด็ก (SITC 843,846) เป็นสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้าในกลุ่มนี้ประเทศอินโดนีเซียและเวียดนามนอกจากจะมีค่า RCA ที่สูงกว่าไทยแล้วยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นอีกด้วย (รูปที่ 2.9)

กลุ่มที่ 4 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าทั้ง 4 ประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 7 รายการ เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน 6 รายการ และสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี 1 รายการ ไม่มีสินค้าประเภทเกษตรกรรม และสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

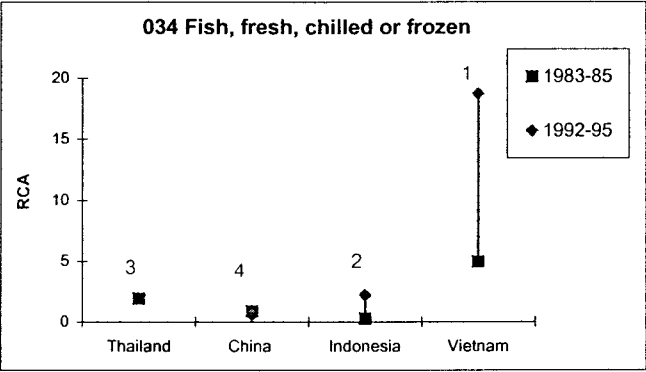
สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำสุดนี้ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เช่น เสื้อผ้าบุรุษและเด็กชาย (SITC 842 , 844 , 845) ซึ่งส่วนมากแล้วไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลง ส่วนเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (SITC 821) และรองเท้า (SITC 851) มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีรถจักรยานยนต์ที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น แต่เมื่อพิจารณาทิศทางความสามารถในการแข่งขันของประเทศอื่น ทั้งจีน อินโดนีเซีย และเวียดนามต่างก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเวียดนามหลายรายการมีค่า RCA เพิ่มขึ้นสูงมาก ทำให้มีค่า RCA สูงเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ (รูปที่ 2.10)

โดยภาพรวม หากพิจารณาตามประเภทของสินค้าจะพบว่า ในกลุ่มสินค้าที่ใช้ทรัพยากร ธรรมชาติเป็นฐาน และสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เวียดนามจะเป็นคู่แข่งสำคัญ โดยส่วนใหญ่สินค้าจากเวียดนามจะมีค่า RCA สูงสุด คือในสินค้าเกษตรมี 6 รายการจากจำนวนสินค้าเกษตรทั้งหมด 10 รายการ ได้แก่ เนื้อสัตว์สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 011) สัตว์น้ำมีเปลือกแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 036) ข้าว (SITC 042) ผักสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 054) ผลไม้แปรรูป (SITC 058) และปลาสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง (SITC 034) และในสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน สินค้าจากเวียดนามมีค่า RCA สูงสุดอยู่ 10 รายการจากสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานทั้งหมด 18 รายการ ได้แก่ สินค้าที่ใช้ในการท่องเที่ยว (SITC 831) เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (SITC 821) เสื้อผ้า (SITC 842, 843, 844, 845, 846, 848) รองเท้า (SITC 851) และของเด็กเล่นและอุปกรณ์กีฬา (SITC 894) ส่วนในสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้น สินค้าเวียดนามมีค่า RCA สูงสุดอยู่ 3 รายการจากสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้นทั้งหมด 4 รายการ ได้แก่ น้ำตาลและน้ำผึ้ง (SITC 061) น้ำยาธรรมชาติ (SITC 232) และอุตสาหกรรมไม้ (SITC 635) โดยมีข้อสังเกตว่าสินค้าเกษตรของเวียดนามส่วนใหญ่มีค่า RCA ที่ลดต่ำกว่าในช่วงปี 2526-28 ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น และสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้น ส่วนใหญ่สินค้าจากเวียดนามจะมีค่า RCA ที่สูงขึ้นจากช่วงปี 2526-28 ทั้งนี้แสดงว่าเวียดนามจะเป็นคู่แข่งของไทยในสินค้าขั้นปฐม

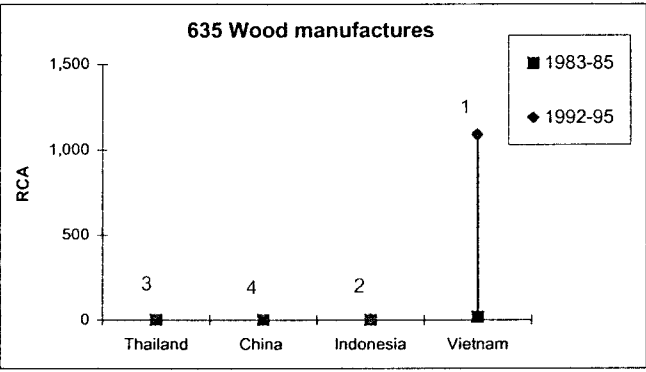
สำหรับกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีเข้มข้น จีนเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่สินค้าจากจีนจะมีค่า RCA สูงสุด จากสินค้าที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีเข้มข้น 14 รายการ สินค้าจีนมีค่า RCA สูงสุดอยู่ 7 รายการ ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน (SITC 751) เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ (SITC 752) เครื่องมือทางโทรคมนาคม (SITC 764) เครื่องจักรไฟฟ้า (SITC 771) อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน (SITC 772, 775) และนาฬิกา (SITC 885) รองลงมาเป็นสินค้าไทย โดยสินค้าไทยที่มี RCA สูงสุดมี 5 รายการ ซึ่งสินค้าไทยและจีนจะอยู่ในลำดับที่ 1 และ 2 เป็นส่วนใหญ่ โดยที่ทั้งสองประเทศมีการปรับค่า RCA สูงขึ้นจากช่วงปี 2526-28

รูปที่ 2.9 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 3

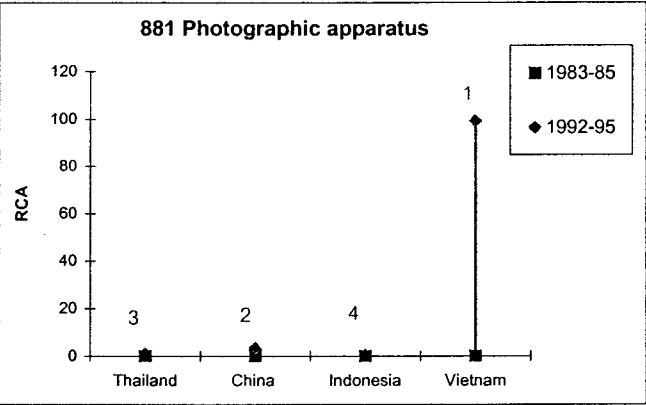
สินค้าเกษตรกรรม



สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

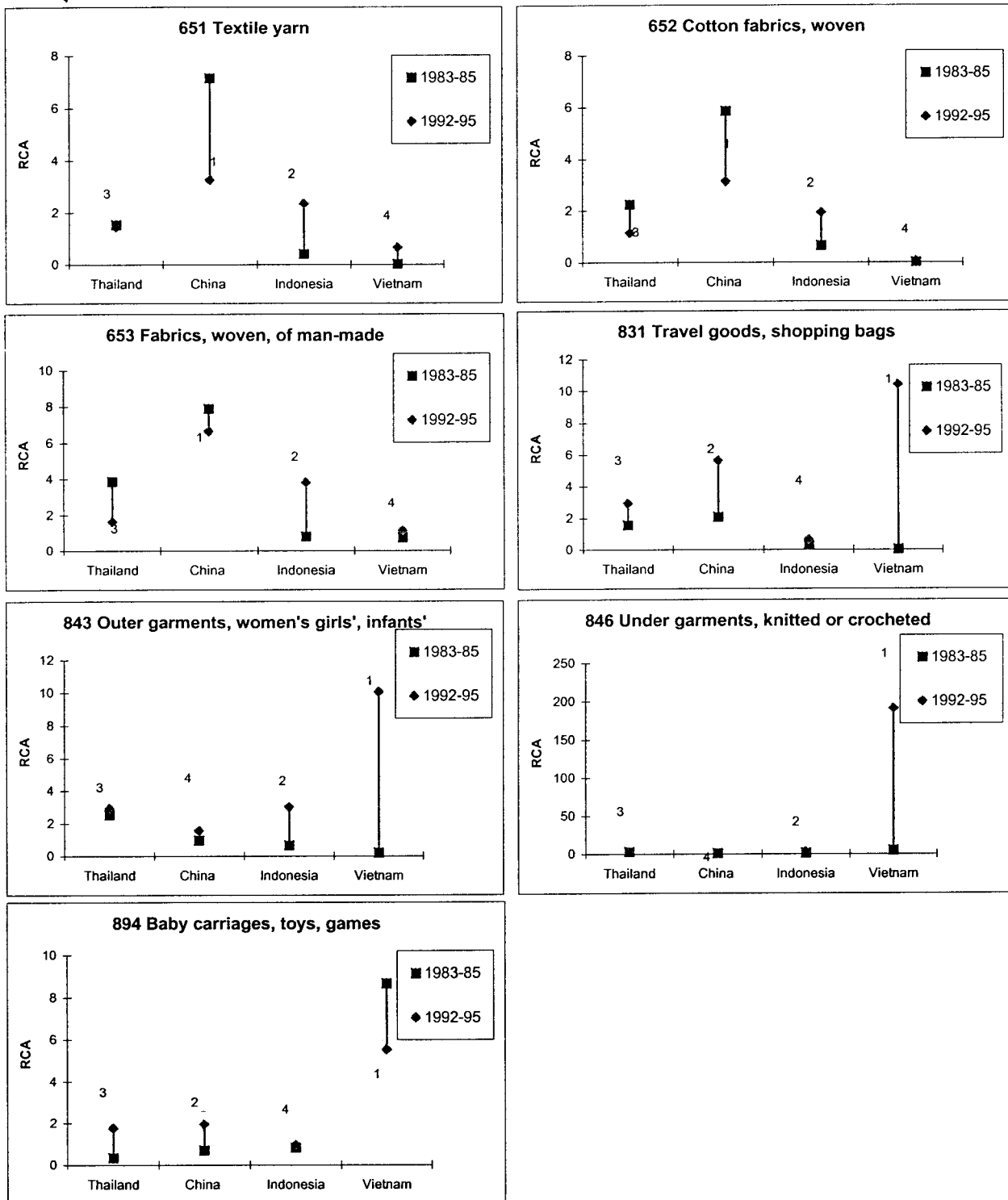


สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี



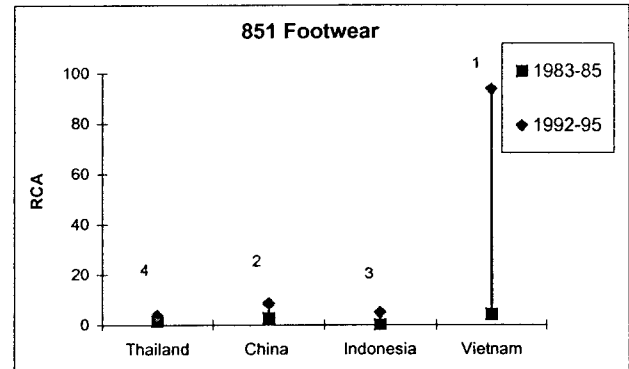
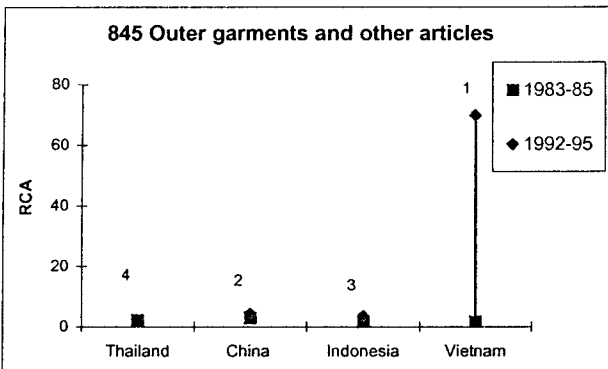
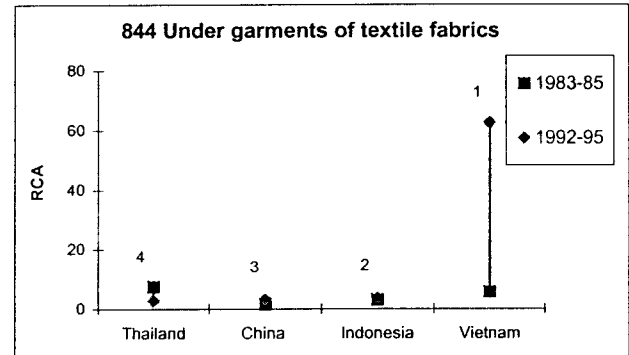
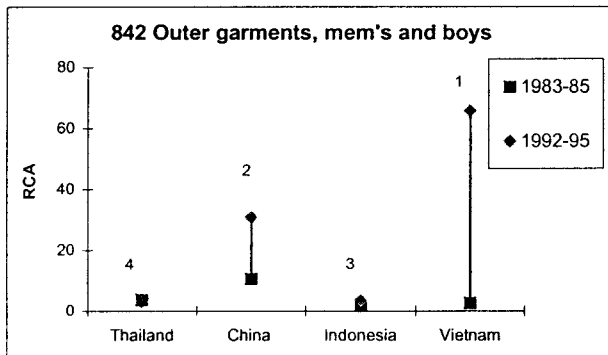
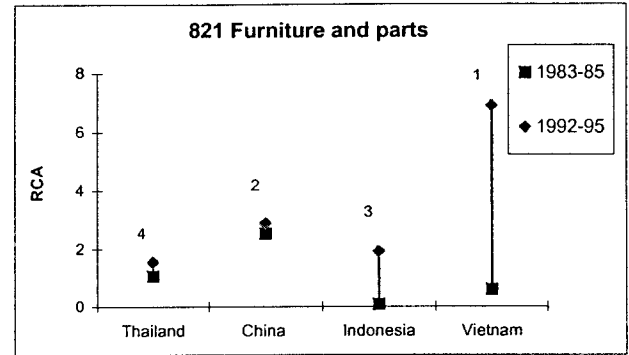
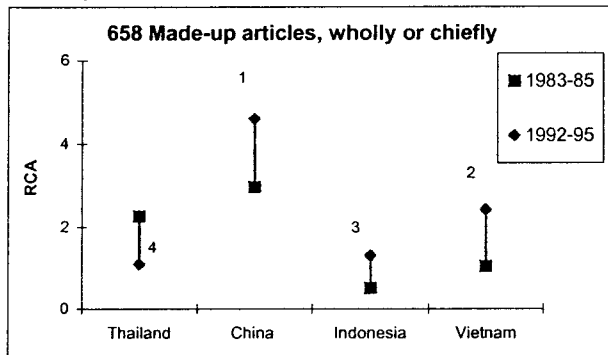
รูปที่ 2.9 (ต่อ)

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน

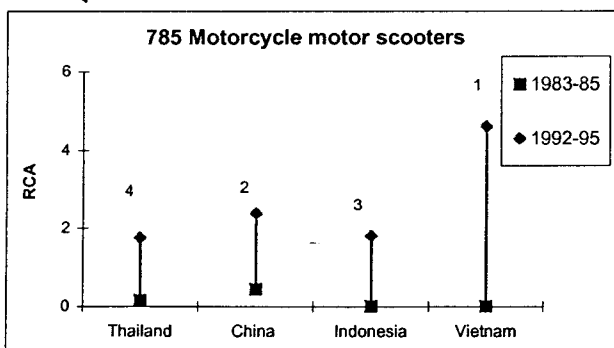


รูปที่ 2.10 สินค้าที่ไทยมีค่า RCA เป็นอันดับ 4

สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน



สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยี



เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าส่งออกของอินโดนีเซียที่เลือกศึกษาไม่มีสินค้าใดที่มีค่า RCA สูงเป็นอันดับ 1 เลยเมื่อเทียบกับไทย จีน และเวียดนาม อย่างไรก็ตามสินค้าทุกรายการมีค่า RCA ที่ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยจากช่วงปี 2526-28

3. การส่งออกสินค้าไทย ปี 2539 - ไตรมาสแรกปี 2541

การศึกษาในส่วนนี้จะทำการศึกษาต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออก และการเปลี่ยนแปลงดัชนีความได้เปรียบที่ปรากฏ (RCA) โดยทำการศึกษาการส่งออกในช่วงปี 2539 ถึงไตรมาสแรกของปี 2541 ซึ่งเป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงการส่งออกอย่างมาก ทั้งนี้จะทำการศึกษาการส่งออกในรายสินค้า และการส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญ

เนื่องจากไทยมีการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัว (Managed Floated Exchange Rate) ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2540 และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์ สรอ. มีการเปลี่ยนแปลงผันผวนตลอดเวลา ดังนั้นอัตราการขยายตัวการส่งออก ตั้งแต่ไตรมาสที่สาม ปี 2540 ถึงไตรมาสแรกปี 2541 จึงคำนวณทั้งในรูปเงินบาท และเงินดอลลาร์ สรอ. เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลงในอดีตได้

3.1 การส่งออกไทยในรายสินค้า

ก. การส่งออกไทยก่อนเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน

การขยายตัวการส่งออกไทยก่อนเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน จะคำนวณในรูปเงินบาทเท่านั้น ทั้งนี้ การส่งออกไทยในปี 2539 เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.41 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปี 2538 (ตารางที่ 2.2)

เมื่อพิจารณาการส่งออกในรายสินค้า ในแต่ละไตรมาสพบว่า มูลค่าการส่งออกรวมของไทยเริ่มชะลอตัวลงมากในไตรมาสที่สองของปี 2539 (ขยายตัวร้อยละ 0.90 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา) โดยสินค้าหมวดอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น โดยเฉพาะ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และรองเท้า และกุ้งสด-แช่แข็ง (สินค้าประมง) มีอัตราการขยายตัวติดลบมาตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี 2539 และในไตรมาสที่สองของปี 2539 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ มีอัตราการขยายตัวลดลงมาก (แม้ว่ายังขยายตัวเป็นบวก) ในครึ่งปีหลังของปี 2539 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวลดลงต่อเนื่องจากครึ่งแรกของปี โดยสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญมีมูลค่าการส่งออกลดลง เช่น แผงวงจรและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์พลาสติก นอกจากนี้การส่งออกสินค้าประมงยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยลดลงร้อยละ 3.49 และ ร้อยละ 2.93 ในไตรมาสที่สามและไตรมาสที่สี่ตามลำดับ

ส่วนในครึ่งแรกของปี 2540 การส่งออกไทยปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย โดยเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา ขยายตัวร้อยละ 1.66 ในไตรมาสแรก และขยายตัวร้อยละ 5.19 ในไตรมาสที่สอง

ตารางที่ 2.2 อัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ปี 2539-ไตรมาสแรกปี 2541

หน่วย : เปอร์เซนต์

	(เงินบาท)		ดอลลาร์ สรอ.	อัตราการขยายตัวรายไตรมาส (เงินบาท)									(เงินดอลลาร์ สรอ.)		
	2539	2540	2540	2539.1	2539.2	2539.3	2539.4	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1	2540.3	2540.4	2541.1
I สินค้าอุตสาหกรรม	0.00	29.37	4.38	10.61	1.03	-6.08	-4.00	3.29	6.00	40.43	66.47	75.15	8.24	4.94	-2.45
สินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติ	4.06	20.52	-1.37	29.31	0.41	16.03	17.69	-7.97	-2.34	37.11	68.96	60.52	5.77	6.96	-10.53
น้ำตาล	11.57	-1.45	-11.00	107.06	-27.57	-30.92	6.96	-22.30	-16.07	112.53	122.36	2.97	64.10	42.46	-42.27
อาหารกระป๋อง	7.20	28.95	2.01	1.64	10.90	11.22	5.04	-0.47	-1.31	28.65	79.36	108.51	-1.00	13.75	15.45
ผลิตภัณฑ์ยาง	-8.01	31.67	5.95	-34.57	-14.44	18.95	16.01	7.30	8.80	39.58	66.71	103.70	7.51	5.12	14.13
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	0.81	15.66	-5.30	5.05	-0.36	1.17	-2.29	-3.98	5.34	25.15	35.12	38.04	-2.91	-14.48	-22.94
สินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น	-14.44	15.51	-6.67	-14.34	-11.18	-17.18	-14.73	-5.97	-4.25	21.67	49.34	61.96	-6.09	-5.98	-10.22
สิ่งทอ (ที่ไม่ใช่เสื้อผ้าสำเร็จรูป)	-0.43	24.94	1.02	-2.43	14.06	-0.09	-10.67	7.41	-0.84	34.03	58.01	71.60	3.58	-0.73	-4.28
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	-21.89	21.49	-2.39	-23.74	-19.88	-22.31	-21.40	-12.06	3.14	31.62	63.10	80.47	1.88	2.20	-0.03
รองเท้า	-37.66	5.18	-14.26	-31.43	-39.37	-50.98	-26.14	-6.54	-18.03	17.09	29.29	38.84	-9.51	-18.69	-22.97
อัญมณี	3.10	2.63	-17.13	12.01	8.56	3.88	-8.94	-11.61	-17.14	1.31	36.45	42.94	-22.30	-13.47	-21.84
สินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้น	4.85	34.90	5.58	24.08	7.48	0.35	-1.23	4.68	8.83	42.07	65.65	80.76	9.56	4.40	1.08
อุปกรณ์และเครื่องจักร	22.00	34.48	7.21	46.66	28.97	3.74	14.61	-0.02	-0.90	62.24	76.75	97.84	24.89	11.30	11.23
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	28.66	37.85	9.67	56.32	37.61	8.07	19.65	2.01	-1.65	69.50	82.88	100.26	30.38	15.21	12.55
ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์	32.19	88.16	47.23	51.39	37.59	26.76	20.07	30.39	33.16	109.09	164.24	177.30	60.73	66.50	56.52
เครื่องมือและวงจรไฟฟ้า	5.53	30.11	5.69	24.65	8.62	-2.45	-3.90	6.75	11.14	41.17	60.37	77.30	8.89	1.20	-1.27
แผงวงจรและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	0.57	29.51	5.88	18.75	1.64	-8.19	-7.09	5.40	12.58	44.94	57.33	62.95	11.77	-0.82	-9.02
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	-21.55	87.56	50.57	-2.23	-22.79	-31.46	-26.11	19.18	49.27	152.63	136.63	107.03	95.70	49.36	15.56
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.62	26.55	3.60	19.10	9.31	-0.26	-10.61	6.74	8.75	29.33	65.18	61.54	-0.12	4.11	-9.44
เครื่องแปลงไฟฟ้า	22.05	49.42	21.68	34.35	27.30	12.83	17.50	27.64	34.83	61.16	69.95	68.28	24.52	7.54	-6.27

ตารางที่ 2.2 อัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ปี 2539-ไตรมาสแรกปี 2541

หน่วย : เปอร์เซนต์

	(เงินบาท)		ดอลลาร์ สรอ.	อัตราการขยายตัวรายไตรมาส (เงินบาท)										(เงินดอลลาร์ สรอ.)		
	2539	2540	2540	2539.1	2539.2	2539.3	2539.4	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1	2540.3	2540.4	2541.1	
ผลิตภัณฑ์เคมี	41.20	52.53	23.35	72.99	83.93	63.95	-5.46	13.39	34.28	77.58	84.84	48.32	37.54	16.08	-17.63	
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	-49.17	57.15	24.33	-15.50	-46.34	-55.94	-59.90	8.45	28.54	67.61	116.13	134.42	28.64	36.45	31.06	
ชิ้นส่วนรถยนต์	15.34	78.70	41.01	6.11	-24.58	30.27	46.48	58.40	74.93	93.11	80.42	105.11	48.76	13.36	14.62	
ผลิตภัณฑ์โลหะ	4.77	30.46	4.31	2.47	9.33	6.03	1.82	5.34	6.39	35.02	69.36	102.36	3.77	6.42	13.10	
สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ	-2.95	32.60	-13.28	5.73	6.81	-36.12	-34.86	-27.02	-28.91	45.74	70.03	76.37	11.84	7.04	-3.84	
II สินค้าใช้ทรัพยากรธรรมชาติ	0.79	13.17	-6.59	-4.53	-2.15	11.14	5.02	-6.40	1.39	21.27	43.19	85.03	-6.30	-10.15	2.82	
สินค้าเกษตร	4.25	10.09	-10.53	-0.25	0.83	16.55	1.44	-13.89	-5.53	17.66	45.66	77.75	-8.96	-8.82	-1.37	
ข้าว	4.34	28.29	2.06	0.25	18.38	9.30	-6.26	-21.88	10.28	49.11	82.07	145.60	15.09	13.07	36.23	
ยางพารา	3.44	-9.33	-25.16	9.62	-21.89	17.35	10.43	-14.84	-17.54	-11.93	6.77	27.66	-31.63	-32.84	-29.07	
มันสำปะหลัง	13.13	8.81	-12.27	11.06	17.95	22.66	2.31	-14.51	-22.13	23.54	61.23	66.42	-5.72	1.15	-8.34	
ไก่แช่แข็ง	-6.46	19.96	-2.71	-18.98	-5.86	-0.37	-0.23	10.21	4.72	17.02	43.78	103.10	-9.55	-9.14	13.30	
สินค้าประมง	-10.79	13.73	-8.62	-16.78	-8.99	-15.14	-3.04	-3.14	-4.68	23.61	33.04	99.01	-4.41	-16.15	10.77	
กุ้งสด-แช่แข็ง	-13.72	8.72	-12.73	-20.41	-14.67	-18.64	-2.55	-7.69	-6.01	21.87	20.40	111.76	-5.73	-24.16	17.44	
ปลาสด-แช่แข็ง	-2.80	27.33	3.26	-4.27	-4.01	-6.25	2.94	12.70	12.17	31.18	48.79	53.82	1.50	-6.18	-13.54	
เหมืองแร่	35.91	59.18	28.68	32.08	-0.14	59.31	58.76	29.71	69.30	59.81	74.05	120.44	21.38	9.88	23.60	
III อื่นๆ	24.83	127.91	42.67	25.03	24.54	-9.11	-23.76	2.08	2.71	78.77	340.07	218.15	37.40	176.29	75.43	
รวม	0.41	27.97	3.20	8.01	0.90	-3.49	-2.93	1.66	5.19	37.65	66.14	79.37	6.13	4.65	-0.17	

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจรายเดือน, ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : อัตราการขยายตัวรายไตรมาส เปรียบเทียบกับการส่งออกในไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา

การส่งออกในสองไตรมาสแรกของปี 2540 สินค้าในหมวดที่สำคัญ เช่น สินค้าอุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติ, สินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น, สินค้าเกษตร และสินค้าประมง ยังคงมีอัตราการขยายตัวติดลบทั้งสองไตรมาส แต่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้นกลับปรับตัวดีขึ้น (ขยายตัวแต่ในอัตราที่ต่ำ) ทำให้การส่งออกรวมของไทยในช่วงนี้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตามการส่งออกสินค้าที่สำคัญบางชนิด เช่น น้ำตาล, อาหารกระป๋อง, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน, ยางพารา และกุ้งสด-แช่แข็ง ยังคงมีอัตราการขยายตัวติดลบ ในสองไตรมาสแรกของปี 2540

ข.การส่งออกสินค้าไทยหลังเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน

การขยายตัวในรูปเงินบาท

การวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกในช่วงไตรมาสที่สาม ปี 2540 ถึงไตรมาสแรกของปี 2541 ได้คำนวณอัตราการขยายตัวในรูปเงินบาท และเงินดอลลาร์ สรอ. (ตารางที่ 2.2) การส่งออกสินค้าในรูปเงินบาททั้งสามไตรมาสมีอัตราการขยายตัวในอัตราที่สูง โดยในไตรมาสแรกของปี 2541 การส่งออกรวมเมื่อเทียบกับการส่งออกในไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมาขยายตัวถึงร้อยละ 79.37 โดยสินค้าส่วนใหญ่ขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นผลจากการที่เงินบาทมีค่าอ่อนลงมาก การขยายตัวของการส่งออกตลอดปี 2540 เป็นร้อยละ 29.37 ในรูปเงินบาท

การขยายตัวในรูปเงินดอลลาร์

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวการส่งออกในรูปเงินดอลลาร์ สรอ. มีอัตราต่ำต่อเนื่องจากในครึ่งแรกของปี 2540 โดยการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น (โดยเฉพาะอัญมณีและเครื่องประดับ) และสินค้าเกษตร (โดยเฉพาะยางพารา) มีอัตราการขยายตัวติดลบตลอด 3 ไตรมาสหลังลดค่าเงิน โดยการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีแนวโน้มดีขึ้นเล็กน้อย ขยายตัวในอัตราน้อยกว่าร้อยละ 3.0 สินค้าประมงมีอัตราการขยายตัวเป็นลบในสองไตรมาสหลังของปี 2540 แต่เป็นบวกคือร้อยละ 10.7 ในไตรมาสแรกของปีนี้ ส่วนการส่งออกกุ้งสด-แช่แข็งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 17.44 ในไตรมาสนี้

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้น มีการขยายตัวดีกว่าสินค้าในกลุ่มอื่นโดยมีขยายตัวร้อยละ 9.56 (เงินดอลลาร์ สรอ.) ในไตรมาสที่สามปี 2540 และขยายตัวในอัตราที่ลดลงในไตรมาสต่อมา จนในไตรมาสแรกปี 2541 ขยายตัวในรูปเงินดอลลาร์ สรอ. เพียงร้อยละ 1.08 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้นที่สำคัญ เช่น คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน, ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น จะขยายตัวสูงหลังเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน และในไตรมาสหลังจากนั้นอัตราการขยายตัวมีแนวโน้มลดลง แต่ยังขยายตัวเป็นบวก

การเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อสินค้าแตกต่างกันไป สินค้าที่ดูจะได้ประโยชน์จากการลดค่าเงินมากกว่าประเภทอื่น โดยมีการขยายตัวของการส่งออกในรูปดอลลาร์เป็นบวกในทุกไตรมาส ได้แก่ ข้าว โดยอัตราการขยายตัวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยลำดับ และในไตรมาสแรกปี 2541 การส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.23 นอกจากนั้นมีผลิตภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนรถยนต์และผลิตภัณฑ์โลหะ

การเปลี่ยนแปลงด้านปริมาณและราคา

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาด้านปริมาณการส่งออก (ซึ่งพิจารณาได้เฉพาะบางสินค้าที่มีหน่วยวัดด้านปริมาณ) พบว่า มีสินค้าหลายชนิดที่มีการขยายตัวมากขึ้นตั้งแต่ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2540 ได้แก่ สินค้าในหมวดสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าผืน รองเท้าหนัง และด้ายเส้นใยประดิษฐ์ โดยเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีการหดตัวร้อยละ 8.1 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2540 มาขยายตัวเป็นร้อยละ 5.7 23.0 และ 17.4 ในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปี 2540 และ ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 ตามลำดับ (ตารางที่ 2.3)

ส่วนในหมวดอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้น สินค้าที่มีข้อมูลด้านปริมาณส่วนใหญ่จะมีอัตราการขยายตัวเป็นบวก โดยที่มีการขยายตัวสูง ได้แก่ ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติก เครื่องวีดีโอ เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับติดต่อบริการไฟฟ้า เป็นต้น โดยเครื่องวีดีโอมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.2 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2540 เป็นร้อยละ 106.2 469.5 และ 302.7 ในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปี 2540 และ ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 ตามลำดับ

สำหรับสินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีการขยายตัวมาก ได้แก่ ข้าว ปลาหมึกและไก่สด-แช่แข็ง โดยข้าวมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีการหดตัวร้อยละ 5.3 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2540 มาขยายตัวเป็นร้อยละ 12.1 40.3 และ 75.9 ในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปี 2540 และ ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 ตามลำดับ

การพิจารณาด้านราคาสินค้าพบว่า สินค้าเกือบแทบทั้งหมดมีราคาในรูปดอลลาร์ที่ลดลง ยกเว้นส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ที่มีราคาลดลงเฉพาะในไตรมาสที่ 3 ของปี 2540 เท่านั้นหลังจากนั้นก็มีความเพิ่มสูงกว่าไตรมาสก่อนหน้านั้น แสดงว่าราคาสินค้าที่ลดลงสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าไทยมากขึ้น จะมียกเว้นในบางสินค้า เช่น รองเท้ากีฬา ที่เมื่อราคาลดลงหลังการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน แต่ปริมาณการส่งออกกลับลดลงจากเดิม

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า การส่งออกหลังเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทในรูปของเงินดอลลาร์ สรอ. ดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2540 และกลับชะลอตัวลงอีกครั้งในไตรมาสแรกของปี 2541 ที่มูลค่าการส่งออกในไตรมาสดังกล่าว ลดลงร้อยละ 0.17 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา ซึ่งการส่งออกสินค้าเกษตร, อุตสาหกรรมใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น มีอัตราการขยายตัวติดลบ สินค้าอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยี/ทักษะเข้มข้นขยายตัวร้อยละ 1.08 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ส่งออกได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจ และแรงซื้อจากประเทศในเอเชียลดลงจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะทำการศึกษาในรายละเอียดต่อไป อย่างไรก็ตามในด้านปริมาณของการส่งออก สินค้าส่วนใหญ่มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.3 อัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออก และการเปลี่ยนแปลงราคาต่อหน่วยของ
สินค้าที่สำคัญ

สินค้าที่สำคัญ	สัดส่วน	อัตราการขยายตัวของ ปริมาณการส่งออก					การเปลี่ยนแปลงราคา ในรูปดอลลาร์				
	2541.1	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1
I สินค้าอุตสาหกรรม											
สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้น											
น้ำตาลทราย	2.09	-26.5	-11.6	86.2	37.6	-45.0	0.1	-6.0	6.3	3.5	1.5
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	0.81	-18.4	-28.3	17.0	-10.4	7.8	-10.7	7.0	-20.0	18.8	-16.0
อาหารทะเลกระป๋อง	2.72	10.3	-1.9	0.2	16.9	11.2	-25.2	15.7	15.3	8.4	-15.5
สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น											
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	4.96	-20.4	-8.1	5.7	23.0	17.4	-12.4	10.7	1.1	-15.3	-10.3
ผ้าผืน	1.54	0.9	-3.6	1.5	3.4	4.0	9.2	5.5	-3.6	-9.9	4.8
รองเท้ากีฬา	1.10	0.7	0.7	3.6	-14.0	-8.0	10.6	10.7	1.3	-6.8	-3.2
รองเท้าหนัง	0.26	-23.7	-17.1	-16.7	18.8	9.9	-5.9	19.7	2.2	-21.0	-6.3
ดอกไม้ ไม้ ไม้ และต้นไม้ประดิษฐ์	0.09	20.6	11.3	-1.1	6.8	0.4	0.1	3.1	-7.4	-3.7	-1.3
ด้ายเส้นใยประดิษฐ์	0.57	-26.2	-19.6	-8.1	2.3	14.7	4.1	0.9	-2.9	-12.5	1.7
สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะเข้มข้น											
ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์	9.85	27.7	48.0	36.9	52.1	45.7	7.3	-2.7	-13.1	20.7	5.3
เม็ดพลาสติก	1.81	27.2	90.1	74.1	147.8	178.8	0.9	2.6	-12.1	-6.5	-9.1
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	1.27	5.3	8.6	12.1	8.7	14.5	5.2	-6.1	-7.3	-5.3	-15.8
เคมีภัณฑ์	1.02	71.5	49.4	44.4	37.7	10.6	-2.4	1.2	-4.5	-11.6	0.6
เครื่องวิดีโอ	0.41	-14.9	52.2	106.2	469.5	302.7	5.2	-2.6	-2.1	-72.1	1.3
เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า สำหรับติดตั้งวงจรไฟฟ้า	0.40	-6.8	-24.5	31.6	13.8	21.7	21.6	-13.6	-17.2	6.3	-2.2
มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า	0.95	16.1	25.2	36.2	19.7	-16.9	0.0	9.0	-18.0	-1.8	12.4
เตาอบไมโครเวฟ	0.32	6.2	0.2	-21.2	-6.5	14.2	-0.8	-5.3	5.9	-3.2	-3.5
ทรานซิสเตอร์	0.57	18.0	40.3	42.3	26.2	11.0	-8.7	-7.4	-1.1	8.1	7.7
เครื่องโทรพิมพ์และเครื่องโทรสาร	0.37	7.7	33.6	17.4	7.6	0.6	-7.0	3.3	-10.3	-22.3	5.6
II สินค้าที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ											
สินค้าเกษตร											
ข้าว	4.14	-31.6	-5.3	12.1	40.3	75.9	4.3	-3.9	-0.7	-19.0	0.2
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1.23	3.3	-3.1	38.8	39.8	8.3	-14.4	-8.6	-6.0	-1.6	0.1
ยางพารา	3.14	6.3	2.3	-7.2	-0.6	15.5	-1.6	-6.0	-16.1	-12.9	-10.5
สินค้าประมง											
กุ้งสด-แช่แข็ง	2.63	-9.9	-10.6	-10.6	-25.8	14.3	-1.3	7.6	-0.1	-3.5	-0.9
ปลาหมึกสด-แช่แข็ง	0.55	12.4	-8.0	11.6	63.8	65.8	-2.4	-3.0	-6.3	-6.2	-10.3
ไก่สด-แช่แข็ง	0.71	9.9	5.4	4.9	18.7	50.4	-4.5	-1.1	-7.8	-11.1	-6.7
มูลค่าการส่งออกสินค้า 25 รายการต่อการส่งออกรวม	43.42										

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

3.2 การส่งออกในตลาดที่สำคัญ

ก. การส่งออกก่อนเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน

การส่งออกไทยที่ชะลอตัวลงในปี 2539 มีสาเหตุหลักจากการการนำเข้าสินค้าไทยจากประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่มอาเซียน ที่เคยมีอัตราการขยายตัวสูง กลับชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง

การส่งออกไปยังญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวติดลบตั้งแต่ไตรมาสที่สองของปี 2539 และติดลบมาโดยตลอด เช่นเดียวกับการส่งออกไปยังสิงคโปร์ที่เป็นตลาดหลักในกลุ่มประเทศอาเซียน ที่การขยายตัวในไตรมาสที่สามปี 2540 ติดลบถึงร้อยละ 60.65 (เงินบาท) เมื่อเทียบกับการส่งออกในไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยการส่งออกสินค้าไทยไปญี่ปุ่นในปี 2540 ลดลงร้อยละ 7.01 ในรูปเงินดอลลาร์ สรอ. และลดลงร้อยละ 4.86 ในตลาดสิงคโปร์ (ตารางที่ 2.4)

ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยระหว่างปี 2539-40 โดยเฉพาะการส่งออกในครึ่งหลังปี 2539 ต่อเนื่องครั้งแรกปี 2540 การส่งออกขยายตัวรายไตรมาสขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 6.0 (เงินบาท) และการขยายตัวในรูปเงินดอลลาร์ สรอ. ของทั้งปี 2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.79 การส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปในปี 2539 ถึงไตรมาสที่สองปี 2540 มีอัตราการขยายตัวลดลงโดยลำดับ โดยเฉพาะการส่งออกในสองไตรมาสแรกของปี 2540 การขยายตัวติดลบ (เงินบาท) ในประเทศที่สำคัญ เช่น สหราชอาณาจักร, เนเธอร์แลนด์, เยอรมัน และฝรั่งเศส

ข. การส่งออกหลังเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน

การส่งออกในรูปเงินบาทเพิ่มขึ้นในทุกตลาด แต่เมื่อพิจารณาการส่งออกในรูปเงินดอลลาร์กลับเพิ่มขึ้นไม่สูงนัก ตลาดในประเทศใกล้เคียงมีแนวโน้มที่ชะลอตัวลง ตรงข้ามกับประเทศในภูมิภาคอเมริกาเหนือ และสหภาพยุโรป

เอเชีย

การส่งออกไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น, จีน, เกาหลี มีอัตราการขยายตัวของตลาดเหล่านี้เป็นลบ เมื่อคำนวณเป็นเงินดอลลาร์ การส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน มีแนวโน้มที่จะขยายตัวลดลง

อัตราการขยายตัวการส่งออกในตลาดญี่ปุ่นในไตรมาสที่สามของปี 2540 ถึงไตรมาสแรกปี 2541 เมื่อคิดเป็นเงินดอลลาร์ สรอ. พบว่ามูลค่าการส่งออกในแต่ละไตรมาสลดลงโดยลำดับ โดยในไตรมาสแรกของปี 2541 การส่งออกลดลงร้อยละ 12.73 เมื่อเทียบกับการส่งออกในไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่วนการส่งออกไปยังสิงคโปร์ มีแนวโน้มการส่งออกที่ลดลงเช่นกัน ในไตรมาสแรกปี 2541 การส่งออกลดลงร้อยละ 26.41 ส่วนประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น ฟิลิปปินส์, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย และประเทศในเอเชียตะวันออก เช่น ฮองกง และเกาหลีใต้ ต่างมีแนวโน้มการส่งออกไม่ดีขึ้น โดยในไตรมาสสุดท้ายปี 2540 และไตรมาสแรกปี 2541 ต่างมีอัตราการขยายตัวการส่งออกติดลบ (ตารางที่ 2.4)

ตารางที่ 2.4 อัตราการขยายตัวการส่งออก จำแนกตามประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี 2539- ไตรมาสแรกปี 2541

หน่วย : เปอร์เซนต์

ประเทศคู่ค้า	(เงินบาท)		ดอลลาร์ สรอ.	อัตราการขยายตัวรายไตรมาส ในรูปเงินบาท									เงินดอลลาร์ สรอ.		
	2539	2540	2540	2539.1	2539.2	2539.3	2539.4	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1	2540.3	2540.4	2541.1
กลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ	1.29	40.06	11.79	-2.52	-12.47	7.56	14.34	6.41	14.07	48.24	84.49	117.76	14.47	16.27	21.06
แคนาดา	-0.65	30.98	4.68	-2.55	-10.20	4.47	27.39	13.44	2.28	37.40	62.35	89.40	5.96	2.61	4.36
เม็กซิโก	33.33	168.41	106.31	41.61	36.33	67.12	26.29	67.53	71.07	189.75	305.31	273.69	122.17	156.30	111.72
สหรัฐอเมริกา	1.24	39.71	11.56	-2.72	-12.80	7.48	13.52	5.60	14.39	47.88	84.27	117.84	14.21	16.10	21.13
สหภาพยุโรป	6.49	28.53	5.81	11.11	3.97	-6.52	5.81	2.18	1.51	44.28	80.08	110.65	10.94	13.24	16.59
ฝรั่งเศส	3.27	15.23	-7.31	-1.84	0.47	-5.02	10.82	-6.08	-4.42	11.72	57.61	89.19	-13.51	-0.90	5.16
เยอรมนี	0.03	9.34	-11.55	-1.37	-8.72	-2.04	9.03	-4.24	-8.38	7.24	40.05	88.86	-16.83	-11.88	5.82
เนเธอร์แลนด์	1.12	28.21	2.20	16.36	5.06	-18.26	-12.00	-9.55	-7.70	55.42	83.71	126.32	18.97	15.77	26.41
สหราชอาณาจักร	15.43	42.70	10.33	12.45	7.53	11.37	7.37	-3.77	-15.52	49.55	141.92	170.49	14.06	52.14	46.08
ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่สำคัญ															
ญี่ปุ่น	0.60	14.01	-7.01	1.71	-4.12	-2.78	-0.75	-2.71	-2.46	20.90	39.71	56.23	-6.65	-11.63	-12.73
ฮ่องกง	12.84	30.96	5.42	8.88	9.69	11.42	5.19	4.87	9.96	34.75	72.23	71.27	3.68	8.15	-4.07
เกาหลีใต้	28.71	20.10	0.31	20.48	56.09	29.12	-24.83	-3.04	17.85	32.11	41.45	3.36	1.39	-10.60	-41.67
ไต้หวัน	6.85	37.05	10.39	-4.53	5.80	2.34	12.49	13.20	13.60	42.47	75.27	88.09	9.87	10.21	5.15
จีน	15.91	17.18	-6.42	-6.25	15.55	12.86	22.60	-13.47	35.33	23.40	28.68	106.82	-4.18	-19.65	15.79

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

หน่วย : เปอร์เซ็นต์

ประเทศคู่ค้า	(เงินบาท)		ดอลลาร์ สรอ.	อัตราการขยายตัวรายไตรมาส ในรูปเงินบาท									เงินดอลลาร์ สรอ.		
	2539	2540		2539.1	2539.2	2539.3	2539.4	2540.1	2540.2	2540.3	2540.4	2541.1	2540.3	2540.4	2541.1
กลุ่มประเทศอาเซียน 5 ประเทศ	-1.41	28.42	4.68	13.70	-4.57	-19.11	-3.65	6.04	8.48	44.12	57.20	40.85	11.23	-1.27	-21.68
บรูไน	17.75	13.96	-6.97	46.91	5.38	-5.04	1.11	-5.76	6.26	5.68	50.66	24.47	-17.10	-4.00	-31.01
อินโดนีเซีย	20.75	58.43	28.80	145.03	49.01	-30.58	-45.95	9.70	14.82	142.89	127.51	71.76	86.00	42.12	-5.92
มาเลเซีย	31.88	52.11	23.55	6.72	26.41	35.27	44.58	51.50	36.13	48.53	69.86	35.90	14.73	6.81	-24.03
ฟิลิปปินส์	54.80	34.94	10.92	147.63	-7.98	35.05	-21.01	-18.11	54.05	67.17	58.04	71.43	29.64	-0.65	-2.79
สิงคโปร์	-13.32	16.61	-4.86	-2.44	-14.05	-30.65	-3.26	-2.05	-3.75	30.63	44.36	32.29	0.85	-9.31	-26.41
กลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง	9.78	24.37	1.30	5.47	24.69	-13.25	7.68	13.81	3.99	26.99	50.96	54.33	-2.53	-4.83	-13.48
กัมพูชา	10.40	4.67	-13.95	13.24	6.43	2.13	-12.22	-1.70	-5.69	-9.53	37.86	40.63	-30.94	-13.62	-22.05
ลาว	4.16	29.51	5.14	3.28	22.93	-11.70	-0.44	6.97	7.68	43.31	61.65	62.27	10.27	0.79	-10.90
เมียนมาร์	-6.68	55.61	28.42	2.37	35.50	-44.29	19.00	58.50	36.97	53.17	72.13	7.08	16.78	9.70	-39.48
เวียดนาม	25.83	16.26	-6.48	3.66	34.36	4.43	20.59	4.54	-12.21	27.92	40.40	97.27	-1.33	-11.26	12.01
ประเทศในแถบตัวออกกลาง	-14.35	11.66	-9.41	-0.35	2.96	-35.33	-21.86	-13.93	-18.69	28.81	66.51	68.56	-0.65	4.73	-5.09
ยุโรปตะวันออก	-61.23	37.69	28.21	-49.76	-74.75	-56.48	-14.82	9.92	18.46	87.42	138.56	52.08	43.67	51.60	-15.43
รวมทั้งสิ้น	0.41	27.97	3.20	3.69	-4.69	-6.29	2.52	1.66	5.19	37.65	66.14	79.37	6.13	4.65	-0.17

ที่มา: รายงานเศรษฐกิจรายเดือน, ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: อัตราการขยายตัวรายไตรมาส เปรียบเทียบกับการส่งออกในไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา

สำหรับการส่งออกไปยังตลาดไต้หวันยังคงมีศักยภาพสูงอยู่ โดยไตรมาสที่สามปี 2540 ถึง ไตรมาสแรก ปี 2541 ในรูปเงินดอลลาร์ ยังคงมีอัตราการขยายตัวเป็นบวก ครึ่งหลังปี 2540 ขยายตัวประมาณร้อยละ 10 และในไตรมาสแรกปี 2541 ขยายตัวร้อยละ 5.15

อเมริกาเหนือและยุโรป

การส่งออกไปยังประเทศในภูมิภาคอเมริกาเหนือและสหภาพยุโรป หลังเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน พบว่า การส่งออกในรูปเงินดอลลาร์เพิ่มขึ้นมากกว่าการส่งออกในช่วงก่อนเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน และมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น

การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วงดังกล่าวมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรายไตรมาสสูงกว่าร้อยละ 14 และในไตรมาสแรกปี 2541 การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 ส่วนการส่งออกไปยังเม็กซิโกมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 100.0 ตลอดสามไตรมาสหลัง เนื่องจากมูลค่าการส่งออกเดิมไม่สูงมากนัก

การส่งออกไปยังสหภาพยุโรป ในช่วงหลังเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน พบว่า การขยายตัวการส่งออกสินค้าไทยในรูปเงินดอลลาร์สรอ. ใน 3 ไตรมาสที่ผ่านมาสูงกว่าร้อยละ 10.0 และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยไตรมาสแรกปี 2541 การส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.59 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา โดยการส่งออกไปยัง สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก

การให้ความสำคัญต่อการส่งออกไทยไปยังประเทศในภูมิภาคใกล้เคียงเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจ เป็นไปได้ยากเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้ และประเทศในกลุ่มอาเซียน ทั้งนี้การส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวลดลง และขยายตัวติดลบในที่สุดแม้จะมีการปรับอัตราแลกเปลี่ยน ส่วนการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในสหภาพยุโรป มีสู่ทางการส่งออกที่ดีขึ้น ซึ่งการส่งออกไปยังตลาดเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวในอัตราที่สูง ทั้งนี้อาจเนื่องจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย

บทที่ 3

สภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีผลต่อ การขยายตัวของการส่งออกไทย

1. การขยายตัวการค้าโลก

1.1 อัตราการขยายตัวของการส่งออกและผลผลิตรวมของโลก

การขยายตัวของการส่งออกโลกในทศวรรษที่ผ่านมามีแนวโน้มที่ลดลงและในระยะหลังมีความผันผวนสูง โดยในช่วงปี 2534-39 อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกโลกเป็นร้อยละ 8.85 ต่ำกว่าอัตราการขยายตัวในช่วงปี 2529-33 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12.3 กลุ่มประเทศส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในทิศทางเดียวกับอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกโลก โดยประเทศอุตสาหกรรมมีการขยายตัวของการส่งออกลดลง จากร้อยละ 12.0 ในช่วงปี 2529-33 เป็นร้อยละ 7.4 ในช่วงปี 2534-39 ยกเว้นญี่ปุ่น ที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.9 ในช่วงปี 2529-33 เป็นร้อยละ 8.4 ในช่วงปี 2534-39 (ตารางที่ 3.1)

ส่วนกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกที่ชะลอตัวน้อยกว่าคือจากร้อยละ 12.9 ในปี 2529-33 มาเป็นร้อยละ 12.3 ในปี 2534-39 มีบางประเทศในกลุ่มนี้ที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกมากขึ้นได้แก่ ฟิลิปปินส์ จีน เม็กซิโก และอาร์เจนตินา โดยฟิลิปปินส์มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.7 เป็นร้อยละ 16.9 จีนมีอัตราการขยายตัวจากร้อยละ 16.8 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.1 เม็กซิโกมีอัตราการขยายตัวจากร้อยละ 11.12 มาเป็นร้อยละ 13.5 และอาร์เจนตินามีการขยายตัวจากอัตราร้อยละ 9.5 เป็นร้อยละ 9.7

การส่งออกของโลกในปี 2539 มีการชะลอตัวลงอย่างมาก โดยการส่งออกโลกขยายตัวเพียงร้อยละ 3.36 ซึ่งการส่งออกของทุกกลุ่มประเทศ ต่างมีอัตราการขยายตัวชะลอตัวลงมากเช่นกัน อัตราการขยายตัวการส่งออกของประเทศอุตสาหกรรม, กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และกลุ่มประเทศอาเซียน 4 ประเทศ มีอัตราการขยายตัวการส่งออกในปี 2539 ต่ำกว่าร้อยละ 10 คือเป็นร้อยละ 2.5 4.3 และ 5.6 ตามลำดับ มีเพียงการส่งออกของประเทศในลาตินอเมริกาที่การส่งออกขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 10 คือเป็นร้อยละ 13 ทั้งนี้เนื่องจากการขยายตัวการส่งออกที่สูงของประเทศเม็กซิโก โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 20.2 ในปี 2538 มาเป็นร้อยละ 31.2 ในปี 2539

ตารางที่ 3.1 การขยายตัวการส่งออกโลก

หน่วย : เปอร์เซนต์

	สัดส่วน	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย		อัตราการขยายตัว						
		2539	2529-33	2534-39	อัตราการขยายตัว					
					2534	2535	2536	2537	2538	2539
โลก	100.00	12.28	8.85	2.96	7.30	-0.17	13.78	19.84	3.36	
ประเทศอุตสาหกรรม	67.56	12.03	7.39	2.03	5.94	-2.72	12.63	19.10	2.49	
สหรัฐอเมริกา	11.91	14.58	7.88	7.15	6.27	3.71	10.30	14.07	6.90	
ญี่ปุ่น	7.83	7.91	8.39	9.46	7.97	6.58	9.60	11.61	-7.27	
สหภาพยุโรป (ยกเว้น ลักเซมเบิร์ก)	38.73***	12.40	6.80**	-0.34	5.89	-7.37	14.10	22.14**	-0.22***	
เบลเยียม	3.20	12.59	8.48	0.42	4.17	-3.07	15.97	23.07	-1.32	
ฝรั่งเศส	5.52	12.90	5.57	0.24	8.65	-11.24	12.69	21.55	1.00	
เยอรมันนี	9.93	11.92	5.43	-1.77	4.82	-9.42	12.35	21.89	-0.51	
เนเธอร์แลนด์	3.76	10.63	8.72	1.41	5.02	-0.86	11.81	26.18	0.49	
สหราชอาณาจักร	4.97	12.44	6.13	-0.11	2.72	-5.17	13.73	18.11	7.71	
ประเทศกำลังพัฒนา	32.44	12.94	12.26	5.43	10.81	6.09	16.37	21.45	5.21	
ประเทศในทวีปเอเชีย	18.51	16.85	14.53	14.01	13.46	10.38	18.84	21.33	4.27	
จีน	2.88	16.80	18.09	15.81	18.12	7.10	33.06	22.92	1.61	
เวียดนาม	na	30.52	17.89*	-13.19	23.67	15.65	20.60	na	na	
อินเดีย	0.63	16.35	13.58	-1.73	10.75	10.17	16.34	22.69	7.44	
ประเทศอุตสาหกรรมใหม่	10.50	17.30	13.44	14.42	11.60	10.31	16.19	20.95	4.26	
ฮ่องกง	3.44	20.91	13.70	19.98	21.24	13.17	11.94	14.77	4.02	
เกาหลีใต้	2.47	15.32	13.33	10.54	6.63	7.31	16.75	30.25	3.72	
สิงคโปร์	2.38	21.47	18.12	11.89	7.55	16.58	30.82	22.14	5.70	
ไต้หวัน	2.20	12.65	8.97	13.36	6.94	4.03	9.65	20.18	3.71	
อาเซียน 4 ประเทศ	3.89	17.89	16.02	16.77	16.11	12.75	19.30	23.00	5.58	
ไทย	1.06	24.55	17.01	23.22	14.23	13.25	22.72	25.10	-1.31	
มาเลเซีย	1.49	18.55	19.03	16.77	18.53	15.74	24.69	26.01	5.68	
อินโดนีเซีย	0.95	13.58	10.52	13.50	16.56	8.41	8.78	13.39	9.68	
ฟิลิปปินส์	0.39	13.68	16.93	8.66	11.24	13.71	19.97	31.55	16.66	
ประเทศในลาตินอเมริกา	4.12	10.74	10.42	-1.20	4.12	3.79	15.46	23.25	13.02	
เม็กซิโก ¹	1.83	11.12	13.53	57.34	8.22	12.32	17.34	20.15	31.22	
อาร์เจนตินา	0.91	9.52	9.68	0.66	13.20	7.83	12.85	6.77	2.70	
บราซิล	0.45	15.88	13.67	-3.04	2.15	7.22	19.37	33.90	13.56	
ประเทศในตะวันออกกลาง	na	15.77	2.26	-7.16	6.74	-5.50	0.76	12.92	na	
ประเทศในแอฟริกา	na	9.26	5.24	-2.53	3.43	2.08	3.37	15.90	na	
ประเทศในยุโรปอื่น	4.61	-0.85	16.65	-2.29	17.47	3.36	27.61	29.23	4.80	

หมายเหตุ: * อัตราการขยายตัวเฉลี่ยช่วงปี 2534-2537

** การส่งออกของ สหภาพยุโรปในปี 2538 ไม่รวมกรีซ

*** การส่งออกของสหภาพยุโรปในปี 2539 ไม่รวมออสเตรเลีย และกรีซ

ที่มา: International Financial Statistic Yearbook 1997, IMF

¹ ข้อมูลการส่งออกของเม็กซิโก ระหว่างปี 2533-2539 มาจาก Direction of Trade 1997, IMF

สำหรับการส่งออกปี 2539 ของประเทศที่สำคัญในเอเชีย ต่างมีอัตราการขยายตัวลดลงจากการขยายตัวในปี 2537-2538 ประเทศอุตสาหกรรมใหม่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่ใกล้เคียงกันในช่วงร้อยละ 3.7-5.7 (ปี 2538 ฮองกงซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกต่ำที่สุดในกลุ่มยังมีอัตราการเพิ่มร้อยละ 14.7) ส่วนประเทศในกลุ่มอาเซียน 4 ประเทศ ประเทศไทยมีการส่งออกที่ลดลงโดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 1.3 ขณะที่ปีก่อนหน้านี้มีอัตราการขยายตัวเป็นร้อยละ 25.1³ ส่วนประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มีอัตราการขยายตัวที่ลดลงจากร้อยละ 26 13.4 และ 31.6 ในปี 2538 มาเป็นร้อยละ 5.7 9.7 และ 16.7 ในปี 2539 ตามลำดับ สำหรับประเทศจีนและอินเดียพบว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่ลดลงอย่างมากเช่นกัน คือจากร้อยละ 22.9 และ 22.7 ในปี 2538 มาเป็นร้อยละ 1.6 และ 7.4 ในปี 2539 ตามลำดับ

การค้าของโลกย่อมมีความสัมพันธ์กับรายได้ของแต่ละประเทศ ซึ่งอาจพิจารณาได้จากผลผลิตของประเทศต่างๆ ในส่วนของอัตราการขยายตัวของผลผลิตรวม ในปี 2539 พบว่า ผลผลิตรวมของโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.0 ในขณะที่การขยายตัวของผลผลิตรวมเป็นร้อยละ 3.6 ในปี 2538 การที่ผลผลิตรวมของโลกเพิ่มขึ้นแต่การค้าของโลกขยายตัวช้าลง มีสาเหตุสำคัญคือ การขยายตัวของผลผลิตรวมของโลกในปี 2539 ส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายตัวของผลผลิตในประเทศญี่ปุ่น โดยในปี 2539 ญี่ปุ่นขยายตัวร้อยละ 3.9 ในขณะที่การขยายตัวเป็นร้อยละ 1.5 ในปี 2538 ส่วนการขยายตัวของผลผลิตรวมของสหภาพยุโรปกลับลดลงจากร้อยละ 2.5 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 1.7 ในปี 2539 เนื่องจากนโยบายการเงินการคลังที่ตึงตัว ผลผลิตรวมของประเทศในแถบเอเชียก็มีอัตราเพิ่มที่ลดลงในปี 2539 ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวสูงขึ้น แต่ไม่เท่ากับกรณีของประเทศญี่ปุ่น (ตารางที่ 3.2)

การขยายตัวของผลผลิตในญี่ปุ่นมีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกไทยและของโลกไม่สูงเท่ากับของประเทศอุตสาหกรรมอื่น ข้อสรุปนี้ได้มาจากการศึกษาโดยใช้ความสัมพันธ์ของการส่งออกไทยต่อผลผลิตของประเทศอุตสาหกรรม จากข้อมูลในช่วงปี 2537-ไตรมาสแรกของปี 2540 พบว่า ความยืดหยุ่นของการส่งออกไทยต่อผลผลิตของประเทศญี่ปุ่นประมาณ 0.89 ขณะที่ความยืดหยุ่นของการส่งออกไทยต่อผลผลิตของประเทศอุตสาหกรรมอื่นคือสหรัฐอเมริกา และฮ่องกงมีค่าเกินหนึ่ง⁴ นอกจากนี้การขยายตัวของผลผลิตในญี่ปุ่นไม่ได้ก่อให้เกิดการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากนัก พิจารณาจากสมการถดถอยหาความสัมพันธ์ของการนำเข้ากับผลผลิตของประเทศอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในช่วงปี 2533-2539 ซึ่งพบว่า ความยืดหยุ่นของการนำเข้าต่อผลผลิตของประเทศญี่ปุ่นมีค่าน้อยกว่า 1 คือเป็น 0.58 ขณะที่ประเทศอุตสาหกรรมอื่น ๆ คือ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เยอรมัน มีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 1⁵

³ สถิติที่ได้มีความแตกต่างจากการวิเคราะห์ในส่วนต้น เนื่องจากแหล่งที่มาของข้อมูลต่างกัน โดยในส่วนนี้ใช้ข้อมูลของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน

⁴ สมการถดถอยที่ได้: มูลค่าการส่งออกไทย = $-12.97 + 3.488 (\text{ผลผลิตของสหรัฐฯ}) + 0.893 (\text{ผลผลิตของญี่ปุ่น}) + 0.391 (\text{ผลผลิตของฮ่องกง})$

⁵ ความยืดหยุ่นของการนำเข้าต่อผลผลิตของสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน และสหราชอาณาจักร ในช่วงปี 2533-2539 เป็น 3.293 0.575 1.413 1.051 และ 0.552 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.2 ประมาณการขยายตัวของผลผลิตรวม

ค่าประมาณของ IMF

	2538	2539	2540	2541	2542
ผลผลิตรวมของโลก	3.6	4.0	4.1	3.1	3.7
สหรัฐอเมริกา	2.0	2.8	3.8	2.9	2.2
ญี่ปุ่น	1.5	3.9	0.9	0.0	1.3
สหภาพยุโรป	2.5	1.7	2.6	2.8	2.8
ทวีป เอเชีย	8.9	8.3	6.7	4.4	5.9
จีน	10.5	9.7	8.8	7.0	na
ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs)	7.3	6.4	6.1	1.8	4.5
เกาหลีใต้	8.9	7.1	5.5	-0.8	4.1
สิงคโปร์	8.8	6.9	7.8	3.5	5.0
ฮ่องกง	3.9	4.9	5.3	3.0	4.3
ไต้หวัน	6.0	5.7	6.9	5.0	5.2
ประเทศอาเซียน 4 ประเทศ	8.1	7.1	3.9	-2.7	2.5
อินโดนีเซีย	8.2	8.0	5.0	-5.0	na
มาเลเซีย	9.5	8.6	7.8	2.5	na
ฟิลิปปินส์	4.8	5.7	5.1	2.5	na
ไทย	8.7	5.5	-0.4	-3.1	na
ลาตินอเมริกา	1.2	3.5	5.0	3.4	4.3
เม็กซิโก	na	5.2	7.0	4.8	na
ชิลี	na	7.2	6.6	6.0	na
แอฟริกา	2.9	5.5	3.2	4.6	4.9

ที่มา: World Economic Outlook, December- May 1998, IMF.

การส่งออกของไทยที่ลดลงในปี 2539 เป็นไปตามสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของโลกที่การค้าระหว่างประเทศมีการชะลอตัวลง ทั้งนี้ นอกจากประเทศไทยแล้วจะเห็นว่าประเทศอื่นโดยเฉพาะในเอเชีย เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮ่องกง เกาหลี สิงคโปร์ ไต้หวัน และจีน มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นและประเทศอุตสาหกรรมอื่นซึ่งเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศในเอเชีย มีการขยายตัวในการนำเข้าต่ำ

สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ประเทศในเอเชียมีการขยายตัวในการส่งออกต่ำ มาจากค่าของเงินเยนอ่อนลงเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ สรอ. ในช่วงครึ่งหลังปี 2538 ต่อเนื่องปี 2539 และค่าของเงินของประเทศในเอเชียแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์ ที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และประเทศในอาเซียนลดลง (ในปี 2537-38 เงินเยนมีค่าแข็งมากเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ สรอ.) ทำให้การส่งออกของประเทศอุตสาหกรรมใหม่และประเทศในอาเซียนมีการขยายตัวการส่งออกในอัตราที่ต่ำ การศึกษาของธนาคารโลกพบว่า การส่งออกของกลุ่มประเทศอาเซียนและเกาหลีมีความสัมพันธ์ผกผันกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินต่อดอลลาร์ คือ ถ้าค่าเงินเยนมีค่าสูงขึ้น (เงินเยนต่อหนึ่งดอลลาร์มีค่าลดลง) การส่งออกของกลุ่มประเทศนี้จะสูงขึ้น แต่ถ้าค่าเงินเยนลดลง การส่งออกของประเทศนี้จะมีการ

ขยายตัวลดลง (DEC Trade Group, World Bank 1998) การส่งออกที่ชะลอตัวลงของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก ทำให้อัตราการเพิ่มของรายได้ประชาชาติลดลง อีกทั้งยังมีการวางมาตรการการเงินที่เข้มงวดเพื่อชะลอการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงเกินไปในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้การนำเข้ามีการขยายตัวต่ำ ส่งผลให้การขยายตัวของการส่งออกในภูมิภาคมีปัญหามากขึ้น เนื่องจากการค้ำระหว่างกันในกลุ่มมีสูง

สภาพแวดล้อมที่มีผลในทางลบต่อการส่งออกของเอเชียตะวันออกรวมทั้งไทยอีกประการหนึ่งคืออุปสงค์ของเซมิคอนดักเตอร์โลกลดลง ซึ่งทำให้ราคาของหน่วยความจำลดลงกว่าร้อยละ 80 ในปี 2539 โดยหลายประเทศ โดยเฉพาะเกาหลีใต้และสิงคโปร์ มีการส่งออกในสินค้าหมวดอิเล็กทรอนิกส์เป็นสัดส่วนการส่งออกที่สูงเมื่อเทียบกับการส่งออกรวม⁶ สำหรับประเด็นอุปสงค์ของตลาดเซมิคอนดักเตอร์จะได้ทำการศึกษาลงในรายละเอียด ในส่วนของสภาวะแวดล้อมอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกต่อไป

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ในปี 2539 ประเทศไทยจะมีการขยายตัวของการส่งออกต่ำกว่าประเทศอื่นในเอเชีย และในปี 2540 ตัวเลขเบื้องต้นแสดงว่าการค้าของโลกมีการขยายตัวสูงขึ้น ทำให้ประเทศเอเชียบางประเทศมีการฟื้นตัวของการส่งออกเมื่อเทียบกับปี 2539 เช่น จีน เกาหลีใต้ ฮองกง ฟิลิปปินส์ แต่การส่งออกของไทยกระเตื้องขึ้นไม่มาก แสดงว่ามีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อส่งออกของไทยโดยตรง นอกเหนือจากการขยายตัวของการค้าโลกที่มีผลกระทบต่อทุกประเทศโดยทั่วไปด้วย

1.2 สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมที่สำคัญ

การศึกษาในส่วนนี้จะพิจารณาถึงการผลิตและการค้าในตลาดโลกของสินค้าสำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (SITC 752) แผงวงจรไฟฟ้า (SITC 776) และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ISIC 321, SITC 65 และ SITC 84)

ก. อุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้า

อุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการย้ายฐานการผลิต และการลงทุนในผลิตภัณฑ์บางชนิดไปยังประเทศกำลังพัฒนา การแข่งขันในอุตสาหกรรมประกอบแผงวงจรไฟฟ้าจะขึ้นอยู่ความสามารถในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพด้วยแรงงานที่มีความชำนาญ เพราะฉะนั้นการลงทุนจะย้ายไปสู่ประเทศที่มีแรงงานที่มีฝีมือซึ่งมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนการลงทุน เช่น นโยบายด้านภาษี โครงสร้างพื้นฐาน และความมีเสถียรภาพทางการเมือง เป็นต้น

แผงวงจรไฟฟ้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ Hermetics และ Plastics โดยแผงวงจรไฟฟ้าแต่ละประเภทจะมีลักษณะการทำงานแตกต่างกันตามโครงสร้างการออกแบบของวงจรไฟฟ้า

– Hermetics เป็น IC ที่ใช้วัสดุห่อหุ้มด้วย Ceramics มีลักษณะทนความชื้นและความร้อนได้ดี อายุการใช้งานนาน เหมาะกับงานด้านการทหาร อวกาศ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ อย่างไรก็ตาม แผงวงจรไฟฟ้าประเภทนี้มีราคาแพง ตลาดของผลิตภัณฑ์จึงไม่กว้างนัก

⁶ The Economist, March 1, 1997

- Plastics เป็น IC ที่ใช้วัสดุห่อหุ้มที่ทำจากสารประกอบพลาสติก (Polymer) เหมาะกับการใช้งานในที่อุณหภูมิไม่สูงมากนัก ตัวผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาเร็ว นิยมใช้กับอุปกรณ์จำพวกเครื่องมือสื่อสาร โทรศัพท์ และ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล นอกจากนั้นตลาดของแผงวงจรไฟฟ้าประเภทนี้ค่อนข้างกว้าง เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก

การค้าในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาด้านการส่งออก การส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าของโลกมีการขยายตัวในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2536-2538 ซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 19.53, 35.5, และ 40.81 ตามลำดับ โดยมูลค่าการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลกได้เพิ่มขึ้นจาก 71,239.59 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในปี 2535 เป็น 162,466.067 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในปี 2538 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลก ในปี 2539 เหลือ 160,744.319 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ หรือการส่งออกรวมมีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ -1.06 (ตารางที่ 3.3)

ทั้งนี้ ประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าของญี่ปุ่นจะลดลงในปี 2539 จาก 40,846.944 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในปี 2538 เป็น 25,656.512 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ สัดส่วนการส่งออกของญี่ปุ่นต่อมูลค่าการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลกในปี 2539 ยังมีค่าสูงที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 22.18 โดยประเทศที่ส่งออกสูงรองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และ มาเลเซีย ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกเท่ากับร้อยละ 16.08, 12.3, 10.77 และ 8.72 ตามลำดับ สำหรับการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าของประเทศไทยในปี 2538 มีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับ 12 ของโลกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการส่งออกรวมของโลก นับว่าค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญซึ่งได้แก่ เกาหลีใต้และมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาด้านการนำเข้า สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่นำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าคิดเป็นมูลค่ามากที่สุดในโลก โดยในปี 2539 มีมูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 38,410.544 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.9 ของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลก ในช่วงปี 2533-2537 อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเฉลี่ยต่อปีมีค่าเท่ากับ 21.7 โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่งสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากญี่ปุ่นต่อมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 27.7 สหรัฐอเมริกานำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจาก เกาหลีใต้ และมาเลเซีย คิดเป็นมูลค่ามากรองลงมา โดยส่วนแบ่งตลาดของประเทศทั้งสองคิดเป็นร้อยละ 16.6 และ 13.4 ตามลำดับ

สิงคโปร์นำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าคิดเป็นมูลค่ามากรองจากสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2539 มีมูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 21,042.432 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.09 ของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลก ในช่วงปี 2533-2537 อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเฉลี่ยต่อปีมีค่าเท่ากับ 36.7 โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่งสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากญี่ปุ่นต่อมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าทั้งหมดในปี 2537 คิดเป็นร้อยละ 25.9 สิงคโปร์นำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากมาเลเซียและสหรัฐอเมริกา คิดเป็นมูลค่ามากรองลงมา โดยส่วนแบ่งตลาดของประเทศทั้งสองคิดเป็นร้อยละ 17.4 และ 16.2 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากประเทศไทยในตลาดสิงคโปร์ ในปี 2537 นั้น มีมูลค่าทั้งสิ้น 645.5 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของมูลค่าทั้งหมด

ตารางที่ 3.3 การค้าแผงวงจรไฟฟ้า(SITC 776)ของประเทศที่มีการค้าสูง 5 อันดับแรกเทียบกับไทย

ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
ญี่ปุ่น	17,479.6	21,956.4	29,263.5	40,846.9	35,656.5	24.54	25.78	25.36	25.14	22.18	25.61	33.28	39.58	-12.71
สหรัฐอเมริกา	12,297.7	14,741.6	19,329.4	24,858.3	25,854.5	17.26	17.31	16.75	15.30	16.08	19.87	31.12	28.60	4.01
สิงคโปร์	5,447.8	6,852.6	12,053.9	18,392.5	19,772.8	7.65	8.05	10.45	11.32	12.30	25.79	75.90	52.59	7.50
เกาหลีใต้	7,762.9	8,078.3	11,848.0	19,372.8	17,305.2	10.90	9.49	10.27	11.92	10.77	4.06	46.66	63.51	-10.67
มาเลเซีย	5,647.0	7,289.3	9,512.1	13,240.0	14,009.6	7.93	8.56	8.24	8.15	8.72	29.08	30.49	39.19	5.81
ไทย	1,332.4	1,708.9	2,242.1	2,933.4	NA	1.87	2.01	1.94	1.81	NA	28.26	31.20	30.83	NA
ประเทศอื่นๆ	21,272.1	24,524.8	31,128.6	42,822.1	48,145.7	29.86	28.80	26.98	26.36	29.95	15.29	26.93	37.57	12.43
มูลค่าส่งออกทั้งหมด	71,239.6	85,151.8	115,377.6	162,466.1	160,744.3	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	19.53	35.50	40.81	-1.06
ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
สหรัฐอเมริกา	16,644.2	20,813.7	27,631.7	40,956.5	38,410.5	21.47	22.56	22.30	23.07	22.16	25.05	32.76	48.22	-6.22
สิงคโปร์	6,221.5	9,073.8	14,649.0	21,384.5	21,042.4	8.03	9.83	11.82	12.04	12.14	45.84	61.44	45.98	-1.60
มาเลเซีย	5,374.8	7,122.5	10,616.4	15,516.7	16,698.4	6.93	7.72	8.57	8.74	9.63	32.52	49.05	46.16	7.62
ญี่ปุ่น	3,988.3	5,286.4	7,306.2	12,260.4	13,239.7	5.15	5.73	5.90	6.90	7.64	32.55	38.21	67.81	7.99
ฮ่องกง	5,633.5	7,153.6	8,862.2	12,458.7	12,831.4	7.27	7.75	7.15	7.02	7.40	26.98	23.88	40.58	2.99
ไทย	1,899.5	2,460.7	3,493.3	4,993.6	NA	2.45	2.67	2.82	2.81	NA	29.55	41.96	42.95	NA
ประเทศอื่นๆ	37,750.9	40,359.7	51,365.3	69,998.2	71,109.4	48.70	43.74	41.45	39.42	41.03	6.91	27.27	36.28	1.59
มูลค่านำเข้าทั้งหมด	77,512.7	92,270.4	123,923.9	177,568.6	173,331.9	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	19.04	34.31	43.29	-2.39

แหล่งข้อมูล: COMTRADE, United Nations Statistics Division

ญี่ปุ่นนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าคิดเป็นมูลค่ามากกว่าครึ่งจากสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยในปี 2539 มีมูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 13,239.663 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.24 ของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลก ในช่วงปี 2533-2537 อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเฉลี่ยต่อปีมีค่าเท่ากับ 23.5 โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากญี่ปุ่นต่อมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าทั้งหมดในปี 2537 คิดเป็นร้อยละ 53.5 ญี่ปุ่นนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากเกาหลีใต้และสิงคโปร์ คิดเป็นมูลค่ามากกว่าครึ่งมา โดยส่วนแบ่งตลาดของประเทศทั้งสองคิดเป็นร้อยละ 25.1 และ 5.7 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้าจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น ในปี 2537 นั้น มีมูลค่าเพียง 56.5 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.9 ของมูลค่าทั้งหมด

เนื่องจากประเทศอุตสาหกรรมเป็นประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์แผงวงจรไฟฟ้ารายใหญ่ของโลก ภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้จึงมีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย นอกจากนี้ ลักษณะการเพิ่มและลดการนำเข้าแผงวงจรไฟฟ้ารวมของโลกดังกล่าวเป็นวัฏจักรที่เกิดขึ้นตามปกติในอุตสาหกรรมนี้ กล่าวคือเมื่อมีการนำเข้าสูงขึ้นจะจูงใจให้มีการผลิตมากขึ้น ส่งผลให้มีการผลิตมากเกินไปจนความต้องการ ราคาจะลดลง และผู้ผลิตก็จะผลิตน้อยลง ขณะเดียวกันราคาที่ลดลงก็กระตุ้นให้เกิดความต้องการนำเข้ามากขึ้น ผู้ผลิตก็จะหันมาผลิตมากขึ้นอีกครั้ง ตารางที่ 3.4 แสดงให้เห็นว่าในปี 2538 มีการผลิตเซมิคอนดักเตอร์ในปริมาณที่สูง ทำให้เกิดมีสินค้าคงคลัง (Inventory) สูง ส่งผลให้ความต้องการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในปี 2539 ลดลงมาก

เราสามารถสังเกตได้ว่าค่า Book-to-Bill ratio ในปี 2539 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 ซึ่งลดลงจากค่าดังกล่าวในปี 2538 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.12 แสดงว่าตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ semiconductor ในปี 2539 มีการหดตัวจากที่เคยขยายตัวในปี 2538 และอาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของประเทศผู้ส่งออกสำคัญ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ รวมทั้งประเทศไทย เป็นต้น

ข. อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

ลักษณะอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง และใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย รวมทั้งมีการประหยัดจากขนาดการลงทุน (Economies of Scales) การผลิตคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนมีลักษณะเป็นเครือข่าย นั่นคือ มีการกระจายฐานการผลิต และการลงทุนสู่ประเทศกำลังพัฒนาที่มีปัจจัยการผลิตที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในแต่ละขั้นตอนการผลิต

ประเทศไทยมีอัตราค่าจ้างแรงงานต่ำและมีแรงงานจำนวนมาก ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ จึงเป็นแหล่งการผลิตที่ต่างชาติให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนในส่วนที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงมาก สำหรับการผลิตคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุนกับต่างชาติ โดยต่างชาติเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ ในสัดส่วนโดยประมาณร้อยละ 76 ส่วนที่เหลือร้อยละ 24 เป็นของผู้ถือหุ้นคนไทย ต่างชาติที่เข้ามาร่วมลงทุนมากที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น เนื่องจากค่าเงินเยนที่แข็งในอดีต ทำให้ญี่ปุ่นย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีหลายประเภท ได้แก่ Hard Disk Drive and Parts, Switching Power Supply, Floppy Disk Drive and Parts และ Keyboard

ตารางที่ 3.4 อัตราส่วน Book to Bill ของเซมิคอนดักเตอร์

วันที่	Book/Bill
12/39	1.01
11/39	1.06
10/39	1.08
09/39	0.98
08/39	0.96
07/39	0.94
06/39	0.93
05/39	0.94
04/39	0.93
03/39	0.91
02/39	0.96
01/39	0.99
12/38	1.06
11/38	1.05
10/38	1.06
09/38	1.08
08/38	1.13
07/38	1.17
06/38	1.15
05/38	1.18
04/38	1.18
03/38	1.16
02/38	1.13
01/38	1.10

หมายเหตุ: อัตราส่วน Book to Bill เป็นการวัดความต้องการชิปคอมพิวเตอร์ อัตราส่วน 0.99 หมายความว่าทุกๆ การสั่งซื้อ 100 ดอลลาร์สหรัฐ จะมีการสั่งซื้อเข้ามาใหม่ 99 ดอลลาร์สหรัฐ อัตราส่วนที่มากกว่า 1.00 จะตีความหมายได้ว่าตลาดกำลังขยายตัว

ที่มา: Bloomberg.

การผลิต

การผลิตคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในตลาดโลกนั้น คอมแพค (Compaq) ยังคงครองความเป็นผู้นำอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2540 ยอดจัดส่งคอมพิวเตอร์ได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 42.4 นั่นคือ ยอดจัดส่งได้เพิ่มขึ้นจาก 7.132 ล้านเครื่องในปี 2539 เป็น 10.159 ล้านเครื่องในปี 2540 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.4 ของยอดจัดส่งรวมในตลาดโลก ส่วนไอบีเอ็ม (IBM) เดลล์ (Dell) และ Hewlet-Packard อยู่ในอันดับ 2, 3 และ 4 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งตลาดคอมพิวเตอร์ในตลาดโลกเท่ากับร้อยละ 8.8, 5.6, และ 5.4 ตามลำดับ ในช่วงปี 2539-2540 นั้นยอดจัดส่งคอมพิวเตอร์ของ Dell และ Hewlet-Packard ได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก เท่ากับร้อยละ 62.3 และ 55.9 ตามลำดับ

ตลาดจอภาพ (Monitor) : ได้ทวนเป็นผู้ผลิตจอภาพรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีการผลิตมากกว่า 31 ล้านเครื่อง หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 57 ของการผลิตทั้งหมดของโลก ความต้องการจอภาพในตลาดโลก โดยเฉพาะจอภาพขนาดใหญ่ (15 นิ้ว และ 17 นิ้ว) ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยความต้องการดังกล่าวได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 227 ระหว่างปี 2537-2538

Hard Disk Drive : การผลิต HDD มีลักษณะการย้ายฐานการผลิตในขั้นตอนที่ใช้แรงงานอย่างเข้มข้นไปยังประเทศกำลังพัฒนาที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในเรื่องของค่าจ้างแรงงาน หรือประเทศที่มีการเจริญเติบโตของตลาดของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในอัตราที่สูง

บริษัทของสหรัฐอเมริกาครองความเป็นผู้นำในการผลิต HDD โดยบริษัทที่ผลิต HDD มากที่สุด 6 อันดับแรกเป็นบริษัทของสหรัฐอเมริกา โดยการลงทุนจากบริษัทแม่โดยส่วนใหญ่มุ่งไปที่ประเทศในทวีปเอเชีย ตัวอย่างเช่น บริษัท Seagate ที่เป็นผู้นำในการผลิต HDD ของโลก มีโรงงานในทวีปเอเชีย 14 แห่งจาก 22 แห่งทั่วโลก โดยลักษณะของการเลือกแหล่งผลิตในแต่ละขั้นตอนการผลิตมีดังต่อไปนี้ คือ การผลิตชิ้นส่วนในระดับล่างสุดมักจะทำการผลิตในประเทศจีน และอินโดนีเซีย ในขณะที่การผลิตและการประกอบชิ้นส่วนที่ต้องอาศัยความชำนาญมากกว่าในขั้นตอนแรก มักจะดำเนินการในประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย โดยมีประเทศสิงคโปร์เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการผลิต

ตลาด Floppy Disk Drive : ตลาดดังกล่าวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นตามความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ของโลก โดยยอดขายในตลาดโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.97 ระหว่างปี 2537-2538 จาก 75.2 ล้านตัวในปี 2537 เป็น 81.2 ล้านตัวในปี 2538 ในปี 2538 ผู้ค้า Floppy Disk Drive ที่สำคัญได้แก่ IEAC, Mitsumi, Seiko Epson, Panasonic และ Sony ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในอัตราส่วนร้อยละ 19.3, 17.6, 11.2, 10.5 และ 10.1 ตามลำดับ

ตลาด Printer : จำนวนการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ทั่วโลกในปี 2538 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2537 ถึงร้อยละ 22 นั่นคือ เพิ่มขึ้นเป็น 37.1 ล้านเครื่อง ผู้ผลิตในตลาดที่สำคัญได้แก่ Canon, Epson, NEC, HP และ Fujitsu จากการคาดการณ์สภาวะความต้องการ Printer ในตลาดโลกของฝ่ายวิจัย บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นั้นพบว่า ตลาดเครื่องพิมพ์ในตลาดญี่ปุ่นจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะ Ink jet printers ที่จะมีการขยายตัว และมีสัดส่วนในตลาดถึงร้อยละ 61

การค้าในตลาดโลก

ในช่วงปี 2533-2537 มูลค่าการค้าคอมพิวเตอร์ในตลาดโลกมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.5 ต่อปี โดยเพิ่มจาก 70,545 ล้านดอลลาร์ สรอ. ในปี 2533 เป็น 108,959 ล้านดอลลาร์ สรอ. ในปี 2537 มูลค่าการค้าในตลาดโลก หรือมูลค่าการส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนรวมของโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2538 ในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 26.9 อย่างไรก็ตาม ในปี 2539 มูลค่าการค้าขยายตัวในอัตราลดลงเหลือเพียงร้อยละ 6.6 (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 การค้าคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน(SITC 752)ของประเทศที่มีการค้าสูง 5 อันดับแรกเทียบกับไทย

ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
สิงคโปร์	9,743.1	11,951.3	14,668.4	19,538.2	23,104.6	13.35	14.84	15.67	16.46	18.25	22.66	22.73	33.20	18.25
สหรัฐอเมริกา	15,046.2	15,488.2	17,726.1	19,828.8	21,384.9	20.62	19.23	18.94	16.70	16.89	2.94	14.45	11.86	7.85
ญี่ปุ่น	15,849.0	16,860.3	15,975.3	17,162.5	15,848.7	21.72	20.93	17.07	14.45	12.52	6.38	-5.25	7.43	-7.66
สหราชอาณาจักร	6,694.2	7,268.0	8,663.0	11,531.2	11,931.9	9.17	9.02	9.26	9.71	9.42	8.57	19.19	33.11	3.48
เนเธอร์แลนด์	2,864.1	4,267.4	5,586.6	7,697.2	9,764.4	3.93	5.30	5.97	6.48	7.71	49.00	30.91	37.78	26.86
ไทย	508.9	947.7	2,116.0	2,867.0	NA	0.70	1.18	2.26	2.41	NA	86.20	123.29	35.49	NA
ประเทศอื่นๆ	22,257.9	23,775.2	28,851.2	40,111.3	44,574.1	30.51	29.51	30.83	33.78	35.21	6.82	21.35	39.03	11.13
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	72,963.5	80,558.1	93,586.7	118,736.2	126,608.6	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	10.41	16.17	26.87	6.63
ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
สหรัฐอเมริกา	22,924.7	26,929.3	30,614.5	35,422.9	39,934.6	26.19	28.37	27.72	25.83	27.45	17.47	13.68	15.71	12.74
ญี่ปุ่น	3,225.8	3,972.4	5,472.0	10,429.0	12,405.6	3.69	4.18	4.95	7.61	8.53	23.15	37.75	90.59	18.95
เยอรมัน	11,588.9	10,250.0	11,113.8	13,362.6	12,160.4	13.24	10.80	10.06	9.74	8.36	-11.55	8.43	20.23	-9.00
สหราชอาณาจักร	8,245.1	9,709.2	9,919.3	11,945.4	11,988.5	9.42	10.23	8.98	8.71	8.24	17.76	2.16	20.43	0.36
เนเธอร์แลนด์	4,218.5	4,840.6	5,961.7	8,230.6	9,889.0	4.82	5.10	5.40	6.00	6.80	14.75	23.16	38.06	20.15
ไทย	337.2	375.7	510.0	631.0	NA	0.39	0.40	0.46	0.46	NA	11.43	35.73	23.74	NA
ประเทศอื่นๆ	36,986.7	38,845.2	46,850.8	57,111.8	59,083.6	42.26	40.92	42.42	41.65	40.62	5.02	20.61	21.90	3.45
มูลค่าการนำเข้าทั้งหมด	87,526.9	94,922.5	110,442.2	137,133.4	145,461.7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	8.45	16.35	24.17	6.07

แหล่งข้อมูล: COMTRADE, United Nations Statistics Division

จากที่กล่าวมาข้างต้น ในช่วงปี 2535-2539 การส่งออกคอมพิวเตอร์รวมของโลกได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2539 ประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากที่สุดได้แก่ สิงคโปร์ โดยมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 23,104.56 ล้านดอลลาร์ สรอ. คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.2 ของการส่งออกรวมของโลก ประเทศที่ส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนมารองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกคอมพิวเตอร์ต่อการส่งออกคอมพิวเตอร์รวมของโลก เท่ากับร้อยละ 16.9, 12.5, 9.4 และ 7.7 ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยนั้น การส่งออกคอมพิวเตอร์ในปี 2538 มีมูลค่ามากเป็นอันดับ 12 ของโลก โดยมีสัดส่วนการส่งออกคอมพิวเตอร์ต่อการส่งออกคอมพิวเตอร์รวมของโลก เท่ากับร้อยละ 2.4 อย่างไรก็ตาม การส่งออกคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยได้มีอัตราการขยายตัวในอัตราที่สูง โดยเฉพาะในปี 2536 และ 2537 ที่การส่งออกมีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 86.18 และ 123.31 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านการนำเข้า สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าคอมพิวเตอร์รายใหญ่ที่สุดของโลก โดยในปี 2539 มีมูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 39,934.6 ล้านดอลลาร์ สรอ. คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.45 ของมูลค่านำเข้าคอมพิวเตอร์ของโลก ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์ในปี 2539 มารองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมัน สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าของประเทศดังกล่าวต่อมูลค่าการนำเข้าของโลกเท่ากับ ร้อยละ 8.53, 8.36, 8.24 และ 6.8 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยนั้นค่อนข้างต่ำ โดยมูลค่าการนำเข้าในปี 2538 คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.46 ของมูลค่าการนำเข้าของโลก

เมื่อพิจารณารายตลาด ในปี 2537 สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดในโลกมีการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นมากที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 35 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด รองลงมาเป็น การนำเข้าจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียในสัดส่วนร้อยละ 19.8 และ 6.8 ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยนั้น มีส่วนแบ่งตลาดคอมพิวเตอร์ในสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 4.7 ถึงแม้ว่ามูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากประเทศไทยในตลาดนี้จะมียอดการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีค่อนข้างสูงเท่ากับร้อยละ 33.9 ในช่วงปี 2533-2537 การขยายตัวดังกล่าวยังน้อยกว่าในกรณีของประเทศไทยที่มูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากมาเลเซียที่ขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 111.9 ต่อปี ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนจากต่างประเทศเข้าไปลงทุนตั้งโรงงานในมาเลเซียจำนวนมาก

ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นผู้นำเข้าคอมพิวเตอร์มากเป็นอันดับ 2 รองจากสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยในปี 2537 มูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากสหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.7 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมาเป็น การนำเข้าจากประเทศสิงคโปร์ และประเทศในกลุ่มประเทศ EU ในช่วงปี 2533-2537 อัตราการขยายตัวของการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากประเทศมาเลเซียมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 101.5 ต่อปี รองลงมาได้แก่ ประเทศจีน ซึ่งมีค่าร้อยละ 72.7 ต่อปี สำหรับส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในปี 2537 มีส่วนแบ่งร้อยละ 1.2 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด

ประเทศสิงคโปร์เป็นผู้นำเข้าสำคัญรายหนึ่งของโลก โดยในปี 2539 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 6,805.57 ล้านดอลลาร์ สรอ. คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 ของมูลค่านำเข้าคอมพิวเตอร์รวมของโลก ในปี 2537 มูลค่าการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากประเทศไทยมีมูลค่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับจากประเทศอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.5 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด รองลงมาเป็น การนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และมาเลเซียในสัดส่วนร้อยละ 20.4, 20.4 และ 14.1 ตามลำดับ

การส่งออกคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยไปยังตลาดสำคัญของโลก ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์ ยังมีโอกาสที่จะขยายตัว เนื่องจากความต้องการคอมพิวเตอร์เพิ่มตามระดับรายได้ที่สูงขึ้น ทั้งนี้คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ได้แก่ มาเลเซีย ที่มีมูลค่าการส่งออก อัตราการขยายตัวของการส่งออก และส่วนแบ่งตลาดในอัตราที่สูงกว่าประเทศไทยในตลาดหลักๆ ในหลายประเทศ ทั้งนี้สาเหตุสำคัญเนื่องจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ในประเทศมาเลเซียที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นดังที่กล่าวมาข้างต้น สำหรับการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มประเทศ EU คงจะขยายตัวได้ไม่มากนัก เนื่องจากการนำเข้าคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยในกลุ่มประเทศ EU ส่วนใหญ่เกิดขึ้นระหว่างประเทศภายในกลุ่ม การขยายตัวของความต้องการในสหรัฐอเมริกาและ ญี่ปุ่น และการสร้างเครือข่ายการผลิต จึงเป็นปัจจัยสำคัญในด้านการส่งออกสินค้านี้

ค. อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (Textile and Clothing)

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อยหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเส้นใย อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมทอผ้า อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์ และแต่งสำเร็จ และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยอุตสาหกรรมย่อยทั้ง 5 นี้ มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันทั้งระบบ โดยมีลักษณะเป็นลูกโซ่ของการผลิตในแต่ละขั้นตอนการผลิต ความต้องการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในอุตสาหกรรมเส้นใย ความต้องการใช้เงินทุน และพลังงานอยู่ในระดับที่สูง ในขณะที่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการใช้แรงงานในการผลิตมากที่สุด และการใช้เงินทุนและพลังงานมีน้อยมาก

การผลิตในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาประเทศผู้ผลิตสิ่งทอ (Textiles: ISIC 321) ในปี 2535 พบว่าสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตสิ่งทอรายใหญ่ที่สุด โดยมีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 18.2 ของการผลิตรวมของทั้งโลก โดยมี อิตาลี ญี่ปุ่น อินเดีย เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นผู้ผลิตสิ่งทอรายสำคัญรองลงมา แต่ละประเทศมีสัดส่วนการผลิตต่อการผลิตสิ่งทอทั้งโลก เท่ากับร้อยละ 9.7, 9.1, 5.9, 5.4 และ 4.1 ตามลำดับ ทั้งนี้ 15 ประเทศผู้ผลิตสิ่งทอมากที่สุด ผลิตสิ่งทอคิดเป็นสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 75.4 ของการผลิตรวมทั้งโลก เมื่อพิจารณาการผลิตสิ่งทอ เฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา พบว่า ประเทศอินเดียเป็นผู้ผลิตสิ่งทอรายใหญ่ที่สุด โดยมีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 16 ของการผลิตรวมของกลุ่ม โดยมี ตุรกี บราซิล เกาหลีใต้ อาร์เจนตินา และไต้หวัน เป็นผู้ผลิตสิ่งทอรายสำคัญรองลงมา แต่ละประเทศมีสัดส่วนการผลิตต่อการผลิตสิ่งทอรวมในกลุ่ม เท่ากับร้อยละ 9.9, 7.6, 7.2, 6.2 และ 5.5 ตามลำดับ สำหรับการผลิตสิ่งทอของประเทศไทยในปี 2535 นั้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.1 ของการผลิตรวมในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

เมื่อพิจารณาประเทศผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่ม (Wearing Apparel: ISIC 322) ในปี 2535 พบว่าสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดเช่นกัน โดยมีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 25.9 ของการผลิตรวมของทั้งโลก โดยมี อิตาลี ญี่ปุ่น เยอรมัน สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส เป็นผู้ผลิตสิ่งทอรายสำคัญรองลงมา แต่ละประเทศมีสัดส่วนการผลิตต่อการผลิตเครื่องนุ่งห่มของโลก เท่ากับร้อยละ 11.5, 6.2, 5.3, 4.9 และ 4.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ 15 ประเทศ ผู้ที่ผลิตเครื่องนุ่งห่มมากที่สุด ผลิตเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 79.6 ของการผลิตรวมทั้งโลก เมื่อพิจารณาการผลิตเครื่องนุ่งห่ม เฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา พบว่า ประเทศฮ่องกงเป็นผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ที่สุด โดยมีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 13.9 ของการผลิตรวมของกลุ่ม โดยมี อินเดีย เกาหลีใต้ อาร์เจนตินา เม็กซิโก และบราซิล เป็นผู้ผลิต

เครื่องนุ่งห่มรายสำคัญรองลงมา โดยแต่ละประเทศมีส่วนการผลิตต่อการผลิตเครื่องนุ่งห่มรวมในกลุ่ม เท่ากับร้อยละ 12.6, 7.7, 6.8, 6.6 และ 4.3 ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยไม่ได้ถูกระบุโดย United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) ว่าเป็นประเทศที่ทำการผลิตเครื่องนุ่งห่มมากติดอันดับ 1 ใน 15 ของประเทศในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ส่วนฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีสัดส่วนการผลิตต่อการผลิตเครื่องนุ่งห่มรวมในกลุ่ม เท่ากับร้อยละ 2.1 และ 1.7 ตามลำดับ

Smith (1995) ได้วิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ และอุปทานของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของโลกในปี 2543 ดังต่อไปนี้ อุปสงค์ของโลกต่อสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 42 ล้านตัน ในปี 2533 เป็น 56 ล้านตัน ในปี 2543 โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จำพวกเส้นใย polyester ซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก และมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา โดยประชากรโลกคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 5,400 ล้านคน ในปี 2533 เป็น 6,400 ล้านคน ในปี 2543 ทั้งนี้ ประชากรของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 4,400 ล้านคน เป็น 5,200 ล้านคนในช่วงระยะเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ จากการที่มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้นในประเทศกำลังพัฒนา จึงมีการคาดการณ์ว่าปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์เส้นใยต่อคนจะมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างมาก

จากการศึกษาคาดว่ามูลค่าการส่งออกของโลกจะขยายตัวอย่างมาก จากประมาณ 2.9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2533 เป็น 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2543 โดยการค้ำระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นนี้ ส่วนมากเกิดจากการขยายตัวของ การส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ซึ่งลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้นของประเทศดังกล่าว ซึ่งอาจเกิดจากการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตสูงสู่ประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ โดยแนวโน้มที่เกิดการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศกำลังพัฒนาโดยมีปัจจัยด้านต้นทุนเป็นปัจจัยสำคัญ และปริมาณและความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้นในประเทศดังกล่าว จะยังคงดำเนินต่อไป และจะเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้นในอนาคต

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่สูง ได้แก่ เยอรมัน และอิตาลี ก็ยังมีบทบาทสำคัญในตลาดโลก เนื่องจากยังคงมีความต้องการสินค้าจากประเทศเหล่านี้ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงทันสมัยตามแฟชั่น และมีการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา

การค้าในตลาดโลก

ตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดภายใต้ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ (Multi Fibre Arrangement: MFA) และตลาดนอกข้อตกลง

ตลาดภายใต้ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ (Multi Fibre Arrangement: MFA) ได้แก่ ประเทศอุตสาหกรรม 18 ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป 15 ประเทศ สหรัฐอเมริกา นอร์เวย์ และแคนาดา เป็นตลาดที่มีการกำหนดโควตา และอัตราการขยายตัวของโควตาการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในแต่ละปีให้แก่ประเทศผู้ส่งออก โดยปริมาณโควตาจะถูกกำหนดจากการเจรจาทางการค้าระหว่างกลุ่มประเทศผู้นำเข้าบางประเทศ กับกลุ่มประเทศผู้ส่งออก สำหรับตลาดนอกข้อตกลงนั้น จะไม่มีข้อตกลงในเรื่องการจำกัดปริมาณ และอัตรา

การขยายตัวของการนำเข้าเหมือนกับในกรณีแรก ประเทศผู้ส่งออกจะสามารถส่งออกสินค้าเข้าไปในตลาดได้โดยเสรี หรือเจอมাত্রการกีดกันทางการค้าในระดับที่ต่ำ

จากสถิติตัวเลขในปี 2539 เมื่อพิจารณาตัวเลขจาก COMTRADE มูลค่าการส่งออกสิ่งทอ (SITC 65) และ เครื่องนุ่งห่ม (SITC 84) รวมของโลกมีค่าเท่ากับ 230,275.07 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. ทั้งนี้เป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คิดเป็นมูลค่า 120,519.39 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. และการส่งออกเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นมูลค่า 109,755.68 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รวมของโลกในปี 2539 ได้ลดลงจากปี 2538 คิดเป็นร้อยละ 9.48 โดยมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มได้ลดลงจากปี 2538 คิดเป็นร้อยละ 7.35 และ 11.72 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ในปี 2539 นั้น อิตาลีเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุด คิดเป็นมูลค่า 13,141.59 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.93 ของมูลค่าการส่งออกรวมของโลก รองลงมา ได้แก่ เกาหลีใต้ จีน สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.55, 10.05, 6.48 และ 6.06 ตามลำดับ อัตราการขยายตัวของการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่าง ประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอมากที่สุด 5 อันดับแรก เท่ากับร้อยละ 8.8 ในขณะที่อิตาลีมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเท่ากับร้อยละ 2.93 นอกจากนั้น ประเทศจีนซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในอัตราที่สูง ในปี 2537 และ 2538 กลับมีอัตราการขยายตัวลดลงและยังคงสูงถึงร้อยละ 12.98 สำหรับประเทศไทยนั้น การส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอในปี 2538 มีมูลค่าเท่ากับ 1933.16 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.49 ของมูลค่าการส่งออกรวมของโลก และมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในอัตราร้อยละ 17.58 (ตารางที่ 3.6)

สำหรับการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2539 นั้น จีนเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุด คิดเป็นมูลค่า 22,197.01 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20.22 ของมูลค่าการส่งออกรวมของโลก รองลงมาได้แก่ อิตาลี ฮังการี เยอรมัน และสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.78, 8.03, 6.3 และ 6.19 ตามลำดับ อัตราการขยายตัวของการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มมากที่สุด 5 อันดับแรก เท่ากับร้อยละ 13.37 เช่นเดียวกันกับสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของอิตาลียังคงขยายตัวในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2537 เป็นต้นมา ในอัตราร้อยละ 11.84, 13.28 และ 13.33 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศฮังการี และเยอรมันมีค่าติดลบ นั่นคือการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของประเทศทั้งสองในปี 2539 มีมูลค่าลดลงจากปี 2538 สำหรับประเทศไทยนั้น การส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2538 มีมูลค่าเท่ากับ 4,332.42 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.48 ของมูลค่าการส่งออกรวมของโลก และมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในอัตราร้อยละ 2.40 (ตารางที่ 3.7) -

ตารางที่ 3.6 การค้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (SITC 65: 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659) ของประเทศที่มีการค้ามากที่สุด 5 อันดับแรกเทียบกับไทย

ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
อิตาลี	10,154.0	9,469.2	10,860.8	12,797.1	13,171.6	9.84	9.63	9.65	9.84	10.93	-6.74	14.70	17.83	2.93
เกาหลีใต้	8,207.7	8,954.2	10,693.4	12,312.7	12,717.9	7.96	9.11	9.50	9.47	10.55	9.10	19.42	15.14	3.29
จีน	8,583.2	8,699.2	11,818.5	13,918.2	12,112.0	8.32	8.85	10.50	10.70	10.05	1.35	35.86	17.77	-12.98
สหรัฐอเมริกา	5,756.2	5,878.7	6,429.2	7,182.8	7,815.0	5.58	5.98	5.71	5.52	6.48	2.13	9.36	11.72	8.80
ฝรั่งเศส	6,254.1	5,427.8	6,224.4	7,468.3	7,303.2	6.06	5.52	5.53	5.74	6.06	-13.21	14.68	19.98	-2.21
ไทย	1,234.6	1,364.6	1,644.1	1,933.2	na	1.20	1.39	1.46	1.49	na	10.54	20.48	17.58	na
ประเทศอื่นๆ	56,506.7	52,283.5	58,049.2	66,589.3	60,099.0	54.78	53.19	51.59	51.19	49.87	-7.47	11.03	14.71	-9.75
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	103,153.8	98,298.4	112,516.8	130,082.0	120,519.4	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-4.71	14.46	15.61	-7.35
ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
ฮ่องกง	13,091.1	12,784.4	15,294.3	16,859.4	16,515.3	11.51	11.98	12.67	12.45	13.64	-2.34	19.63	10.23	-2.04
จีน	7,560.0	7,645.1	9,347.0	10,914.3	11,980.4	6.65	7.16	7.75	8.06	9.89	1.13	22.26	16.77	9.77
เยอรมัน	12,396.6	10,024.8	10,970.9	12,485.3	11,377.9	10.90	9.39	9.09	9.22	9.40	-19.13	9.44	13.80	-8.87
สหรัฐอเมริกา	8,214.7	8,854.7	9,657.9	10,440.7	10,702.0	7.22	8.30	8.00	7.71	8.84	7.79	9.07	8.11	2.50
สหราชอาณาจักร	6,939.4	5,656.4	6,748.4	7,539.4	7,901.8	6.10	5.30	5.59	5.57	6.53	-18.49	19.30	11.72	4.81
ไทย	1,208.8	1,306.1	1,359.5	1,534.4	na	1.06	1.22	1.13	1.13	na	8.05	4.09	12.86	na
ประเทศอื่นๆ	64,358.7	60,459.4	67,305.3	75,673.6	62,613.4	0.57	0.57	0.56	0.56	0.52	-6.06	11.32	12.43	-17.26
มูลค่าการนำเข้าทั้งหมด	113,769.2	106,730.9	120,683.3	135,447.1	121,090.7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-6.19	13.07	12.23	-10.60

แหล่งข้อมูล: COMTRADE, United Nations Statistics Division

ตารางที่ 3.7 การค้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม (SITC 84: 841, 842, 843, 844, 845, 846) ของประเทศที่มีการค้ามากที่สุด 5 อันดับแรกเทียบกับไทย

ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
จีน	15,164.6	16,573.7	21,340.6	21,282.5	22,197.0	14.54	16.05	18.78	17.12	20.22	9.29	28.76	-0.27	4.30
อิตาลี	11,588.9	10,537.2	11,784.3	13,349.5	15,128.9	11.11	10.20	10.37	10.74	13.78	-9.07	11.84	13.28	13.33
ฮ่องกง	9,631.9	8,998.6	9,224.8	9,351.8	8,813.0	9.23	8.71	8.12	7.52	8.03	-6.58	2.51	1.38	-5.76
เยอรมัน	7,838.1	6,183.0	6,216.6	7,030.5	6,910.1	7.52	5.99	5.47	5.66	6.30	-21.12	0.54	13.09	-1.71
สหรัฐอเมริกา	3,674.0	4,389.8	5,017.9	5,990.6	6,791.2	3.52	4.25	4.42	4.82	6.19	19.48	14.31	19.38	13.37
ไทย	3,562.5	3,708.8	4,231.0	4,332.4	na	3.42	3.59	3.72	3.48	na	4.11	14.08	2.40	na
ประเทศอื่นๆ	52,839.7	52,903.1	55,822.3	62,983.9	49,915.4	50.66	51.22	49.12	50.66	45.48	0.12	5.52	12.83	-20.75
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	104,299.8	103,294.2	113,637.5	124,321.3	109,755.7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-0.96	10.01	9.40	-11.72
ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)			
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
สหรัฐอเมริกา	29,822.9	32,153.2	34,983.3	37,789.8	39,537.2	22.98	25.36	25.59	24.90	25.68	7.81	8.80	8.02	4.62
เยอรมัน	23,237.3	20,581.0	21,007.0	22,863.5	22,474.8	17.91	16.24	15.37	15.07	14.60	-11.43	2.07	8.84	-1.70
ญี่ปุ่น	9,981.6	11,509.8	14,216.6	17,656.3	18,623.2	7.69	9.08	10.40	11.63	12.10	15.31	23.52	24.19	5.48
ฮ่องกง	9,544.7	10,893.3	11,395.1	11,571.2	12,595.3	7.36	8.59	8.34	7.62	8.18	14.13	4.61	1.55	8.85
ฝรั่งเศส	9,147.3	8,120.9	8,576.5	9,674.6	10,252.8	7.05	6.41	6.27	6.38	6.66	-11.22	5.61	12.80	5.98
ไทย	23.9	28.2	40.0	56.3	na	0.02	0.02	0.03	0.04	na	17.71	42.04	40.78	na
ประเทศอื่นๆ	48,007.8	43,480.2	46,487.0	52,143.3	50,490.4	37.00	34.30	34.01	34.36	32.79	-9.43	6.92	12.17	-3.17
มูลค่าการนำเข้าทั้งหมด	129,765.6	126,766.7	136,705.7	151,754.9	153,973.7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-2.31	7.84	11.01	1.46

แหล่งข้อมูล: COMTRADE, United Nations Statistics Division

สำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ในปี 2539 นั้น ฮองกงเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุด คิดเป็นมูลค่า 16,515.28 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 13.64 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของโลก รองลงมาได้แก่ ประเทศจีน เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.89, 9.4, 8.84 และ 6.53 ตามลำดับ สำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอของประเทศไทยในปี 2538 มีมูลค่าเท่ากับ 1,534.36 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1.13 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของโลก อัตราการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอของประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มมากที่สุด 5 อันดับแรก เท่ากับร้อยละ 9.77 ในขณะที่การนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ในปี 2539 ของประเทศฮองกงซึ่งเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดของโลก มีมูลค่าลดลงจากปี 2538 ในอัตราร้อยละ 2.04 (ตารางที่ 3.6)

ส่วนการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของโลกนั้น สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าร้อยละ 25 ในปี 2539 รองลงมาคือ เยอรมัน ญี่ปุ่น ฮองกง และ ฝรั่งเศส ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.6, 12.1, 8.8 และ 6.66 ตามลำดับ ในปี 2539 อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม ของประเทศฮองกงอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มมากที่สุด 5 อันดับแรก เท่ากับร้อยละ 8.85 ในขณะที่การนำเข้าของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดในโลกมีการขยายตัวในอัตราที่ลดลงจากในปี 2538 สำหรับประเทศไทยนั้น อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มมีค่าสูงมากในปี 2537 และ 2538 โดยมีค่าสูงกว่าร้อยละ 40 (ตารางที่ 3.7)

แนวโน้มการค้าโลกในอนาคต

มาตรการที่สำคัญและจะส่งผลกระทบต่อการค้าโลกในผลิตภัณฑ์สิ่งทอในอนาคตคือ กฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ที่กำหนดให้มีการยกเลิกการกำหนดปริมาณนำเข้า หรือ MFA และดำเนินการลดภาษีนำเข้าตามข้อผูกพันของ WTO ภายใน 10 ปี หรือตั้งแต่ พ.ศ. 2538-2547 เพราะฉะนั้น หลังจากปี พ.ศ. 2548 การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกจะดำเนินไปโดยเสรีไม่มีระบบโควต้าอีกต่อไป

ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2547 ซึ่งเป็นช่วงของการลดการกำหนดปริมาณ และภาษีการนำเข้า คาดว่าจะเปิดโอกาสให้แต่ละประเทศขยายการส่งออกได้มากขึ้น และภายหลังจากปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป การแข่งขันทางการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะรุนแรงมากยิ่งขึ้นเมื่อการค้าดังกล่าวเป็นไปโดยเสรีตามกฎหมายของ WTO ประเทศที่สามารถจะได้รับผลประโยชน์จากการค้าเสรีในการขยายการส่งออก คือประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง เช่น มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นไปตามความต้องการของตลาด และส่งมอบสินค้าได้ทันตามเวลาที่กำหนด ในทางตรงข้าม ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันต่ำจะประสบกับปัญหา เนื่องจากไม่สามารถส่งออกได้เท่ากับปริมาณโควต้าที่ประเทศตนเคยได้รับ

เพราะฉะนั้นในกรณีของประเทศไทย การปรับตัวของผู้ประกอบการในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตคุณภาพ และการจัดการจึงมีความสำคัญอย่างมากสำหรับการแข่งขันทางการค้าที่จะมีมากขึ้นในอนาคตทั้งในตลาดผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำ ซึ่งประเทศไทยเริ่มมีความเสียเปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย จีน และเวียดนาม และตลาดผลิตภัณฑ์คุณภาพปานกลาง ซึ่งประเทศไทยมีความเสียเปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบ

2. อัตราแลกเปลี่ยน

2.1 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริง (Real Exchange Rate: RER)

อัตราแลกเปลี่ยนที่คนโดยทั่วไปคุ้นเคยคือ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ (Nominal Exchange Rate: NER) ซึ่งเป็นอัตราแลกเปลี่ยนของเงินตราของประเทศหนึ่งกับเงินตราของอีกประเทศหนึ่ง ตัวอย่างเช่น เงิน 25 บาทสามารถแลกเงินได้ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ แต่อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีความหมายที่แตกต่างกับอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ โดยค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง แสดงถึงอัตราแลกเปลี่ยนในรูปของของสินค้าและบริการระหว่างประเทศ สมมติว่าข้าว 1 กระสอบของอเมริกามีราคาแพงกว่าข้าว 1 กระสอบของประเทศไทยถึง 2 เท่า ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงจะมีค่าเท่ากับ ข้าวอเมริกาครึ่งกระสอบต่อข้าวของไทย 1 กระสอบ ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จึงขึ้นอยู่กับตัวแปรสำคัญ 3 ตัวคือ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ ราคาสินค้าภายในประเทศ และราคาสินค้าในต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติพร้อมกับปัจจัยอื่นๆ เช่น การที่ค่าเงินตามอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติอ่อนตัวลง ในขณะที่ราคาสินค้าภายในประเทศสูงขึ้นโดยเปรียบเทียบกับราคาสินค้าในต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบันได้มีการให้ความสำคัญกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีความสำคัญสำหรับการวิเคราะห์พิจารณาในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของดุลบัญชีการค้า ดุลบัญชีเดินสะพัด และความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศนั้นๆ

เมื่อพิจารณาในระดับเศรษฐกิจมหภาคนั้น ราคาที่ใช้ในการคำนวณมักจะเป็นราคาของกลุ่มสินค้าโดยรวมมากกว่าที่จะเป็นราคาสินค้าแต่ละชนิด ตัวอย่างของดัชนีราคาที่ใช้ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index: CPI) และดัชนีราคาขายส่ง (Wholesale Price Index: WPI) เป็นต้น เพราะฉะนั้นอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงจึงเป็นตัววัดราคาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มสินค้าและบริการที่มีภายในประเทศ กับกลุ่มสินค้าและบริการที่มีในต่างประเทศ

การให้คำจำกัดความของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงในการคำนวณมีต่างๆ กันไป แต่ที่ค่อนข้างได้รับความนิยมนำมาใช้ในงานวิชาการ และการวิเคราะห์นโยบายมี 2 วิธีด้วยกัน คือ การหาค่าของอัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างราคาของสินค้าที่มีการค้าระหว่างประเทศ (tradable goods: P_t) กับราคาสินค้าที่ผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศเท่านั้น (non-tradable goods: P_n) และการหาค่าโดยใช้ Purchasing Power Parity (PPP) approach (Edwards 1989)

การให้คำจำกัดความด้วยวิธีแรกหรือการหาค่าราคาเปรียบเทียบ นอกจากจะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์เรื่องความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศแล้วนั้น ยังสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์เรื่องเคลื่อนย้ายของทรัพยากรการผลิตระหว่างภาคสินค้า tradable และ non-tradable ได้อีกด้วย โดยถ้าราคาเปรียบเทียบของสินค้า tradable และ non-tradable สูงขึ้นหรืออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าเพิ่มขึ้น (ค่าเงินที่แท้จริงมีค่าอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินสกุลต่างประเทศ) เป็นผลให้มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรไปในการผลิตสินค้า tradable มากยิ่งขึ้นเนื่องจากการผลิตสินค้านี้ได้กำไรที่มากขึ้น และถ้าราคาเปรียบเทียบของโลกไม่มีการเปลี่ยนแปลง ชัดความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้านี้มีราคาถูกลงในการแลกเปลี่ยนกับ

ต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามเมื่อค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงลดลง (real exchange rate appreciation) การเคลื่อนย้ายทรัพยากรจะไปสู่ภาค non-tradable และความสามารถในการแข่งขันลดลง

สำหรับคำจำกัดความของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงตาม PPP approach คือ ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าเท่ากับ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติปรับค่าด้วยอัตราส่วนของระดับราคาในต่างประเทศ กับระดับราคภายในประเทศ ถึงแม้ว่าการหาค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงด้วย PPP approach จะไม่แสดงถึงการเคลื่อนย้ายทรัพยากร แต่การศึกษาส่วนใหญ่นิยมศึกษาด้วยวิธีนี้เนื่องจากความยุ่งยากในการคำนวณด้วยวิธีแรก ปัญหาที่สำคัญก็คือ การที่ไม่มีค่าดัชนีราคาใดๆ ที่สามารถใช้แทนค่าราคาของสินค้า tradable หรือ non-tradable ได้อย่างสมบูรณ์ และครบถ้วน ดัชนีราคาต่างๆ ต่างก็ครอบคลุมสินค้าทั้ง 2 ประเภทไว้ จากคำจำกัดความการคำนวณค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยใช้ PPP approach นั้น สามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$RER = E P^* / P \quad (3.1)$$

โดย E = อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ

P^* = ระดับราคาของประเทศคู่ค้า

P = ระดับราคภายในประเทศ

ในการวิเคราะห์เรื่องความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยรวม เราควรจะใช้ Multilateral Real Exchange Rate (MRER) ในการคำนวณ โดยนำเอาอัตราแลกเปลี่ยนและระดับราคาของประเทศคู่ค้าที่สำคัญมาพิจารณาพร้อมกัน เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศคู่ค้า

ค่า MRER สามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้ คือ

$$MRER_{jt} = \frac{\sum_{i=1}^k \alpha_i E_{it} P_{it}^*}{P_{jt}} \quad (3.2)$$

โดย E_{it} : อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างประเทศ i และ j ณ เวลา t

k : จำนวนประเทศคู่ค้า

α_i : weight trade ของประเทศคู่ค้า i เป็นการถ่วงน้ำหนักความสำคัญของการค้ากับคู่ค้าสำคัญแต่ละประเทศ

P_{it}^* : ดัชนีราคาของประเทศ i ณ เวลา t แทนค่าโดยดัชนีราคาขายส่งของประเทศคู่ค้า

P_{jt} : ดัชนีราคาของประเทศ j ณ เวลา t แทนค่าโดยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศที่ต้องการจะศึกษา

ในกรณีจะเปรียบเทียบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นรายประเทศ จะคำนวณในลักษณะ Bilateral Real Exchange Rate (BRER) ตามสมการ (1) เช่นถ้าเลือกประเทศอเมริกาที่มี US\$ เป็นเงินสกุลหลักมาเป็นประเทศคู่ค้า นั่นคือ

$$BRER = \frac{E WPI^{US}}{CPI} \quad (3.3)$$

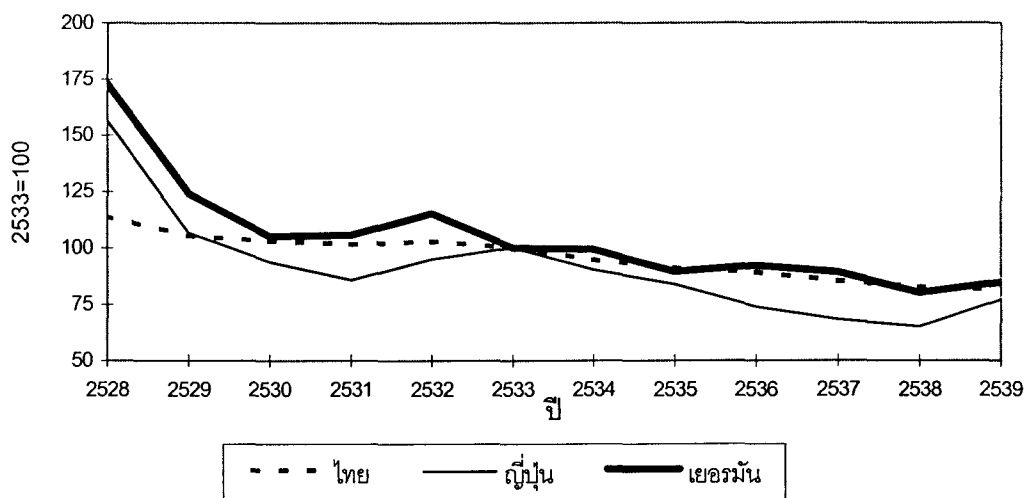
2.2 การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ และค่าที่แท้จริงในช่วงปี 2528-2539

ก. ค่าอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินสกุลสำคัญเทียบกับดอลลาร์ สรอ. ทั้งในรูปของค่าปกติ และค่าที่แท้จริง

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่า ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ นั่นคือ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ ระดับราคาสินค้าภายในประเทศ และระดับราคาสินค้าในต่างประเทศ การพิจารณาในส่วนนี้จะศึกษาถึงแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรดังกล่าว โดยประเทศที่ถูกเลือกขึ้นมาพิจารณา ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และเยอรมัน ซึ่ง การเปลี่ยนแปลงค่าเงินของประเทศทั้งสอง (เยน และดอยช์มาร์ค) รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์ สรอ. จะส่งผลกระทบต่อแข่งขัน มากต่อเศรษฐกิจของโลก เพราะฉะนั้นการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินเยน เงิน ดอยช์มาร์ค กับดอลลาร์ สรอ. อาจมีส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศไทย เนื่องจากการ ที่ประเทศไทยมีการผูกค่าเงินบาทไว้กับเงินดอลลาร์ สรอ. ในระดับที่สูง

อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติของเงินเยนและเงินดอยช์มาร์คเทียบกับดอลลาร์ สรอ. มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในช่วงปี 2528-2539 ทั้งนี้ถึงแม้ว่าในบางปีในช่วงปี 2528-2534 ค่าของเงินทั้งสองจะอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. แนวโน้มโดยรวมของค่าเงินทั้งสองมีแนวโน้มที่จะแข็งตัวขึ้น ค่าเงินทั้งสองเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. ยังคงแข็งตัว ขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2535-2538 อย่างไรก็ตาม ค่าเงินทั้งสองได้อ่อนตัวลงค่อนข้างมากในปี 2539 โดยเฉพาะค่า เงินเยน ทั้งนี้ค่าเงินเยน และเงินดอยช์มาร์ค เทียบกับดอลลาร์ สรอ.อ่อนตัวลง คิดเป็นร้อยละ 15.6 และ 5 ตามลำดับ

รูปที่ 3.1 อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของเงินสกุลต่างๆ ต่อดอลลาร์ สรอ. : เทียบปีฐาน 2533 = 100



ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น และเยอรมันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ศึกษา (2528-2539) ข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างการเปลี่ยนแปลงของดัชนีทั้งสองก็คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเยอรมัน ยังมีค่าเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงในช่วงปี 2537-2539 แต่ค่าดัชนีราคาในประเทศญี่ปุ่นมีเสถียรภาพอยู่ที่ระดับ 107 ในช่วงเวลาเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าดัชนีราคาทั้งสองกับดัชนีราคาขายส่งของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2528-2539 แล้วนั้น ในกรณีของประเทศญี่ปุ่น ดัชนีราคาเพิ่มขึ้นช้ากว่าของสหรัฐอเมริกา แต่ใน กรณีของเยอรมัน ดัชนีราคาของเยอรมันจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงกว่า

เมื่อพิจารณาตัวแปรทั้งสาม ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ในปี 2539 ค่าเงินเยนอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. ในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 18.12 เช่นเดียวกัน ในปี 2539 ค่าเงินดอยช์มาร์คเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. อ่อนตัวลง ในอัตราร้อยละ 5.88 ถึงแม้ว่าแนวโน้มโดยรวมของค่าเงินทั้งสองจะมีแนวโน้มแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. เกือบตลอดช่วงเวลาของการพิจารณา (ปี 2528-2538)

ดังกล่าวแล้วว่า ประเทศไทยมีนโยบายผูกค่าเงินบาทไว้กับเงินดอลลาร์ สรอ. การเปลี่ยนแปลงค่าเงินสกุลสำคัญของโลกกับดอลลาร์ในปี 2539 คาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างค่าเงินบาทกับเงินเยน และระหว่างค่าเงินบาทกับเงินดอยช์มาร์คไม่มากนักน้อย ซึ่งจะส่งผล กระทบต่อเนื่องไปยังการส่งออกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มสหภาพยุโรป การคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินสกุลสำคัญอื่นๆ จะแสดงไว้ในหัวข้อต่อไป

ข. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินสกุลสำคัญอื่นๆ ทั้งในรูปของค่าปกติ และค่าที่แท้จริง

การวิเคราะห์เหตุการณ์เปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนทั้งรูปของค่าปกติและค่าที่แท้จริงของไทยกับประเทศคู่ค้านี้ได้รวมประเทศที่พิจารณา คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน สิงคโปร์ มาเลเซีย และจีน โดยในกรณีของประเทศจีนนั้น จะทำการศึกษาเฉพาะอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ เนื่องจากข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนที่ไม่สมบูรณ์

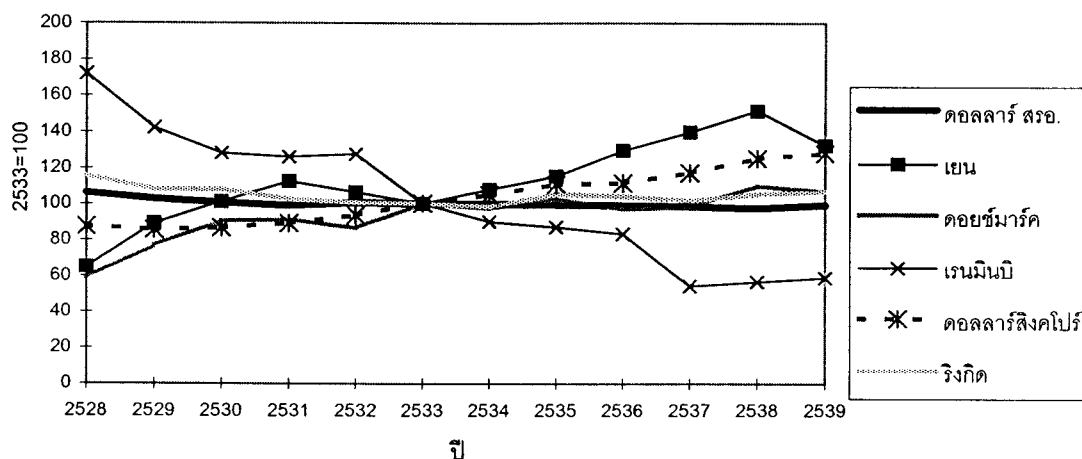
- อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ

เมื่อพิจารณาอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาท กับเงินสกุลสำคัญอื่นๆ ในช่วงปี 2528-2539 พบว่า ค่าอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์ สรอ. และกับเงินริงกิต (มาเลเซีย) มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากในช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยค่าเงินบาทแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินทั้งสองคิดเป็นร้อยละ 6.7 และ 7.9 ตามลำดับ ต่างกับกรณีค่าอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินสกุลอื่นๆ เช่น ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเยนในปี 2539 ได้อ่อนตัวลงจากค่าดังกล่าวในปี 2528 คิดเป็นสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 103.4 เช่นเดียวกัน ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์ค และกับดอลลาร์สิงคโปร์ ได้อ่อนตัวลง คิดเป็นร้อยละ 81.5 และ 45.9 ตามลำดับในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ในทางตรงข้าม ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับกับเงินเรนนิมิตของประเทศจีนในปี 2539 ได้แข็งตัวขึ้นจากค่าดังกล่าวในปี 2528 คิดเป็นร้อยละ 65.86

สหรัฐอเมริกา

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่า อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์ สรอ. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักในช่วงปี 2528-2539 โดยค่าดังกล่าวรักษาระดับไว้ในช่วง 25-26 บาทต่อดอลลาร์ สรอ. นับตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา ค่าเงินบาทมีแนวโน้มโดยรวมที่จะแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สรอ. ตลอดระยะเวลาของการพิจารณา จนกระทั่งปี 2539 ที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงจาก 24.965 บาทต่อดอลลาร์ สรอ. ในปี 2538 เป็น 25.394 บาทในปี 2539

รูปที่ 3.2 การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติของเงินสกุลต่างๆ ในรูปเงินบาท
ในช่วงปี พ.ศ.2528-2539 (2533=100)



ญี่ปุ่น

สำหรับค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเยนนั้น มีแนวโน้มโดยรวมที่จะอ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงปี 2528-2531 และ 2533-2538 จาก 17.7 บาทต่อ 100 เยนในปี 2533 เป็น 26.8 บาทต่อ 100 เยน ในปี 2538 อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทได้แข็งตัวขึ้นในปีต่อมาเท่ากับ 23.4 บาทต่อ 100 เยน ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการค่าเงินเยนอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สหรัฐ ในปี 2539

เยอรมัน

อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาทกับเงินดอยช์มาร์คในช่วง 2528-2539 มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงคล้ายคลึงกับกรณีของเงินเยน กล่าวคือ ค่าเงินบาทโดยรวมมีค่าลดลง หรืออ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์ค แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้เป็นไปอย่างต่อเนื่องเหมือนกรณีเมื่อเทียบกับเงินเยน โดยในมีบางปี ค่าเงินบาทแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับเงินดอยช์มาร์ค การเพิ่มขึ้นของค่าเงินบาทจาก 17.476 บาทต่อดอยช์มาร์ค ในปี 2538 เป็น 16.905 บาทต่อดอยช์มาร์ค ในปี 2539 อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ค่าเงินดอยช์มาร์คอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สหรัฐ.

จีน

เมื่อพิจารณาอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาทกับเงินเร็นมินบิของประเทศจีน พบว่า ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเร็นมินบิได้แข็งตัวขึ้นอย่างมากและอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2528 จนถึงปี 2537 โดยค่าเงินบาทได้แข็งตัวขึ้นจาก 9.364 บาทต่อเร็นมินบิ ในปี 2528 เป็น 2.954 บาทต่อเร็นมินบิ ในปี 2537 อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเร็นมินบิได้อ่อนตัวลงเล็กน้อยในปี 2538 และ 2539 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.077 และ 3.197 บาทต่อเร็นมินบิ ตามลำดับ

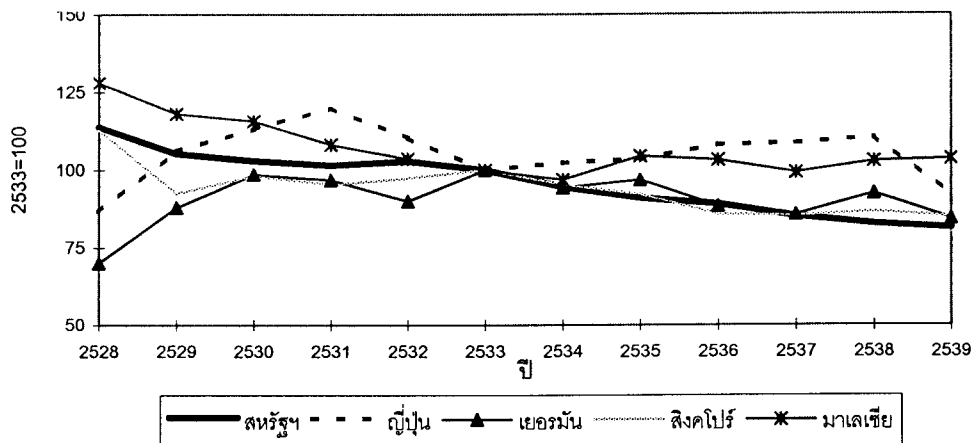
มาเลเซียและสิงคโปร์

การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาทกับเงินริงกิตสามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่วงเวลา กล่าวคือ ในช่วงปี 2528-2534 ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินริงกิตได้แข็งตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11.01 บาทต่อริงกิตในปี 2528 เป็น 9.3333 บาทต่อริงกิตในปี 2534 ในทางตรงข้าม ในช่วงปี 2536-2539 ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินริงกิตกลับอ่อนตัวลง ส่วนในกรณีของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินบาทกับเงินดอลลาร์สิงคโปร์นั้น ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สิงคโปร์ได้อ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่พิจารณา (2528-2539)

- อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

จากที่กล่าวมาข้างต้น การพิจารณาค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงจะต้องนำดัชนีราคาของแต่ละประเทศเข้ารวมพิจารณาด้วย สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยในช่วงปี 2528-2539 ได้เพิ่มในอัตราที่สูงมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภค และดัชนีราคาขายส่งของประเทศอื่นๆ ที่นำมาพิจารณา ซึ่งเป็นผลให้ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับเงินสกุลอื่นๆ ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติไม่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามเมื่อนำการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ และดัชนีราคาต่างๆ เข้ามาพิจารณา จะได้ผลดังต่อไปนี้

รูปที่ 3.3 อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (บาทต่อ 1 หน่วยเงินตราต่างประเทศ : 2533=100)



สหรัฐอเมริกา

ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์ สหรัฐ. ที่คำนวณได้แสดงให้เห็นว่าค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สหรัฐ. มีแนวโน้มที่จะแข็งตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2528-2539

ในช่วงปี 2533-38 ถึงแม้ว่าค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติต่างก็มีค่าลดลง แต่ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงลดลงมากกว่าค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติค่อนข้างมาก หรือค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ สหรัฐ. มีแข็งตัวขึ้นมากกว่าเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติจะรักษาค่าอยู่ในระดับประมาณ 25 ถึง 26 บาทต่อดอลลาร์ ในขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงได้ลดลงค่อนข้างมากจาก 25.636 บาทต่อดอลลาร์ ในปี 2533 เหลือ 21.19 ในปี 2538 ความแตกต่างที่เกิดขึ้นเนื่องจากอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยเพิ่ม

ขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลา 5 ปี โดยค่าดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้นจาก 100 ในปี 2533 เป็น 126.4 ในปี 2538 ในขณะที่ดัชนีราคาขายส่งของอเมริกาเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้ากว่า นั่นคือจาก 100 ในปี 2533 เป็น 107.3 ในปี 2538

ในปี 2539 ถึงแม้ว่าค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติจะอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ. ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงกลับแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ. แสดงให้เห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่ผูกติดกับดอลลาร์ทำให้เงินบาทมีค่าสูงกว่าความเป็นจริง การลดค่าเงินบาท หรือการรักษาระดับอัตราเงินเฟ้อไม่ให้สูงจนเกินไปอาจจะเป็นนโยบายที่เหมาะสมด้วยจุดประสงค์เพื่อที่จะรักษาไม่ให้ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าลดลง

ญี่ปุ่น

ในช่วงปี 2528-2531 เมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ค่าเงินบาทมีค่าอ่อนตัวลง เมื่อเทียบกับเงินเยน โดยค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้นจาก 0.153 ในปี 2528 เป็น 0.2118 ในปี 2531 แต่พอในปี 2532-33 อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงก็เริ่มมีค่าลดลง

ในช่วงปี 2533-38 ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับเงินเยน อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอ่อนตัวลงในอัตราที่ไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับ การพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ ทั้งนี้เนื่องจากค่าดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก ประกอบกับค่าดัชนีราคาขายส่งของญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อเปรียบเทียบค่า อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง กับ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ ในช่วงเวลานี้พบว่าเงินบาทมีค่าที่สูงกว่าความเป็นจริง (overvalue) แต่เพียงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับในกรณีของสหรัฐอเมริกา

ในปี 2539 ค่าอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินเยนทั้งในรูปของค่าปกติ และค่าที่แท้จริงมีค่าลดลง โดยค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงแข็งตัวขึ้นในอัตราที่สูงคิดเป็นร้อยละ 16.98 เมื่อเทียบกับอัตราดังกล่าวในปี 2538

เยอรมัน

ในช่วงปี 2528-33 ค่าเงินบาทมีการปรับตัวอ่อนตัวลง หรือ real exchange rate depreciation โดยเฉพาะในช่วงปี 2528-31 ที่ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอยช์มาร์คอ่อนตัวลงจาก 11.149 เป็น 15.683 บาทต่อดอยช์มาร์ค ในช่วงปี 2534-2538 ค่าเงินบาทมีการปรับตัวขึ้น-ลงตลอดเวลา แต่เมื่อเปรียบเทียบอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2534 และ 2537 แล้วนั้น พบว่าค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีแนวโน้มโดยรวมแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์ค ในทางตรงข้าม ในปี 2538 ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าลดลง หรืออ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์ค โดยมีปัจจัยสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ จาก 15.589 บาทต่อดอยช์มาร์ค ในปี 2537 เป็น 17.746 บาทในปี 2538

ในปี 2539 ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์คแข็งตัวขึ้น เมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนทั้งในรูปของค่าปกติ และค่าที่แท้จริง แต่ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าเพิ่มขึ้น หรือแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอยช์มาร์คในอัตราที่สูงคิดเป็นร้อยละ 8.97 ซึ่งสูงกว่าเมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติ

สิงคโปร์

ในช่วงปี 2528-2539 ค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิตระหว่างเงินบาทและดอลลาร์สิงคโปร์มีแนวโน้มที่สูงขึ้น แสดงว่าค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สิงคโปร์มีค่าลดลง หรืออ่อนตัวลง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงที่มีค่าลดลง ค่าเงินบาทมีแนวโน้มโดยรวมที่จะแข็งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์สิงคโปร์

ในช่วงปี 2528-33 อัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิตยังมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าเพิ่มขึ้นในปีแรก (2528) แล้วลดลงอย่างมากจาก 16.07 เหลือ 13.11 บาทต่อดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2529 ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ดัชนีราคาขายส่งของสิงคโปร์มีค่าลดลงอย่างมากจาก 107 ในปี 2528 มาเป็น 90.8 ในปีถัดไป หลังจากนั้นค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงก็เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

เช่นเดียวกับในช่วงปีก่อนๆ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และ อัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิตในปี 2533-2537 มีทิศทางตรงข้ามกัน โดยค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ค่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิตในช่วงนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงข้ามของดัชนีราคาในทั้งสองประเทศ ประกอบกับอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยที่ค่อนข้างสูงโดยเปรียบเทียบ เป็นผลให้ค่าเงินบาทมีค่าสูงกว่าความเป็นจริง

เมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงในปี 2538 ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สิงคโปร์ เนื่องมาจากการที่ค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิตอ่อนตัวลงในอัตราที่สูงคิดเป็นร้อยละ 6.8 สำหรับในปี 2539 ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สิงคโปร์มีค่าเพิ่มขึ้น หรือแข็งตัวขึ้น

มาเลเซีย

เมื่อพิจารณาจากค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างเงินบาทกับริงกิต โดยรวมแล้วนั้นค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งตัวขึ้น (real exchange rate appreciation) ยกเว้นในช่วงปี 2535 และ 2538 ที่ค่าเงินบาทมีค่าอ่อนตัวลงเพียงเล็กน้อย สิ่งที่น่าสนใจก็คือ ค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างเงินบาท และเงินริงกิตของประเทศมาเลเซีย นั้น มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิต และ จากการที่ดัชนีราคาของทั้งสองประเทศมีค่าใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกันมากนักเหมือนในกรณีอื่นๆ

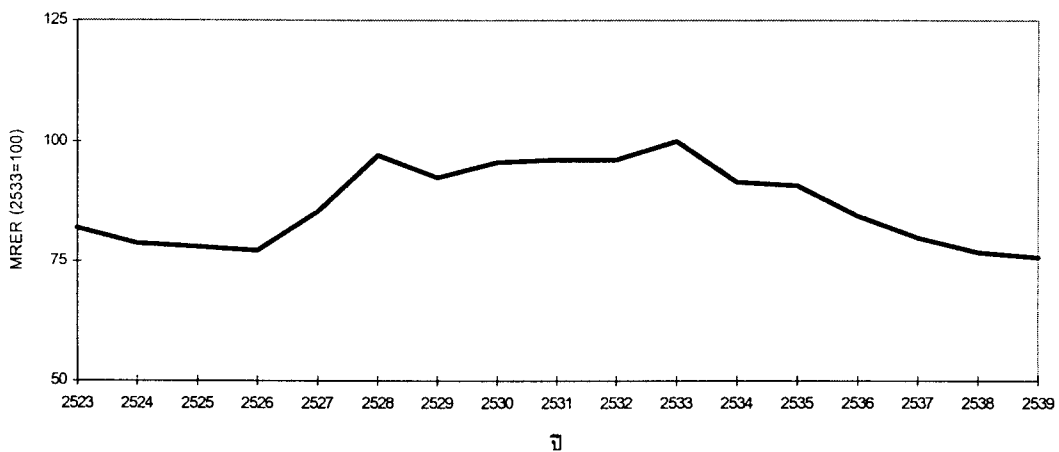
ในปี 2539 ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินริงกิต ทั้งในรูปของอัตราแลกเปลี่ยนค่าปฏิต และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยค่าเงินบาทเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอ่อนตัวลงจาก 9.7744 ในปี 2538 เป็น 9.845 ในปี 2539

ค. พิจารณาจากค่า Multilateral Real Exchange Rates (MRER)

ค่า MRER หาได้จากการแทนค่าข้อมูลเข้าไปในสมการ (3.2) ข้อมูลด้านอัตราแลกเปลี่ยนและราคาได้จาก International Financial Statistics Yearbook ยกเว้นข้อมูลของ weighted trade ซึ่งหาได้จาก Direction of Trade (จัดทำโดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ) หรือจากรายงานเศรษฐกิจรายเดือน ของธนาคารแห่งประเทศไทย⁷

เมื่อพิจารณาค่า MRER ซึ่งเป็นตัวแปรวัดขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย กับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ 10 ประเทศ นั่นคือ 5 ประเทศในการคำนวณข้างต้น รวมกับ สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ จีน ฮองกง และ ฝรั่งเศส ผลการคำนวณปรากฏออกมาว่าค่า MRER มีค่าเพิ่มขึ้นโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2528 จนถึงปี 2533 หรือค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินสกุลสำคัญอื่นๆอย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2533-2538 ค่า MRER ลดลงเรื่อยๆ จาก 15.0496 ในปี 2533 เหลือ 11.5684 ในปี 2538 ทั้งนี้เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2533

รูปที่ 3.4 อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (MRER) ต่อดอลลาร์ สรอ. เทียบปีฐาน(2533 = 100)



ค่า MRER ยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2539 แสดงถึงความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2533 ซึ่งสามารถสังเกตได้จากค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งตัว หรือมีค่าเพิ่มขึ้น (real exchange rate appreciation) เพราะฉะนั้น การที่ค่าเงินบาทมีค่าสูงโดยเปรียบเทียบ และการสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งจากหลายสาเหตุที่ทำให้การส่งออกของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวลดลงอย่างมากในปี 2539

⁷ weighted trade สามารถหาได้จากการหาอัตราส่วนร้อยละของการส่งออกของประเทศไทยไปยังแต่ละประเทศคู่ค้า ต่อการส่งออกรวมไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญทั้ง 10 ประเทศ

2.3 การลดค่าเงินบาท และค่าเงินสกุลอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย

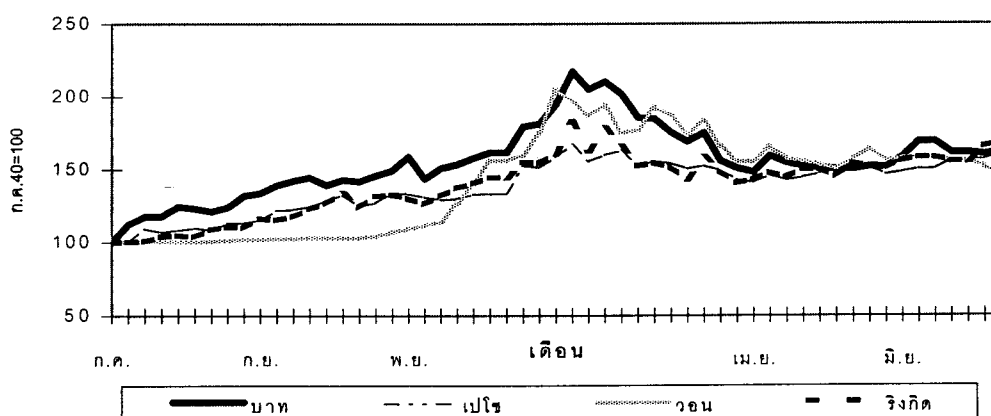
การที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่อง หลังจากการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นระบบลอยตัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่าเงินของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียเช่นเดียวกัน ค่าเงินของแต่ละประเทศต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาที่มีค่าอ่อนตัวลงค่อนข้างมากนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคมเป็นต้นมา

สิ่งที่ควรจะพิจารณาต่อไปก็คือ ค่าเงินของประเทศต่างๆ เมื่อเทียบกับค่าเงินบาทแล้วนั้นเพิ่มขึ้น หรือลดลง หลังจากการเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์แนวโน้มการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ ไทยในอนาคต นอกจากนั้นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ หรือการหา correlation ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน บาท และเงินสกุลอื่นๆ จะช่วยให้เห็นทิศทางการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนในภูมิภาคได้ชัดเจนขึ้น

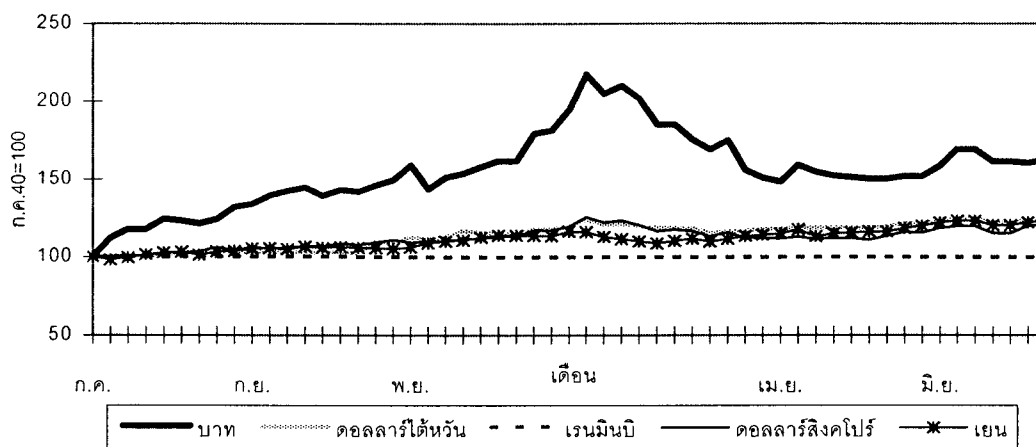
ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่น่ามาพิจารณามีดังนี้ คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน และจีน ในช่วงหลังจากการปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว ค่าเงินของประเทศต่างๆ เมื่อเทียบกับดอลลาร์ สหรัฐฯ แล้วนั้น มีแนวโน้มอ่อนตัวค่อนข้างมาก (ยกเว้นในกรณีของประเทศจีนที่ค่าเงินเรนนมินบิไม่มีการเปลี่ยนแปลง มากนัก หรือค่อนข้างคงที่) โดยเฉพาะเงินรูเปียของอินโดนีเซีย และเงินวอนของเกาหลีใต้ เป็นเหตุให้เกิดคำถามขึ้นว่า การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินสกุลต่างๆ นั้น มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทหรือไม่

เมื่อเปรียบเทียบค่าเงินสกุลต่างๆ กับค่าเงินบาทแล้วนั้น เงินสกุลต่างๆ จะมีค่าเงินแข็งตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือ ค่าเงินบาทอ่อนตัวลดลงเมื่อเทียบกับเงินสกุลต่างๆ ของเอเชีย ยกเว้นเมื่อเทียบกับค่าเงินอินโดนีเซีย ในกรณีเมื่อ เปรียบเทียบอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินหนึ่งรูเปียอินโดนีเซีย นั้น อัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวเพิ่มขึ้นในช่วงตั้งแต่กลาง เดือนกรกฎาคมจนถึงสิ้นเดือนกันยายน นั่นคือค่าเงินบาทอ่อนตัวลงโดยเปรียบเทียบกับเงินรูเปีย แต่ตั้งแต่ต้นเดือนจนถึงสิ้นเดือนตุลาคมนั้น เงินรูเปียมียาลดลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ มากกว่าค่าเงินบาท เป็นผลให้ค่าเงินรูเปียอ่อน ตัวลงโดยเปรียบเทียบกับเงินบาทของประเทศไทย โดยค่าเงินบาทได้เพิ่มขึ้นจาก 10.599 บาทต่อ 1,000 รูเปียในเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2540 เป็น 4.6183 บาทต่อ 1,000 รูเปีย ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2541

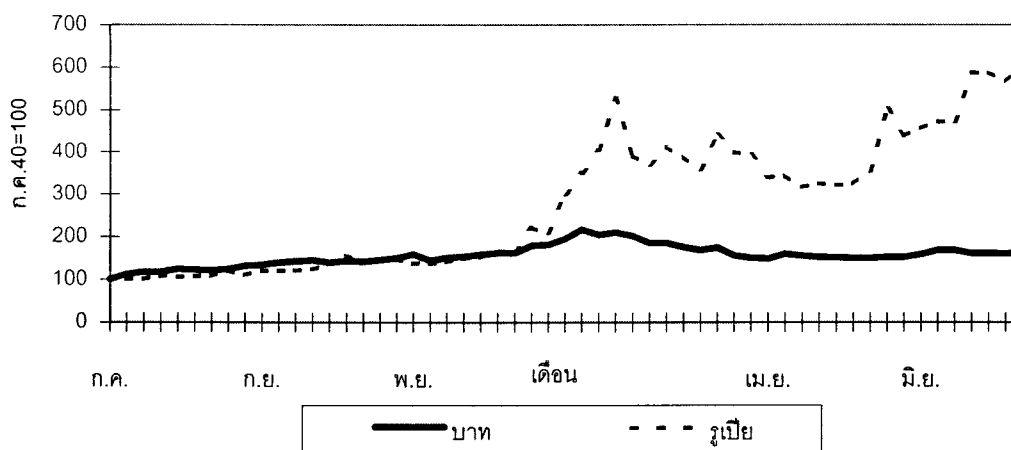
รูปที่ 3.5 การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต่างๆ ในเอเชียใน term ของดอลลาร์ สรอ.
ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2540 (ก.ค. 40 = 100)



รูปที่ 3.6 การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต่างๆ ในเอเชียใน term ของดอลลาร์ สรอ.
ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2540 (ก.ค. 40 =100)



รูปที่ 3.7 การเปลี่ยนแปลงค่าอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต่างๆ ในเอเชียใน term ของดอลลาร์ สรอ.
ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2540 (ก.ค. 40 =100)



การนำเอาการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของแต่ละประเทศ (ใน term ของดอลลาร์สหรัฐฯ) มาหาค่า correlation กับการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท ใช้ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน (spot rate) รายสัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ถึงวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2541 รวบรวมในวารสาร Far Eastern Economic Review ปรากฏว่าค่า correlation ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท และเงินสกุลอื่นๆ สูงมากเกิน 0.75 เกือบจะทุกกรณี ยกเว้น ในกรณีของประเทศญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย ที่มีค่า correlation เท่ากับ 0.597 และ 0.599 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.8) นอกจากนั้น การที่ค่า correlation ระหว่างเงินบาท และเงินเรนมินบิของประเทศจีนมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าการที่เงินบาทอ่อนตัวลง เมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ สรอ. มิได้ส่งผลให้เงินเรนมินบิมีค่าลดลงกับดอลลาร์ สรอ. เหมือนในกรณีของเงินสกุลอื่นๆ เลย ในทางตรงข้ามเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนค่าปกติระหว่างเงินเรนมินบิกับดอลลาร์ สรอ. แล้ว นั้น ค่าเงินเรนมินบิยังแข็งตัวขึ้นแต่ในอัตราที่ไม่มากนัก

นอกจากนั้นเมื่อแบ่งพิจารณาค่าความสัมพันธ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเป็น 2 ช่วงเวลา คือช่วงที่ค่าเงินบาทยังไม่มีเสถียรภาพ (1 กรกฎาคม 2540 – 1 เมษายน 2541) และช่วงที่ค่าเงินบาทเริ่มมีเสถียรภาพ (1 เมษายน 2541 เป็นต้นมา) พบว่า ค่า correlation ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท และเงินสกุลอื่นๆ ในช่วงแรก มีค่าสูงกว่า 0.8 ในทุกกรณี ถึงแม้ว่าในกรณีของประเทศไทย ค่า correlation จะมีค่าติดลบหรือการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินทั้งสองจะเป็นไปในทิศทางตรงข้าม แต่ค่าความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินทั้งสองก็อยู่ในระดับสูงถึง 0.856 ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความผันผวนของค่าเงินในเอเชียที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันในช่วงระยะเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ค่า correlation ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท และเงินสกุลอื่นๆ ในช่วงเวลาหลังจาก 1 เมษายนเป็นต้นมา ได้มีค่าลดลงจากค่าความสัมพันธ์ในช่วงก่อนที่เงินบาทจะมีเสถียรภาพในทุกประเทศ ซึ่งสามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนว่า ในกรณีของประเทศไทยฟิลิปปินส์ และเกาหลีใต้ ค่า correlation ได้ลดลงจาก 0.958 และ 0.9 ในช่วงเวลาแรกเหลือ 0.453 และ 0.048 ตามลำดับ นอกจากนี้ค่า correlation ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของเงินบาทและเงินเรนมินบิในช่วงเวลานี้มีค่าเป็นบวก แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินทั้งสองไปในทิศทางเดียวกัน ต่างกับในช่วงเวลาแรกที่ค่าเงินทั้งสองเปลี่ยนไปในทิศทางตรงข้าม

ประเด็นที่น่าสนใจอีกเรื่องหนึ่งคือเมื่อหาค่า correlation ระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนในช่วงเดือนมกราคมจนถึงมิถุนายน 2540 ก่อนการลดค่าเงินบาทแล้วนั้นพบว่า ค่า correlation ของเงินบาทกับเงินสกุลอื่นมีความสัมพันธ์กันน้อย โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของค่าเงินริงกิตของมาเลเซียกับค่าเงินบาทเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน แต่ค่า correlation นี้กลับมีค่าสูงถึง 0.878 ภายหลังจากการปล่อยเงินบาทลอยตัวเสรีในเดือนกรกฎาคม เช่นเดียวกับค่า correlation ของเงินบาทกับเงินสกุลอื่นๆ ที่มีค่าสูงขึ้น แสดงว่ามีความเป็นไปได้ที่เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจขึ้นกับประเทศใดประเทศหนึ่งในภูมิภาคนี้ ผลกระทบจะแผ่กระจายไปสู่ประเทศข้างเคียงด้วย ซึ่งอาจจะเกิดจากการแข่งขันลดค่าเงิน (Competitive Devaluation)

ตารางที่ 3.8 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทและเงินสกุลต่างๆ ของประเทศในทวีปเอเชียเทียบกับดอลลาร์ สรอ. (ช่วงก่อนและหลังการลดค่าเงินบาท)

	Correlation			
	ม.ค.-มิ.ย. 40	1 ก.ค.40-13 ก.ค.41	1 ก.ค.40-1 เม.ย.41	1 เม.ย.41-13 ก.ค.41
ดอลลาร์สิงคโปร์	0.792	0.919	0.984	0.764
เยน	0.836	0.597	0.844	0.804
ริงกิต	-0.258	0.891	0.970	0.666
ดอลลาร์บรูไน	0.797	0.919	0.984	0.764
รูเปีย	0.412	0.599	0.804	0.618
เปโซ (ฟิลิปปินส์)	0.556	0.869	0.958	0.453
วอน	0.698	0.864	0.900	0.048
ดอลลาร์ไต้หวัน	0.106	0.760	0.912	0.833
คยัต (พม่า)	0.914	0.097	0.074	0.464
เรนมินบิ	-0.0694	-0.774	-0.856	0.552

3. การแข่งขันกับประเทศอื่น

การศึกษาในส่วนนี้ต้องการที่จะชี้ให้เห็นว่า สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดส่งออกที่สำคัญได้หรือไม่ ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การส่งออกของไทยที่ลดลงในปี 2539 มาจากการค้าโลกที่ลดลง ซึ่งจะกระทบกับหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศในเอเชีย แต่การส่งออกของไทยที่ลดลงอาจมาจากส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง นอกจากนี้ถ้าส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกลดลงจะพิจารณาด้วยว่า ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยคือประเทศใด ทั้งนี้การศึกษาใช้ข้อมูลสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกสูง 13 รายการในตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรป น่าจะเป็นตัวแทนของสินค้าส่งออกรวมได้พอสมควร เนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดทั้งสามในปี 2539 ประมาณสี่แสนล้านบาทหรือร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทยไปยังตลาดโลก

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลมูลค่าการส่งออกรายปีในช่วงปี 2537 ถึง 2540 (ยกเว้นสหภาพยุโรปใช้ข้อมูลปี 2536 ถึง 2539) เลือกศึกษาจากสินค้าส่งออกที่สำคัญ 13 รายการ⁸ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (HS 8471,8447330) กุ้งแช่แข็ง (HS 030613) ผลิตภัณฑ์พลาสติก (HS 3917-3926, 630531, 630533) รองเท้า (HS 64) เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ (HS 8527-8528) ยางพารา (HS 4001) น้ำตาลทราย (HS 1701) อาหารทะเลกระป๋อง (HS 1604) เครื่องปรับอากาศ (HS 8415) ข้าว (HS 1006) อัญมณี (HS 71) และแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) ทั้งนี้ใน 5 รายการแรกเป็นสินค้าที่จะเน้นศึกษาในส่วนเศรษฐกิจด้วย

3.1. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญในปี 2539

การนำเข้าโดยรวม

การนำเข้าโดยรวมของตลาดสำคัญของไทย 3 ตลาดหลักได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งไทยมีการส่งออกไปเป็นมูลค่าถึงเจ็ดแสนล้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 51 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทยไปยังตลาดโลก ยังคงมีการขยายตัวในปี 2539⁹ แต่อัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทยไปยังแต่ละตลาดน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดเหล่านั้น โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐอเมริกา ที่การส่งออกของไทยลดลงในปี 2539 ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในแต่ละตลาดที่ลดลงจากปี 2538 โดยในตลาดสหรัฐอเมริกา ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 1.53 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 1.43 ในปี 2539 ส่วนในตลาดญี่ปุ่น ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 3.01 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 2.92 ในปี 2539 และในตลาดสหภาพยุโรป ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 0.50 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 0.44 ในปี 2539 (ตารางที่ 3.9-3.11)

⁸ สินค้าที่ศึกษาในส่วนนี้ในรายละเอียดจะต่างจากการศึกษาข้างต้นอยู่บ้าง เนื่องจากแยกตามระบบ Harmonized System ขณะที่การศึกษาในส่วนข้างหน้าแยกกลุ่มสินค้าตาม SITC

⁹ ข้อมูลการนำเข้าเป็นเงินสกุลท้องถิ่นจึงต่างจากข้อมูลของกองทุนการเงินระหว่างประเทศและ Statistic Canada ซึ่งให้หน่วยเป็นดอลลาร์

ตารางที่ 3.9 แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา ปี 2538 - 2540

ลำดับที่	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2538	2539	2540	2538	2539	2540	39/38	40/39
1	แคนาดา	145,119	156,506	168,051	19.52	19.78	19.32	7.85	7.38
2	ญี่ปุ่น	123,577	115,218	121,359	16.62	14.56	13.95	-6.76	5.33
3	เม็กซิโก	61,705	72,963	85,830	8.30	9.22	9.87	18.25	17.63
4	จีน	45,555	51,495	62,552	6.13	6.51	7.19	13.04	21.47
5	เยอรมัน	36,847	38,943	43,069	4.96	4.92	4.95	5.69	10.60
6	สหราชอาณาจักร	26,891	28,892	32,665	3.62	3.65	3.76	7.44	13.06
7	ไต้หวัน	28,975	29,911	32,624	3.90	3.78	3.75	3.23	9.07
8	เกาหลีใต้	24,184	22,667	23,159	3.25	2.86	2.66	-6.27	2.17
9	ฝรั่งเศส	17,177	18,630	20,725	2.31	2.35	2.38	8.46	11.25
10	สิงคโปร์	18,564	20,340	20,067	2.50	2.57	2.31	9.57	-1.34
กลุ่มประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ									
EU(15)		131,910	142,718	157,519	17.74	18.04	18.11	8.19	10.37
NIC(4)		71,751	72,946	75,878	9.65	9.22	8.72	1.67	4.02
LAIA(11)		91,128	107,190	122,464	12.26	13.55	14.08	17.63	14.25
ASEAN(6)		62,041	66,196	70,677	8.34	8.37	8.12	6.70	6.77
19 อินโดนีเซีย		7,437	8,213	9,174	1.00	1.04	1.05	10.44	11.69
12 มาเลเซีย		17,484	17,825	18,017	2.35	2.25	2.07	1.95	1.08
15 ฟิลิปปินส์		7,006	8,162	10,436	0.94	1.03	1.20	16.50	27.85
10 สิงคโปร์		18,564	20,340	20,067	2.50	2.57	2.31	9.57	-1.34
14 ไทย		11,351	11,336	12,595	1.53	1.43	1.45	-0.13	11.11
71 เวียดนาม		199	319	388	0.03	0.04	0.04	60.35	21.68
มูลค่านำเข้าทั้งสิ้น		743,505	791,315	869,874				6.43	9.93

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกโดยใช้วิธีวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share; CMS)¹⁰ ในปี 2539 พบว่า ไทยส่งออกไปยังสหรัฐลดลงเนื่องมาจากผลการแข่งขันสูงถึงร้อยละ 4767.3

¹⁰ จากความจำกัดของข้อมูลจึงคำนวณตามหลัก CMS อย่างง่าย โดย $\Delta E_T = S_0 \Delta Q_T + \Delta S_T Q_0$

E_T = มูลค่าการส่งออกของไทยไปประเทศที่ต้องการศึกษา S = ส่วนแบ่งการตลาดของไทย

Q = มูลค่าการนำเข้าของประเทศที่ศึกษา Δ = การเปลี่ยนแปลง

ดังนั้นพจน์แรกแสดงถึงการเพิ่มของการส่งออกไทยจากการนำเข้ารวมของประเทศนั้นโดยที่ส่วนแบ่งตลาดคงที่ ส่วนพจน์ที่สองแสดงถึงการเพิ่มของการส่งออกที่เกิดจากความสามารถในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

ตารางที่ 3.10 แหล่งนำเข้าที่สำคัญของญี่ปุ่น ปี 2538 - 2540

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่านำเข้า (พันล้านเยน)			สัดส่วน (%)			การเปลี่ยนแปลง (%)	
		2538	2539	2540	2538	2539	2540	39/38	40/39
1	สหรัฐอเมริกา	7,076.40	8,630.98	9,149.28	22.43	22.72	22.34	21.97	6.01
2	จีน	3,380.88	4,399.68	5,061.67	10.72	11.58	12.36	30.13	15.05
3	อินโดนีเซีย	1,335.35	1,653.17	1,769.38	4.23	4.35	4.32	23.80	7.03
4	ออสเตรเลีย	1,366.58	1,548.24	1,763.29	4.33	4.08	4.31	13.29	13.89
5	เกาหลีใต้	1,622.16	1,735.33	1,762.76	5.14	4.57	4.30	6.98	1.58
6	ไต้หวัน	1,347.03	1,627.66	1,510.93	4.27	4.28	3.69	20.83	-7.17
7	เยอรมัน	1,288.40	1,540.87	1,501.33	4.08	4.06	3.67	19.60	-2.57
8	สหรัฐอเมริกาหับามิเรต	957.77	1,253.02	1,491.48	3.04	3.30	3.64	30.83	19.03
9	ซาอุดีอาระเบีย	913.37	1,160.38	1,443.48	2.90	3.05	3.52	27.04	24.40
10	มาเลเซีย	991.67	1,278.51	1,375.09	3.14	3.37	3.36	28.93	7.55
36	เม็กซิโก	140.38	205.60	194.97	0.44	0.54	0.48	46.46	-5.17
กลุ่มประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ									
NICs (4)		3,870.58	4,439.83	4,255.92	12.27	11.69	10.39	14.71	-4.14
LAIA (11)		1,005.74	1,134.00	1,271.13	3.19	2.98	3.10	12.75	12.09
EU (15)		4,579.68	5,362.79	5,434.15	14.52	14.12	13.27	17.10	1.33
ASEAN (6)		4,409.09	5,551.15	5,882.83	13.98	14.61	14.36	25.90	5.97
3 อินโดนีเซีย		1,335.35	1,653.17	1,769.38	4.23	4.35	4.32	23.80	7.03
10 มาเลเซีย		991.67	1,278.51	1,375.09	3.14	3.37	3.36	28.93	7.55
12 ไทย		949.95	1,111.15	1,157.32	3.01	2.92	2.83	16.97	4.15
15 สิงคโปร์		644.34	796.74	710.08	2.04	2.10	1.73	23.65	-10.88
17 ฟิลิปปินส์		326.30	492.02	606.49	1.03	1.30	1.48	50.79	23.26
31 เวียดนาม		161.49	219.55	264.47	0.51	0.58	0.65	35.95	20.46
มูลค่านำเข้าทั้งสิ้น		31,548.74	37,993.42	40,956.18				20.43	7.80

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐที่ลดลง ขณะที่ผลจากการที่ตลาดมีศักยภาพในการขยายตัวสูงมีถึงร้อยละ 4973.8 ส่วนในตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหภาพยุโรป ผลจากการขยายตัวของตลาดเป็นร้อยละ 120.4 และ 326.4 ตามลำดับ มีมากกว่าผลลบจากการแข่งขันที่เป็นร้อยละ 16.9 และ 190.6 ตามลำดับ จึงทำให้มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย หากพิจารณาเปรียบเทียบผลจากการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในทั้ง 3 ตลาดพบว่า ตลาดสหรัฐอเมริกามีการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันสูงสุด รองลงมาเป็นตลาดสหภาพยุโรป และตลาดญี่ปุ่นตามลำดับ

ตารางที่ 3.11 แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสหภาพยุโรป ปี 2537 - 2539

ลำดับ	แคนาดา	มูลค่านำเข้า (ล้านECU)			สัดส่วน (%)			การเปลี่ยนแปลง (%)	
		2537	2538	2539	2537	2538	2539	38/37	39/38
1	เยอรมัน	164,485	222,209	225,913	13.07	14.87	14.47	35.09	1.67
2	ฝรั่งเศส	119,681	134,685	138,792	9.51	9.01	8.89	12.54	3.05
3	เนเธอร์แลนด์	95,760	113,800	118,671	7.61	7.61	7.60	18.84	4.28
4	สหรัฐอเมริกา	92,705	103,644	112,527	7.37	6.94	7.21	11.80	8.57
5	สหราชอาณาจักร	84,894	102,260	108,698	6.75	6.84	6.96	20.46	6.30
6	อิตาลี	77,911	92,573	94,878	6.19	6.19	6.08	18.82	2.49
7	เบลเยียมและลักเซมเบิร์ก	78,947	90,625	90,666	6.27	6.06	5.81	14.79	0.04
8	สเปน	40,659	48,340	53,260	3.23	3.23	3.41	18.89	10.18
9	ญี่ปุ่น	48,440	54,289	52,457	3.85	3.63	3.36	12.07	-3.37
10	สวิตเซอร์แลนด์	na	43,200	42,646	na	2.89	2.73	na	-1.28
13	จีน	22,687	26,341	29,985	1.80	1.76	1.92	16.10	13.84
51	เม็กซิโก	2,623	3,215	3,134	0.21	0.22	0.20	22.56	-2.52
กลุ่มประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ									
Intra EU(15)		715,113	949,652	980,818	56.84	63.54	62.84	32.80	3.28
NIC(4)		33,059	38,605	40,384	2.63	2.58	2.59	16.78	4.61
LAIA(11)		24,789	27,629	27,276	1.97	1.85	1.75	11.46	-1.28
ASEAN(6)		30,318	34,214	38,048	2.41	2.29	2.44	12.85	11.20
35 อินโดนีเซีย		5,856	6,108	7,105	0.47	0.41	0.46	4.30	16.32
28 มาเลเซีย		7,488	9,153	9,430	0.60	0.61	0.60	22.24	3.02
29 สิงคโปร์		7,752	8,759	9,253	0.62	0.59	0.59	13.00	5.64
33 ไทย		6,263	6,623	7,474	0.50	0.44	0.48	5.75	12.84
64 เวียดนาม		858	1,151	1,438	0.07	0.08	0.09	34.19	24.96
มูลค่านำเข้าทั้งสิ้น		1,258,204	1,494,464	1,560,809				18.78	4.44

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

รายสินค้า

ในสินค้าที่ศึกษา 13 รายการ เมื่อแยกพิจารณาตามตลาดส่งออกที่สำคัญ 3 ตลาด พบว่า สินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงในตลาดอเมริกามี 8 รายการมีมูลค่าการส่งออกลดลงเจ็ดพันล้านบาท ในตลาดญี่ปุ่นมี 6 รายการมีมูลค่าการส่งออกลดลง 1.4 พันล้านบาท และในตลาดสหภาพยุโรปมี 5 รายการมีมูลค่าการส่งออกลดลง 2.6 พันล้านบาท รวมเป็น 20 รายการและมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง 11.3 พันล้านบาท (ตารางที่ 3.12)

ส่วนสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดอเมริกามี 5 รายการจาก 13 รายการที่ศึกษา มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 4.5 พันล้านบาท ในตลาดญี่ปุ่นมี 6 รายการมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 13.6 พันล้านบาท และในตลาดสหภาพยุโรปมี 6 รายการมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 15 พันล้านบาท รวมเป็น 17 รายการคิดเป็นมูลค่าการส่งออกที่

เพิ่มขึ้น 33 พันล้านบาทหรือร้อยละ 2.4 ของมูลค่าการส่งออกรวมไปยังตลาดโลก รายการนอกเหนือจากนี้เป็นรายการสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดไม่เปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยพบว่า มีหนึ่งรายการในตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหภาพยุโรป

ตารางที่ 3.12 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าไทย 13 รายการ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรปในปี 2539 และ 2540

สินค้าส่งออกของไทย	ส่วนแบ่งการตลาด							
	ตลาดสหรัฐอเมริกา			ตลาดญี่ปุ่น			ตลาดสหภาพยุโรป	
	2538	2539	2540	2538	2539	2540	2538	2539
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2.88	2.79	2.86	2.68	2.49	2.43	1.09	0.98
ลำดับที่	11	12	13	5	5	6	21	23
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	3.24	3.26	3.43	6.08	6.36	5.69	0.01	0.02
ลำดับที่	9	9	9	4	5	8	15	14
กังหันแข็ง	33.61	28.98	23.58	20.8	14.88	11.85	6.68	5.92
ลำดับที่	1	1	1	2	3	3	1	2
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	1.37	0.96	1.1	4.63	4.16	4.03	0.51	0.51
ลำดับที่	12	13	13	5	5	5	21	23
รองเท้า	3.37	2.7	2.76	1.65	1.36	1.4	2.25	1.89
ลำดับที่	6	6	6	9	9	9	12	13
เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์	2.34	2.56	4.04	11.57	12.07	13.32	0.91	0.94
ลำดับที่	8	6	5	4	3	3	21	21
ยางพารา	21.92	19.56	21.59	76.84	70.52	69.68	21.5	24.54
ลำดับที่	2	2	2	1	1	1	2	2
น้ำตาลทราย	1.12	1.26	1.22	32.91	43.14	37.54	*	
ลำดับที่	19	18	17	2	1	2		
อาหารทะเลกระป๋อง	35.15	31.98	32.92	8.27	7.19	7.47	6.78	6.00
ลำดับที่	1	1	1	4	4	2	4	5
เครื่องปรับอากาศ	3.92	4.31	5.75	29.07	30.29	22.96	3.08	4.96
ลำดับที่	8	7	5	2	1	1	11	8
ข้าว	73.95	69.24	67.54	3.62	22.91	19.23	3.84	5.30
ลำดับที่	1	1	1	3	2	3	9	8
อัญมณี	3.54	3.3	2.98	3.97	4.54	3.55	1.93	1.76
ลำดับที่	7	9	10	10	8	10	11	12
แผงวงจรไฟฟ้า	2.40	2.68	2.85	0.69	0.78	1.29	0.56	0.70
ลำดับที่	9	9	9	9	11	8	20	20

* = มีส่วนแบ่งตลาดน้อยมาก

 = ตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงลดลง

พิจารณารายละเอียดในแต่ละตลาดพบว่า ในสหรัฐอเมริกา สินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงคือเสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์พลาสติก รองเท้า ยางพารา อาหารทะเลกระป๋อง ข้าว และอัญมณี โดยกุ้งแช่แข็งมีส่วนแบ่งตลาดลดลงมากคือจากร้อยละ 33.6 เป็นร้อยละ 29 รองเท้าที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 3.4 เป็นร้อยละ 2.7 อาหารทะเลลดลงจากร้อยละ 35.2 เป็นร้อยละ 32 และข้าวลดลงจากร้อยละ 74 มาเป็นร้อยละ 69.2 ส่วนสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ น้ำตาลทราย เครื่องปรับอากาศ และแผงวงจรไฟฟ้า ส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นไม่มากนัก ยกเว้นที่น่าสนใจคือเครื่องปรับอากาศมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.9 มาเป็นร้อยละ 4.3

สำหรับตลาดญี่ปุ่น สินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์พลาสติก รองเท้า ยางพารา อาหารทะเลกระป๋อง โดยสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงมากได้แก่ กุ้งแช่แข็งมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 20.8 เป็นร้อยละ 14.9 ตกจากผู้ส่งออกมากเป็นอันดับที่ 2 มาเป็นอันดับที่ 3 ยางพารามีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 76.8 มาเป็นร้อยละ 70.5 และอาหารทะเลกระป๋องจากร้อยละ 8.3 มาเป็นร้อยละ 7.2 ส่วนสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ น้ำตาลทราย เครื่องปรับอากาศ ข้าว อัญมณี และแผงวงจรไฟฟ้า โดยสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นมากคือ น้ำตาลทรายเพิ่มจากร้อยละ 32.9 มาเป็นร้อยละ 43.1 และข้าวมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.6 มาเป็นร้อยละ 22.9

ส่วนการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปพบว่า สินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลง ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง รองเท้า อาหารทะเลกระป๋อง และอัญมณี โดยกุ้งแช่แข็งมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 6.7 มาเป็นร้อยละ 5.9 ตกจากผู้ส่งออกลำดับที่ 1 มาเป็นลำดับที่ 2 และรองเท้ามีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 2.3 มาเป็นร้อยละ 1.9 สำหรับสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นคือ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ ยางพารา เครื่องปรับอากาศ ข้าว และแผงวงจรไฟฟ้า โดยยางพารามีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 21.5 มาเป็นร้อยละ 24.5 เครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.1 มาเป็นร้อยละ 5 และข้าวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.8 มาเป็นร้อยละ 5.3

สินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงทั้ง 3 ตลาดในปี 2539 มี 4 รายการ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง รองเท้า และอาหารทะเลกระป๋อง จะเห็นว่าเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานสูง ส่วนสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นทั้ง 3 ตลาดมี 4 รายการ ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และน้ำตาลทราย (ไม่รวมตลาดสหภาพยุโรป เนื่องจากในสินค้านี้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้อยมาก) จะเห็นว่าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้ทักษะหรือเทคโนโลยี สำหรับสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดอเมริกาและญี่ปุ่นมี 2 รายการได้แก่ ผลิตภัณฑ์พลาสติก (ในตลาดสหภาพยุโรปมีส่วนแบ่งตลาดเท่าเดิม) และยางพารา สินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดอเมริกาและสหภาพยุโรปคือ อัญมณี ส่วนสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดอเมริกาและสหภาพยุโรป คือ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน และสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป คือ ข้าว (ตารางที่ 3.12)

3.2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญในปี 2540

การนำเข้ารวม

การลดลงของส่วนแบ่งการตลาดในปี 2539 จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นชั่วคราวในปีนั้น หรือเป็นเหตุการณ์ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการลดลงของความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของสินค้าไทย ข้อมูลส่วนแบ่งตลาดในปี 2540 จะเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงสถานะความสามารถในการแข่งขันนี้

สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปยังคงมีการนำเข้าที่ขยายตัวในปี 2540 สำหรับส่วนแบ่งการตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปได้ปรับตัวสูงขึ้นจากปีก่อน แต่อย่างไรก็ยังเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่าส่วนแบ่งตลาดในปี 2538 ส่วนในตลาดญี่ปุ่น ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่ยังคงลดลงจากปีก่อน (ตารางที่ 3.9 – 3.11)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกโดยใช้วิธีวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ในปี 2540 พบว่า ไทยส่งออกไปยังสหรัฐเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดร้อยละ 89.4 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลง และเป็นผลเนื่องจากการแข่งขันร้อยละ 9.7 ส่วนตลาดญี่ปุ่น มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเนื่องจากศักยภาพของตลาดร้อยละ 187.7 แต่ถูกตัดทอนลงด้วยการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันร้อยละ 81.3 สำหรับตลาดยุโรป สาเหตุที่ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นมาจากการแข่งขัน และการขยายตัวการนำเข้าของตลาด โดยมีผลการแข่งขันร้อยละ 62.6 และผลจากการขยายตัวการนำเข้าร้อยละ 34.6 จะเห็นว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อนยกเว้นในตลาดญี่ปุ่นที่แย่ลดลง โดยความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหภาพยุโรปสูงสุด

รายสินค้า

สำหรับการศึกษาเป็นรายสินค้า 13 รายการสามารถทำได้เพียง 2 ตลาดคือ ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล การศึกษาในรายสินค้าที่สำคัญได้ผลสอดคล้องกับข้อมูลการนำเข้ารวมของทั้งสองตลาด คือ ในตลาดสหรัฐอเมริกา สินค้าไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง 4 รายการ จากเดิมที่มี 8 รายการ ในตลาดญี่ปุ่น ลดลง 9 รายการจากเดิมที่มี 6 รายการ จะเห็นว่าจำนวนรายการสินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดลดลงเปลี่ยนแปลงไปจากปี 2539

ในตลาดสหรัฐอเมริกา สินค้าที่ปรับตัวดีขึ้นคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์พลาสติก รองเท้า ยางพารา และอาหารกระป๋อง แต่ก็ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยกว่าปี 2538 ส่วนสินค้าที่ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ได้แก่ กุ้งแช่แข็ง ข้าว และอัญมณี โดยกุ้งแช่แข็งมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 29 ในปี 2539 เป็นร้อยละ 23.6 ในปี 2540 ข้าวลดลงจากร้อยละ 69.2 เป็นร้อยละ 67.5 และอัญมณีลดลงจากร้อยละ 3.3 เป็นร้อยละ 3

ส่วนในตลาดญี่ปุ่น สินค้าที่ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย คือ รองเท้า และอาหารทะเลกระป๋อง และสินค้าที่ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์พลาสติก และยางพารา โดยกุ้งแช่แข็งมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 14.9 ในปี 2539 มาเป็นร้อยละ 11.9 นอกจากนี้ในตลาดญี่ปุ่นยังมีสินค้าส่งออกของไทยอื่นที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นแต่ในปี 2540 กลับมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ได้แก่ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน น้ำตาลทราย

เครื่องปรับอากาศ ข้าว และธัญมณี โดยคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 6.4 เป็นร้อยละ 5.7 ตกจากผู้ส่งออกลำดับที่ 5 มาเป็นลำดับที่ 8 น้ำตาลทรายลดลงจากร้อยละ 43.1 เป็นร้อยละ 37.5 และเครื่องปรับอากาศลดลงจากร้อยละ 30.3 มาเป็นร้อยละ 23 แต่ยังคงอยู่ในลำดับที่ 1 อยู่

จากข้อมูลข้างต้นกล่าวได้ว่า ความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยได้ปรับตัวดีขึ้นกว่าปี 2539 แต่ยังไม่ดีขึ้นเท่าไรนักเมื่อเทียบกับปี 2538 และยังสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในหลายสินค้าเพิ่มขึ้นในตลาดญี่ปุ่น จึงเป็นไปได้ว่าการส่งออกของไทยยังคงชะลอตัวและจะต้องเร่งปรับตัวเพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้ เช่น ปรับปรุงตัวสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้แรงงานในการผลิตสูง และเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตไปสู่สินค้าที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีในการผลิตมากขึ้น นอกจากนี้ควรหาตลาดใหม่ เพื่อทดแทนตลาดญี่ปุ่นที่กำลังมีภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ซึ่งจากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดคงที่จะเห็นแล้วว่าการส่งออกใน 2 ปีที่ผ่านมาไทยพึ่งพาการขยายตัวของการนำเข้าของญี่ปุ่นสูง อีกทั้งยังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดนี้อีกด้วย

3.3. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศอื่น ๆ

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่สำคัญ

สำหรับการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศในกลุ่มอาเซียนพบว่า มีแนวโน้มที่แตกต่างกัน โดยเวียดนาม และฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในทั้ง 3 ตลาด แต่ขนาดการส่งออกยังน้อยกว่าประเทศอาเซียนอื่น ส่วนสิงคโปร์มีส่วนแบ่งตลาดรวมเพิ่มขึ้นในปี 2539 ในตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา แต่ลดลงในปี 2540 ส่วนตลาดสหภาพยุโรปไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก มาเลเซียและอินโดนีเซียเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในปี 2539 แต่ลดลงเล็กน้อยในปี 2540 ในตลาดสหรัฐอเมริกา มาเลเซียมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดลดลง แต่อินโดนีเซียมีสูงขึ้น แต่ในตลาดสหภาพยุโรป ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าจากมาเลเซีย และอินโดนีเซียจะมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก

ส่วนประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ (NICs) พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันในทั้ง 3 ตลาดคือ มีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงแต่ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่ากลุ่มอาเซียน ตรงข้ามกับประเทศจีนที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นในทั้งสามตลาด สำหรับประเทศในกลุ่มละตินอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดสหภาพยุโรป (ตารางที่ 3.9 – 3.11) ซึ่งพิจารณาในแง่ของส่วนแบ่งตลาดรวม การแข่งขันของไทยจะไม่ได้มาจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ แต่มาจากประเทศกำลังพัฒนา

ประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด

สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่งในตลาดสำคัญในแต่ละสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลง วิเคราะห์จากประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดในปี 2539 มากกว่าปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวของการส่งออกมากกว่าการขยายตัวของตลาดนั้นทั้งในปี 2539 และ 2540 และมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 2 ยกเว้นกรณีที่สินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าร้อยละ 2 จะเลือกประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 1 แทน พบว่าในตลาดอเมริกา กลุ่มประเทศละตินอเมริกา (LAIA)

โดยเฉพาะเม็กซิโกมีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นจากร้อยละ 8.3 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 9.87 ในปี 2540 และจีนก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในตลาดนี้ ในสินค้า 8 รายการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี 2539 ประเทศจีน เม็กซิโก และอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้น โดยจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า อาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก และอัญมณี สำหรับเม็กซิโกมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า อาหารทะเลกระป๋อง และข้าว ส่วนอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในเสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ส่วนในตลาดญี่ปุ่น ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นคือ จีนคือจากร้อยละ 10.72 ในปี 2538 มาเป็นร้อยละ 11.58 และ 12.36 ในปี 2539 และ 2540 ตามลำดับ ในสินค้า 6 รายการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงในปี 2539 ประเทศเวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้น โดยเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในเสื้อผ้าสำเร็จรูป กุ้งแช่แข็ง รองเท้า และผลิตภัณฑ์พลาสติก ส่วนจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า อาหารทะเลกระป๋อง และผลิตภัณฑ์พลาสติก และอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในรองเท้า อาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก และยางพารา

สำหรับในตลาดสหภาพยุโรป พบว่ามีการนำเข้ากับกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูงขึ้นจากเดิมซึ่งมีสัดส่วนที่สูงอยู่แล้วคือร้อยละ 56.84 ในปี 2537 มาเป็นร้อยละ 63.54 และ 62.84 ในปี 2538 และ 2539 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.9-3.11) ในสินค้า 5 รายการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงในปี 2539 ไม่พบว่ามีประเทศใดประเทศหนึ่งที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้นในหลายสินค้า ส่วนใหญ่จะมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นในสินค้าเดียว มีข้อสังเกตประการหนึ่งว่าประเทศเหล่านี้โดยมากแล้วจะเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยตนเอง (ตารางที่ 3.13)

ดังนั้นโดยภาพรวมแล้ว ในตลาดญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนามเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา จีนเป็นคู่แข่งสำคัญในสินค้าหลายรายการ นอกจากนี้ยังมีอินโดนีเซีย อินเดีย เม็กซิโก สำหรับในตลาดสหภาพยุโรป ไทยต้องแข่งขันกับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเอง

การระบุประเทศคู่แข่งที่สำคัญข้างต้นเป็นการใช้ข้อมูลปี 2538 และ 2539 ซึ่งเป็นปีที่มีการส่งออกของไทยลดลงอย่างมาก ซึ่งในปี 2540 การส่งออกไปสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปเริ่มฟื้นตัว แต่ส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่นลดลงไปหลายสินค้า ซึ่งถ้าจะพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ในสินค้า 5 รายการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่นลดลง ประกอบด้วย คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน น้ำตาลทราย เครื่องปรับอากาศ ข้าว และอัญมณี ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเกือบทุกรายการคือ อเมริกา และจีน ก็ยังคงเป็นคู่แข่งที่สำคัญ นอกจากนั้นจะเป็นประเทศอื่น ๆ ที่มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในสินค้าต่างกัน (ตารางที่ 3.14)

ตารางที่ 3.13 ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในปี 2539 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงและคาดว่าจะเป็คู่แข่งทางการค้าในอนาคต*

สินค้า	ส่วนแบ่งการตลาด		
	ตลาดสหรัฐอเมริกา	ตลาดญี่ปุ่น	ตลาดสหภาพยุโรป
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	จีน เม็กซิโก อินโดนีเซีย	จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์	จีน เบลเยียมและลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์ และเวียดนาม
กุ้งแช่แข็ง	อินโดนีเซีย บังคลาเทศ อินเดีย และเวเนซุเอลา	อินเดีย เวียดนาม แคนาดา	ฮังการี เดนมาร์ก กรีนแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และอาเจนตินา
รองเท้า	จีน เม็กซิโก	จีน อินโดนีเซีย อเมริกาและเวียดนาม	เวียดนาม โรมาเนีย
อาหารทะเลกระป๋อง	ฟิลิปปินส์ รัสเซีย จีน ชิลีและเม็กซิโก	จีน อินโดนีเซีย	เยอรมัน สเปน ฝรั่งเศส
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	แคนาดา จีน เม็กซิโก อังกฤษ และอินโดนีเซีย	จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และเม็กซิโก	
ยางพารา	ศรีลังกา คามะรุทูน	อินโดนีเซีย ศรีลังกา	
อัญมณี	อิสราเอล เบลเยียม และจีน		สวิสเซอร์แลนด์ อังกฤษ แอฟริกาใต้ เบลเยียมและลักเซมเบิร์ก อิสราเอล อินเดีย และชิลี
ข้าว	เวียดนาม		

* หลักเกณฑ์ที่ใช้เลือกคือ

1. ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดในปี 2539 มากกว่าปีที่ผ่านมา
2. ประเทศนั้นจะต้องมีการขยายตัวของการส่งออกมากกว่าการขยายตัวรวมของตลาดนั้นในทั้งปี 2539 และ 2540
3. ประเทศนั้นจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 2 ยกเว้นในสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าร้อยละ 2 จะเลือกประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 1

ตารางที่ 3.14 ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในตลาดญี่ปุ่น ในปี 2540 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง

สินค้า	ประเทศ
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	อเมริกา ฟิลิปปินส์ จีน มาเลเซีย อังกฤษ ไอร์แลนด์
น้ำตาลทราย	คิวบา
เครื่องปรับอากาศ	อเมริกา จีน ไต้หวัน เยอรมัน
ข้าว	อเมริกา ออสเตรเลีย
อัญมณี	แอฟริกาใต้ อเมริกา รัสเซีย สวิสเซอร์แลนด์ เกาหลี

* หลักเกณฑ์ที่ใช้เลือกคือ

1. ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดในปี 2540 มากกว่าปีที่ผ่านมา
2. ประเทศนั้นจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 2 ยกเว้นในสินค้าที่ไทย มีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าร้อยละ 2 จะเลือกประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 1

บทที่ 4

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกใน
สินค้าสำคัญโดยใช้แบบจำลองเศรษฐกิจมิติ

การศึกษาในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์หาแบบจำลองทางเศรษฐกิจที่จะอธิบายว่ามีตัวแปรเศรษฐกิจใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทย โดยจะเน้นสินค้าต่อไปนี้

- 1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป (garments)
- 2. รองเท้า (footwear)
- 3. ผลิตภัณฑ์พลาสติก (plastic products)
- 4. กุ้งแช่แข็ง (frozen shrimp)
- 5. คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (computer and parts)

สินค้าเหล่านี้ยกเว้นคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนต่างก็มีการลดลงของการส่งออกทั้งในด้านปริมาณและมูลค่าในปี พ.ศ. 2539 ค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้มูลค่าการส่งออกโดยรวมของไทยในปี พ.ศ. 2539 เพิ่มขึ้นเพียง 0.41% ในขณะที่อัตราการเพิ่มของมูลค่าการส่งออก ในปี พ.ศ. 2538 สูงถึง 23.6%

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก

จากการสำรวจงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองของการส่งออก พบว่า ส่วนใหญ่จะศึกษาการส่งออกโดยมองว่า การส่งออกสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่งก็คือ ความต้องการสินค้านี้กล่าวจากประเทศผู้นำเข้า ดังนั้นจึงใช้ทฤษฎีอุปสงค์เป็นฐานในการระบุปัจจัยที่กำหนดการส่งออก ซึ่งตัวแปรหลัก ได้แก่ รายได้ของประเทศคู่ค้า (YW) และราคาสินค้าที่ส่งออก (PX) โดยเปรียบเทียบกับราคาสินค้าเดียวกันจากประเทศคู่แข่ง (PXW) ในกรณีที่ความสัมพันธ์ของการส่งออกต่อปัจจัยที่กล่าวมาอยู่ในรูป log-linear เราจะเขียนสมการได้ว่า

$$\ln QX = \beta_0 + \beta_1 \ln YW + \beta_2 \ln P' \dots\dots\dots (4.1)$$

- โดยที่
- QX = ปริมาณความต้องการสินค้าออก
 - YW = รายได้ของประเทศคู่ค้า
 - P' = ดัชนีราคาเปรียบเทียบ (PX/PXW)

การระบุความสัมพันธ์ตามสมการ (4.1) มีข้อสมมติเป็นนัยว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปทานการส่งออกมีค่าเป็นอนันต์ (infinite supply price elasticity) ซึ่งก็มักจะเป็นข้อสมมติที่ใช้กันทั่วไปในกรณีที่ไม่ได้มีการสร้างแบบจำลองอุปสงค์อุปทานของการส่งออกอย่างสมบูรณ์ (complete demand and supply model)

เราสามารถแยกวิเคราะห์ราคาเปรียบเทียบ P' ออกเป็น 2 ตัว โดยเขียนสมการ (1) ใหม่ ดังนี้

$$\ln QX = \beta_0 + \beta_1 \ln YW + \beta_2 \ln PX + \beta_3 \ln PXW \dots\dots\dots (4.2)$$

โดยมีการคาดหมายเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยต่างๆ ดังนี้

$\beta_1 > 0$ เมื่อรายได้ประเทศคู่ค้า (ซึ่งนำเข้าจากเรา) สูงขึ้นจะต้องการสินค้าจากเราเพิ่มขึ้น

$\beta_2 < 0$ เมื่อราคาสินค้าออกของเราสูงขึ้น การส่งออกจากเราจะลดลง

$\beta_3 > 0$ เมื่อราคาสินค้าออกของคู่แข่งเพิ่มขึ้น จะทำให้การส่งออกของเราเพิ่มขึ้น

ราคาสินค้าออกจากประเทศเรา (PX) ในสมการ (4.2) เป็นราคาในรูปเงินตราต่างประเทศ (foreign currency - เช่น \$) ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ β_2 จึงเป็นตัวสะท้อนผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนด้วย หากเราต้องการดูผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนแยกต่างหากก็ควรจะใช้ข้อมูลราคาการส่งออกในรูปของเงินบาท (PX^B) และเพิ่มตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยน (ER) ไว้ในสมการ ดังนี้

$$\ln QX = \beta_0 + \beta_1 \ln YW + \beta_2 \ln PX^B + \beta_3 \ln PXW + \beta_4 \ln ER \dots\dots\dots (4.3)$$

โดยที่ ER คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลของเราต่อเงินสกุลต่างประเทศหนึ่งหน่วย เช่น 25 บาท หรือ 40 บาท ต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ดังนั้น จึงคาดว่าค่าสัมประสิทธิ์ β_4 น่าจะเป็นบวก นั่นคือ เมื่อ ER มีค่าสูงขึ้น (เงินบาทลดค่า) เราน่าจะส่งออกได้มากขึ้น

นอกจากนี้หากเราพิจารณาว่าการปรับตัวของการส่งออกไม่ได้เกิดขึ้นภายในช่วงเวลาเดียว (one time period) แต่มีความล่าช้าในการปรับตัวเราอาจปรับแบบจำลองให้มีลักษณะการปรับตัวเชิงพลวัต (dynamic adjustment) โดยมีตัวแปรตามในช่วงเวลาที่แล้ว (lagged dependent variable) รวมอยู่ในสมการ ดังนี้

$$\ln QX_t = \beta_0 + \beta_1 \ln YW_t + \beta_2 \ln PX_t^B + \beta_3 \ln PXW_t + \beta_4 \ln ER + \beta_5 \ln QX_{t-1} \dots\dots\dots (4.4)$$

สมการที่ (4.4) เป็นสมการพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าออก (export demand) ของประเทศเรา โดยจะต้องมีการปรับตัวแปรทางด้านประเทศคู่แข่ง และอัตราแลกเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสินค้าแต่ละประเภท นอกจากนี้เรายังอาจต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของเราโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าด้วย เช่น ค่าจ้าง และอัตราดอกเบี้ย รวมไปถึงเหตุการณ์ภายนอกอื่นๆ เช่น กรณีที่ประเทศจีนมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการคิดภาษีจากสินค้าส่งออกในปี 2539 ทำให้ผู้ส่งออกสิ่งทอของจีนมีการปรับตัว และเร่งการส่งออก ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกสิ่งทอของไทยในปีดังกล่าว เป็นต้น

ยกตัวอย่างเช่น กรณีของสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปคิดเป็นประมาณ 10% ของการส่งออกรวมนั้น ตลาดคู่ค้าสำคัญที่นำเข้าจากไทยคือ ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 30,393 ล้านบาท ในปี 2538 คิดเป็นประมาณร้อยละ 21.3 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอทั้งหมด¹¹ ถัดมาคือ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประชาคมยุโรป และญี่ปุ่น ดังนั้นในการประมาณค่าสมการส่งออกของสิ่งทอ เราจึงควรใช้ข้อมูลรายได้ของประเทศเหล่านี้ ในขณะที่เดียวกันเราก็ควรต้องดูด้วยว่าในตลาดใหญ่ๆ เหล่านี้ ประเทศใดบ้างที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของเรา เพื่อที่จะได้พิจารณาถึงตัวแปรทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน และต้นทุนการผลิตสินค้าของประเทศเหล่านี้ว่าจะส่งผลกระทบต่อส่งออกของประเทศไทยอย่างไรบ้าง

2. โครงสร้างตลาดและข้อมูลด้านประเทศคู่แข่ง

เพื่อให้การเลือกตัวแปรที่จะนำมาประมาณการในสมการส่งออกสอดคล้องกับข้อเท็จจริงในตลาดสินค้าแต่ละชนิด ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่นำเข้าสินค้าจากไทยรายใหญ่ๆ และตรวจสอบข้อมูลว่าในประเทศเหล่านั้นมีการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศใดบ้าง รวมทั้งการศึกษาการผลิต การตลาดระหว่างประเทศดังที่เสนอในบทที่ 3 ซึ่งจะช่วยให้เราทราบว่าประเทศคู่แข่งของเราในตลาดส่งออกแต่ละแห่งเป็นใคร

จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2538 จากรายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย แยกตามประเทศปลายทาง พบว่า **ประเทศสหรัฐอเมริกา**เป็นประเทศที่มีความสำคัญมากในการนำเข้าสินค้าที่สำคัญจากไทย โดยมีสัดส่วนที่ซื้อสินค้าจากไทยต่อมูลค่าการส่งออกรวมของไทยในสินค้านั้นๆ ดังต่อไปนี้

<u>สินค้าส่งออกของไทย</u>	<u>สัดส่วนของประเทศ สรอ.</u>	<u>อันดับในฐานะประเทศคู่ค้า</u>
	(เฉลี่ย 2534-2538)	
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	26.8%	อันดับหนึ่ง
รองเท้า	29.1%	อันดับหนึ่ง
ถุงสเก็ตแข็ง	29.1%	อันดับสอง
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	25.9%	อันดับสอง
ผลิตภัณฑ์พลาสติก (2535-2538)	7.3%	อันดับสี่

ประเทศที่มีความสำคัญต่อสินค้าออกของไทยตามรายการข้างต้นในอันดับถัดมา คือ **ประเทศญี่ปุ่น** โดยมีสัดส่วนที่ซื้อสินค้าเข้าจากไทยต่อมูลค่าการส่งออกรวมของไทยในสินค้าสำรายการดังนี้

¹¹ ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานเศรษฐกิจรายเดือน, กุมภาพันธ์ 2541

<u>สินค้าส่งออกของไทย</u>	<u>สัดส่วนของประเทศญี่ปุ่น</u> (เฉลี่ย 2534-2538)	<u>อันดับในฐานะประเทศคู่ค้า</u>
กุ้งสดแช่แข็ง	42.4%	อันดับหนึ่ง
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	9.1%	อันดับสอง
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	8.8%	อันดับสาม
ผลิตภัณฑ์พลาสติก (2535-2538)	7.8%	อันดับสาม

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่จัดได้ว่ามีความสำคัญในอันดับถัดมา โดยมีสัดส่วนที่ซื้อสินค้าเข้าจากไทยต่อมูลค่าการส่งออกรวมของไทยในสินค้าสำคัญ ดังนี้

<u>สินค้าส่งออกของไทย</u>	<u>สัดส่วนของประเทศสิงคโปร์</u> (เฉลี่ย 2534-2538)	<u>อันดับในฐานะประเทศคู่ค้า</u>
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	42.0%	อันดับหนึ่ง
กุ้งสดแช่แข็ง	29.1%	อันดับสอง
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	3.5%	อันดับห้า

นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ในฐานะที่เป็นประเทศสมาชิกของกลุ่มอาเซียน (ASEAN) ก็มีความสำคัญต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย โดยในช่วง พ.ศ. 2535-2538 กลุ่มประเทศอาเซียนนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกจากไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 31.3% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมดของไทย

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ และรายชื่อประเทศที่จัดว่าเป็นคู่แข่งของไทยในประเทศคู่ค้านั้นๆ ผู้วิจัยได้สรุปรวบรวมไว้ในตารางที่ 4.1 และเป็นข้อมูลที่ช่วยในการเลือกตัวแปรที่จะนำไปใช้ในการประมาณการสมการส่งออกของสินค้าเหล่านี้

3. ผลประมาณการ

ผู้ที่เคยทำการศึกษาเชิงปริมาณมักจะพบว่า ข้อมูลหรือตัวแปรที่เราอยากจะวัดและนำมาวิเคราะห์ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์นั้น ในความเป็นจริงที่มีข้อมูลอยู่มักจะไม่สอดคล้องตรงกับความต้องการของเรา ดังนั้น การศึกษาเชิงปริมาณในบางครั้งจำเป็นต้องใช้ตัวแปรใกล้เคียง (proxy variable) แทนตัวแปรที่เราต้องการใช้โดยตรง เนื่องจากมีปัญหาเกี่ยวกับคำนิยามหรือไม่สามารถหาข้อมูลที่ต้องการโดยตรงได้ ปัญหาดังกล่าวนี้ก็เกิดขึ้นในการศึกษานี้เช่นกัน

ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่งในสินค้าส่งออกสำคัญของไทย 5 รายการ

สินค้า	ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ (สัดส่วนของการส่งออกเฉลี่ย 2534-2538)	ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ (พ.ศ.2537)
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Garments)	สหรัฐอเมริกา (26.8%) ญี่ปุ่น (9.1%) ซาอุดีอาระเบีย (6.8%) โปแลนด์ (4.1%) สิงคโปร์ (3.5%) อื่นๆ (49.7%)	ฮ่องกง จีน ไต้หวัน เกาหลี จีน ฮ่องกง เกาหลี อิตาลี จีน อิตาลี ฝรั่งเศส ตุรกี อินโดนีเซีย ฮ่องกง มาเลเซีย
2. รองเท้า (Footwear)	สหรัฐอเมริกา (29.1%) อังกฤษ (8.4%) เยอรมนี (8.0%) ฝรั่งเศส (4.7%) อิตาลี (4.5%) อื่นๆ (45.3%)	ฮ่องกง จีน บราซิล อิตาลี อินโดนีเซีย อิตาลี โปรตุเกส สเปน อินโดนีเซีย ฮ่องกง อิตาลี โปรตุเกส สเปน ฮ่องกง จีน อิตาลี สเปน โปรตุเกส จีน อินโดนีเซีย โรมาเนีย ยูโกสลาเวีย สเปน
3. ผลิตภัณฑ์พลาสติก (Plastic Products)	กลุ่มประเทศอาเซียน (31.3%) ฮ่องกง (12.5%) ญี่ปุ่น (7.8%) สหรัฐอเมริกา (7.3%) จีน (2.1%) อื่นๆ (39.0%)	ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี สหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เกาหลี ไต้หวัน แคนาดา ญี่ปุ่น เยอรมนี เม็กซิโก ฮ่องกง ไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น
4. กุ้งแช่แข็ง (Frozen Shrimp)	ญี่ปุ่น (42.4%) สหรัฐอเมริกา (29.1%) สิงคโปร์ (4.6%) ฮ่องกง (3.5%) อิตาลี (2.8%) อื่นๆ (17.6%)	อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา จีน อินเดีย แคนาดา เอกวาดอร์ เม็กซิโก จีน พม่า เวียดนาม จีน มาเลเซีย จีน ออสเตรเลีย เวียดนาม อินโดนีเซีย สเปน อินเดีย ฝรั่งเศส เดนมาร์ก
5. คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (Computer and Parts)	สิงคโปร์ (42.0%) สหรัฐอเมริกา (25.9%) ญี่ปุ่น (8.8%) เนเธอร์แลนด์ (7.4%) อังกฤษ (2.7%) อื่นๆ (13.2%)	สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ไต้หวัน แคนาดา สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ไต้หวัน อังกฤษ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ ไอร์แลนด์

ที่มา: คำนวณจากมูลค่าการส่งออกของสินค้าต่างๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2534-2538 ยกเว้นของผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งมีข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2535-2538 ใน รายงานเศรษฐกิจรายเดือน ของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่วนข้อมูลด้านคู่แข่งรวบรวมจาก World Trade Database 1980-1994 ของ Statistics Canada

ปัญหาประการแรกก็คือ ผู้วิจัยไม่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาในตลาดโลกของสินค้า 5 รายการที่กล่าวมาได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถประมาณการอิทธิพลของราคาตลาดโลกต่อการส่งออกของเราได้ แต่อย่างไรก็ตาม หากเราคาดเดาว่าราคาส่งออกสินค้าของเราก็น่าจะมีแนวโน้มเคลื่อนไหวตามราคาในตลาดโลก การวิเคราะห์ผลกระทบของราคา

ต่อการส่งออกโดยดูจากราคาส่งออกของเราก็น่าจะเป็นประโยชน์เพียงพอ สำหรับราคาสินค้าออกที่ใช้ในการประมาณการนั้นเป็นดัชนีราคา (price index) ที่คิดมาจากมูลค่าส่งออกต่อหน่วย (unit value) ของสินค้านั้นๆ โดยมูลค่าส่งออกต่อหน่วยจะหาได้จากมูลค่าและปริมาณการส่งออก และให้ดัชนีราคาในปี พ.ศ.2523 (ค.ศ.1980) = 100

สำหรับตัวแปรด้านรายได้นั้น มักจะใช้ตัวแปรรายได้ของสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนของรายได้ผู้นำเข้า เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้ารายใหญ่ของไทยใน 5 สินค้าที่นำมาศึกษา แต่ในบางกรณีพบว่า การใช้รายได้ของประเทศคู่ค้าอันดับหนึ่งของสินค้านั้นๆ เช่น ประเทศญี่ปุ่นในกรณีของกุ้งสดแช่แข็ง และประเทศสิงคโปร์ในกรณีของชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ จะได้ผลทางสถิติโดยทั่วไปที่ต่ำกว่า ก็จะใช้รายได้ของประเทศนั้นๆ แทน

ส่วนอัตราแลกเปลี่ยน ใช้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐ ยกเว้นกรณีที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นคู่ค้ารายใหญ่ จะใช้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อ 100 เยน การใช้อัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวนี้ทำให้เราคาดว่า สัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนจะเป็นบวก เนื่องจากเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น (เงินของเราลดค่า) เราน่าจะส่งออกได้มากขึ้น

ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณการเป็นข้อมูลการส่งออกรายปีที่ได้จากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์¹² อย่างไรก็ตามในกรณีของคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน ซึ่งเริ่มมีการส่งออกอย่างจริงจังตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2532 จำนวนข้อมูลไม่เพียงพอต่อการประมาณการ จึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลการส่งออกรายไตรมาสแทน ซึ่งมีข้อมูลดังกล่าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึงปัจจุบัน

ตารางที่ 4.2 แสดงผลประมาณการของแบบจำลองอุปสงค์ต่อการส่งออกตามสมการที่ (4.3) และ (4.4) โดยยังมีได้พิจารณาถึงตัวแปรด้านต้นทุน และข้อมูลทางด้านคู่แข่งของไทย ในส่วน (ก) เป็นการประมาณการโดยไม่มีตัวแปรตามล่าช้า (lagged dependent variable) เราจะเห็นได้ว่าเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของราคา และอัตราแลกเปลี่ยน ไม่เป็นไปตามการคาดหมายทางทฤษฎีในหลายกรณี นอกจากนี้ค่าสถิติ t แสดงว่า เราไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานว่าง (null hypothesis) ได้ และค่าสถิติ Durbin-Watson ก็แสดงว่าผลประมาณการมีปัญหาตัวรบกวนมีความสัมพันธ์กัน (autocorrelation problem) เมื่อใส่ตัวแปรตามล่าช้าไว้ในสมการดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.2 ส่วน (ข) เราพบว่าปัญหา autocorrelation ได้หมดไปในหลายกรณี ยกเว้นกรณีของกุ้งแช่แข็งและคอมพิวเตอร์ ซึ่งอยู่ในข่ายที่ตัดสินใจไม่ได้ (indecision zone) อย่างไรก็ตาม ยังมีตัวแปรที่มีเครื่องหมายไม่ตรงกับที่คาดการณ์ไว้ และค่าสถิติ t ก็ยังไม่มีความสำคัญในหลายๆ กรณี โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าสถิติ t ของตัวแปรรายได้และราคาที่ต่ำมากเกือบทุกสินค้า

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ เราจึงไม่ควรนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณการได้ในตารางที่ 4.2 มาทำการวิเคราะห์ต่อในเชิงเศรษฐศาสตร์ และผู้วิจัยได้พยายามทดลองใส่ตัวแปรอื่นๆ รวมทั้งข้อมูลด้านคู่แข่งลงในสมการ และได้ผลประมาณการที่พอยอมรับได้ทั้งในเชิงเศรษฐศาสตร์และในเชิงสถิติ ดังจะอธิบายเป็นรายสินค้านี้ต่อไป

¹² เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีทั้งมูลค่าและปริมาณการส่งออกในสินค้าที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า มูลค่าการส่งออกจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ มีความแตกต่างจากมูลค่าการส่งออกของสินค้าเดียวกันที่อยู่ในรายงานเศรษฐกิจรายเดือน ของธนาคารแห่งประเทศไทยอยู่บ้าง แต่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4.2: ผลประมาณการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก

ตัวแปรตาม : ปริมาณการส่งออก

(ก) กรณีไม่มีตัวแปรตามในช่วงเวลาที่แล้วในแบบจำลอง

สินค้า	เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Garments)	รองเท้า (Footwear)	ผลิตภัณฑ์พลาสติก (Plastic Products)	กุ้งแช่แข็ง (Frozen Shrimp)	คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (Computer and Parts)
ค่าสัมประสิทธิ์					
ค่าคงที่	-26.4741 (-1.9803)	-19.9035 (-0.7983)	-63.1971 (-10.8506)	-4.0312 (-1.2331)	-5.8515 (-2.9452)
รายได้	3.5736 (1.8554)	1.7526 (0.5031)	8.4207 (7.4872)	1.4367 (2.7728)	1.6530 (2.2712)
ดัชนีราคา	0.6693 (0.9540)	0.2563 (0.4988)	0.1192 (0.3803)	1.0640 (1.5995)	-0.2069 (-1.3667)
อัตราแลกเปลี่ยน	1.7656 (1.6394)	4.5372 (1.5103)	0.5923 (0.4411)	-0.6003 (-1.6381)	-0.0023 (-0.0010)
R-squared	0.9237	0.5592	0.9598	0.9274	0.9380
Adjusted R-squared	0.9073	0.4647	0.9542	0.9118	0.9264
D.W. Statistic	0.5467	1.3616	1.5358	0.7685	1.2654
ระยะเวลาของข้อมูล	1979-1996	1979-1996	1979-1996	1979-1996	1992.1-1996.4

(ข) กรณีมีตัวแปรตามล่าช้าในแบบจำลอง

สินค้า	เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Garments)	รองเท้า (Footwear)	ผลิตภัณฑ์พลาสติก (Plastic Products)	กุ้งแช่แข็ง (Frozen Shrimp)	คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (Computer and Parts)
ค่าสัมประสิทธิ์					
ค่าคงที่	-2.0473 (-0.2541)	-6.7672 (0.2473)	-49.0508 (-2.3142)	-1.1140 (-0.5957)	-3.7421 (-1.5897)
รายได้	0.1586 (0.1287)	0.9836 (0.2612)	6.9059 (2.3093)	0.3051 (0.8275)	1.0854 (1.2957)
ดัชนีราคา	-0.6665 (-1.537)	0.1741 (0.3360)	-0.00007 (-0.0002)	-0.2929 (-0.5976)	-0.1791 (-1.1743)
อัตราแลกเปลี่ยน	0.8957 (1.5537)	1.5143 (0.4318)	-0.3346 (-0.2150)	-0.2823 (-1.3108)	0.3163 (0.1283)
ตัวแปรตามในช่วงเวลาที่แล้ว (lagged dependent variable)	1.0739 (7.1325)	0.3308 (1.2110)	0.2097 (0.6685)	0.9695 (4.3525)	0.2575 (1.4026)
R-squared	0.9824	0.5093	0.9536	0.9776	0.9356
Adjusted R-squared	0.9765	0.3457	0.9382	0.9702	0.9172
D.W. Statistic	1.9502	1.6179	1.8235	1.2414	1.4775
ระยะเวลาของข้อมูล	1980-1996	1980-1996	1980-1996	1980-1996	1992.2-1996.4

หมายเหตุ: * ตัวแปรรายได้เป็นของประเทศสหรัฐอเมริกา ยกเว้นกรณีกุ้งแช่แข็งที่ใช้รายได้ของประเทศญี่ปุ่น และ คอมพิวเตอร์ที่ใช้รายได้ของประเทศสิงคโปร์ ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเป็นอัตราเงินสกุลบาทต่อเงินสกุลประเทศของตัวแปรรายได้ ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t-statistic

3.1 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Garments)

ในกรณีของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผู้วิจัยไม่สามารถหาสมการการส่งออกรวมที่มีผลประมาณการเป็นที่ยอมรับได้ในเชิงสถิติ ดังนั้นจึงได้ประมาณการโดยแยกตามตลาดใหญ่ๆ เท่าที่มีข้อมูลให้แยกได้เป็นสามตลาด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ผลประมาณการสมการส่งออกที่ดีที่สุดเท่าที่ประมาณการได้มีดังนี้

ประเทศสหรัฐอเมริกา

$$\ln Q_{us} = -20.9182 + 2.9263 \ln GDP_{us} - 0.4270 \ln PINDEX + 0.5304 \ln Q_{us-1}$$

(-1.2706)* (1.2619)* (-0.5610) (2.0888)** (4.5)

$R^2 = 0.8802$
Adjusted $R^2 = 0.8525$
Durbin-Watson = 1.8224
Sample period : 1980-1996

ค่าในวงเล็บ คือ ค่าสถิติ t
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 80%
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 95%

เมื่อใส่ตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนของไทยต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (ER\$) ลงในสมการ ผลประมาณการจะมีค่าทางสถิติที่แย่งดังนี้

$$\ln Q_{us} = -23.3715 + 2.8696 \ln GDP_{us} - 0.3136 \ln PINDEX + 0.9398 \ln ER\$ + 0.4045 \ln Q_{us-1}$$

(-1.3603) (1.2114) (-0.3947) (0.6881) (1.2746)

$R^2 = 0.8847$
Adjusted $R^2 = 0.8436$
Durbin-Watson = 1.6614
Sample period : 1980-1996

นอกจากนี้ อัตราแลกเปลี่ยนของคู่แข่งก็ให้ผลประมาณการที่ผิดไปจากเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ จึงตัดตัวแปรด้านอัตราแลกเปลี่ยนออกไป

ประเทศญี่ปุ่น

$$\ln Q_j = -14.5537 + 3.5594 \ln GDP_j - 1.1552 \ln PINDEX - 2.8682 \ln RERK$$

$$(-16.3807)^* \quad (9.5788)^* \quad (-2.5596)^* \quad (-6.8890)^* \dots\dots\dots (4.6)$$

$$R^2 = 0.9729$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9669$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.3587$$

Sample period : 1980-1996

* ค่าสถิติ t มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 99%

เมื่อใส่อัตราแลกเปลี่ยนของไทยต่อเยนลงในสมการปรากฏว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรนี้มีค่าเป็นลบ ซึ่งผิดจากเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์จึงต้องตัดออก คงเหลือไว้แต่อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของคู่แข่งของไทยในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศเกาหลี (RERK)

กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป

$$\ln Q_{EU} = -10.6549 + 1.5449 \ln GDP_{UK} - 0.7663 \ln PINDEX + 2.0915 \ln ERP + 0.7452 \ln Q_{EU-1}$$

$$(4.2879)^* \quad (5.8220)^* \quad (-4.2079)^* \quad (4.7015)^* \quad (-4.4680)^* \dots\dots (4.7)$$

$$R^2 = 0.9360$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9147$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.6735$$

Sample period : 1980-1996

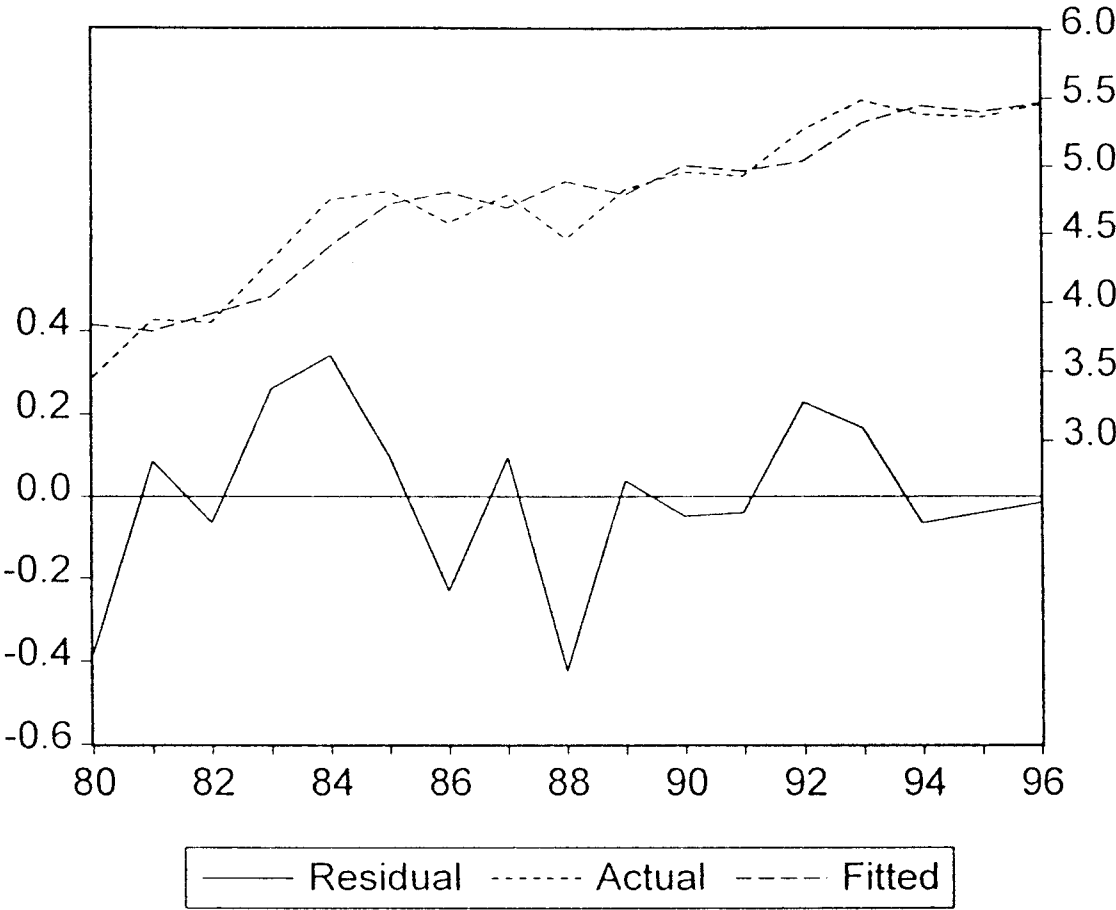
* ค่าสถิติ t มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 99%

เมื่อใส่อัตราแลกเปลี่ยนของคู่แข่งในตลาดสหภาพยุโรป ปรากฏว่า ค่าสัมประสิทธิ์ผิดไปจากเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ จึงตัดออกจากสมการ

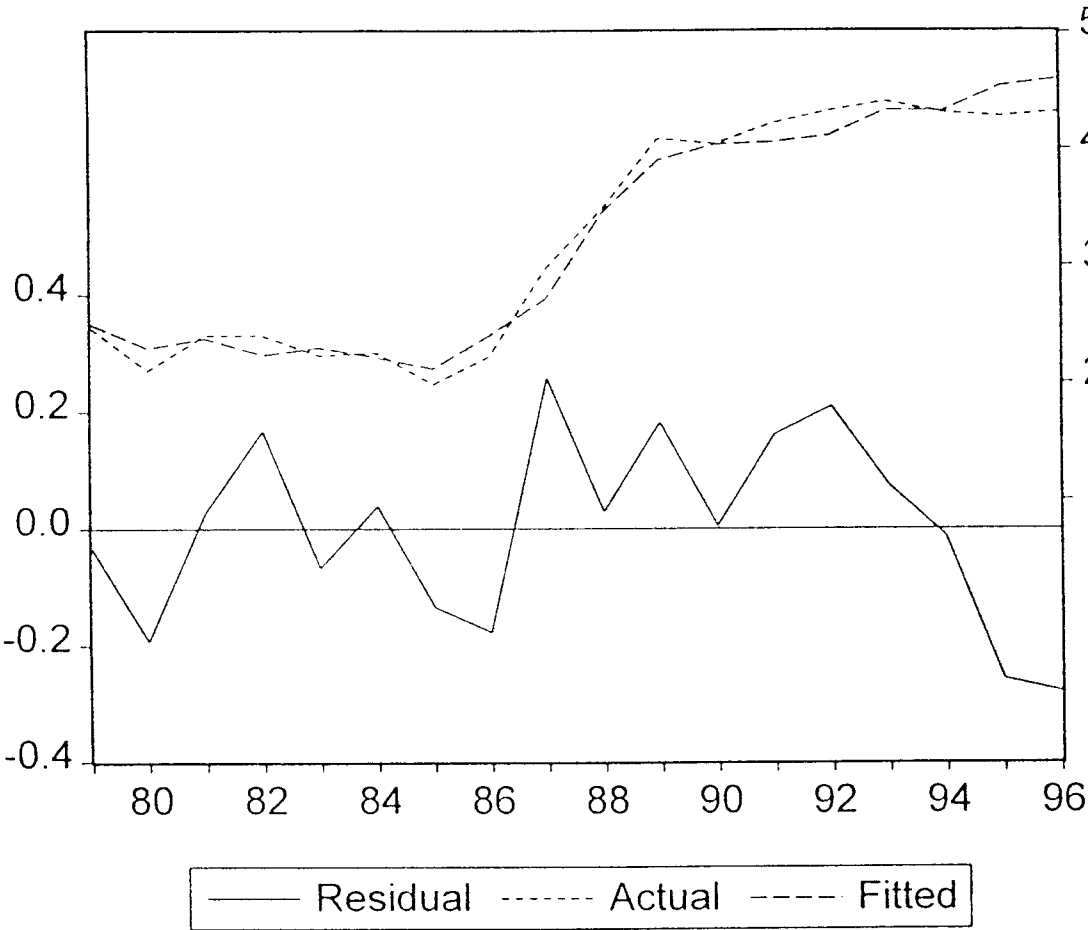
ในกรณีของการส่งออกในกลุ่มสหภาพยุโรป ข้อมูลรายได้เป็นรายได้ของประเทศอังกฤษ และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อปอนด์ โดยมีข้อสมมุติว่าประเทศอังกฤษเป็นตัวแทน (proxy) ของกลุ่มสหภาพยุโรปได้

รูปที่ 4.1-4.3 แสดงแนวโน้มของปริมาณการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป โดยเปรียบเทียบกับผลประมาณการจากสมการที่ (4.5) - (4.7) ซึ่งจะเห็นว่าข้อมูลประมาณการ (estimated values) มีแนวโน้มใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงดีพอสมควร โดยเฉพาะในกรณีของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (รูปที่ 4.3) ที่ผลประมาณการเคลื่อนไปตามการส่งออกที่แท้จริงอย่างใกล้เคียงทั้งในด้านขาขึ้น (uptrend) และขาลง (downtrend)

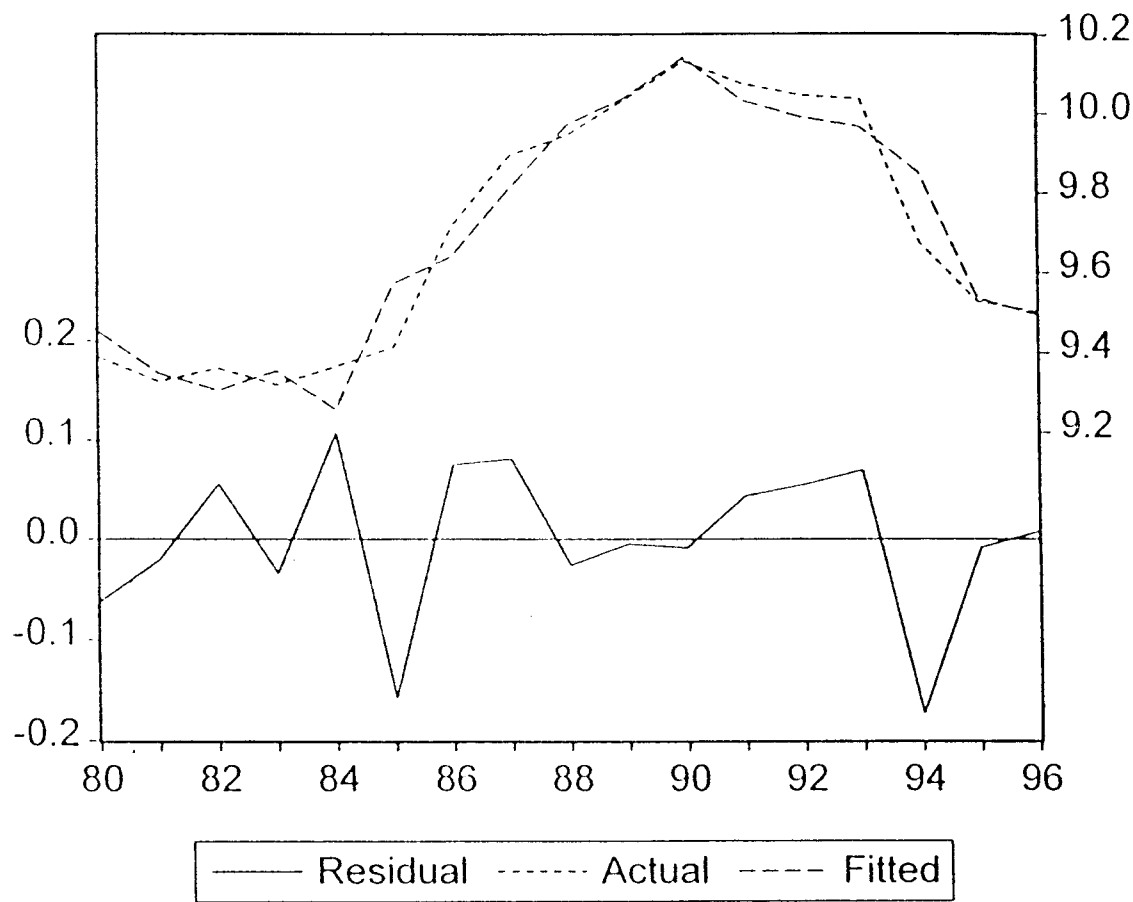
รูปที่ 4.1 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป :
ส่งออกไปที่ประเทศสหรัฐอเมริกา



รูปที่ 4.2 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป :
ส่งออกไปที่ประเทศญี่ปุ่น



รูปที่ 4.3 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของเสื้อผ้าสำเร็จรูป :
ส่งออกไปที่ประเทศสหภาพยุโรป



3.2 รองเท้า (Footwear)

ในกรณีของรองเท้า ไม่มีข้อมูลการส่งออกแยกตามตลาดเพียงพอที่จะนำมาใช้ประมาณการแยกประเทศในลักษณะเดียวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้ นอกจากนี้ ดัชนีราคา (PINDEX) ซึ่งคำนวณจากการใช้มูลค่าและปริมาณการส่งออก เมื่อนำมาประมาณการก็มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์¹³ ดังนั้นจึงตัดออกจากสมการ และผลประมาณการที่เป็นที่ยอมรับได้ในเชิงสถิติของสมการส่งออกรองเท้าคือ

$$\ln Q = -60.7758 + 10.3287 \ln GDP_{us} - 5.8345 \ln RWAGE + 3.3764 \ln ER\$$$

(-3.4267)**

(2.6963)**

(-2.0767)**

(1.2529)*

.....

(4.8)

R² = 0.6569

Adjusted R² = 0.5835

Durbin-Watson = 1.7657

Sample period : 1979-1996

ค่าในวงเล็บ คือ ค่าสถิติ t

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 80%

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 95%

รูปที่ 4.4 แสดงให้เห็นแนวโน้มของปริมาณการส่งออกรองเท้าทั้งหมด ซึ่งในช่วง พ.ศ.2534 - 2539 มีการแกว่งตัวขึ้นลงมากกว่าในช่วงแรก และผลประมาณการไม่สามารถยึดกุมตามการแกว่งตัวดังกล่าวได้ เนื่องจากผลประมาณการที่ดีที่สุดที่ประมาณการได้ตามสมการที่ (4.8) ก็ยังไม่เป็นที่น่าพอใจนักเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของเสื้อผ้าสำเร็จรูป

¹³ ในกรณีที่ตัวแปรราคาอยู่ในสมการ จะได้ผลประมาณการดังนี้

$$\ln Q = -37.4503 + 8.3782 \ln GDP_{us} + 0.7921 \ln PINDEX - 7.8991 \ln RWAGE + 3.2765 \ln ER\$$$

(-1.7291)**

(2.2154)**

(1.6869)**

(-2.7139)**

(1.2931)*

R² = 0.7186

Adjusted R² = 0.6320

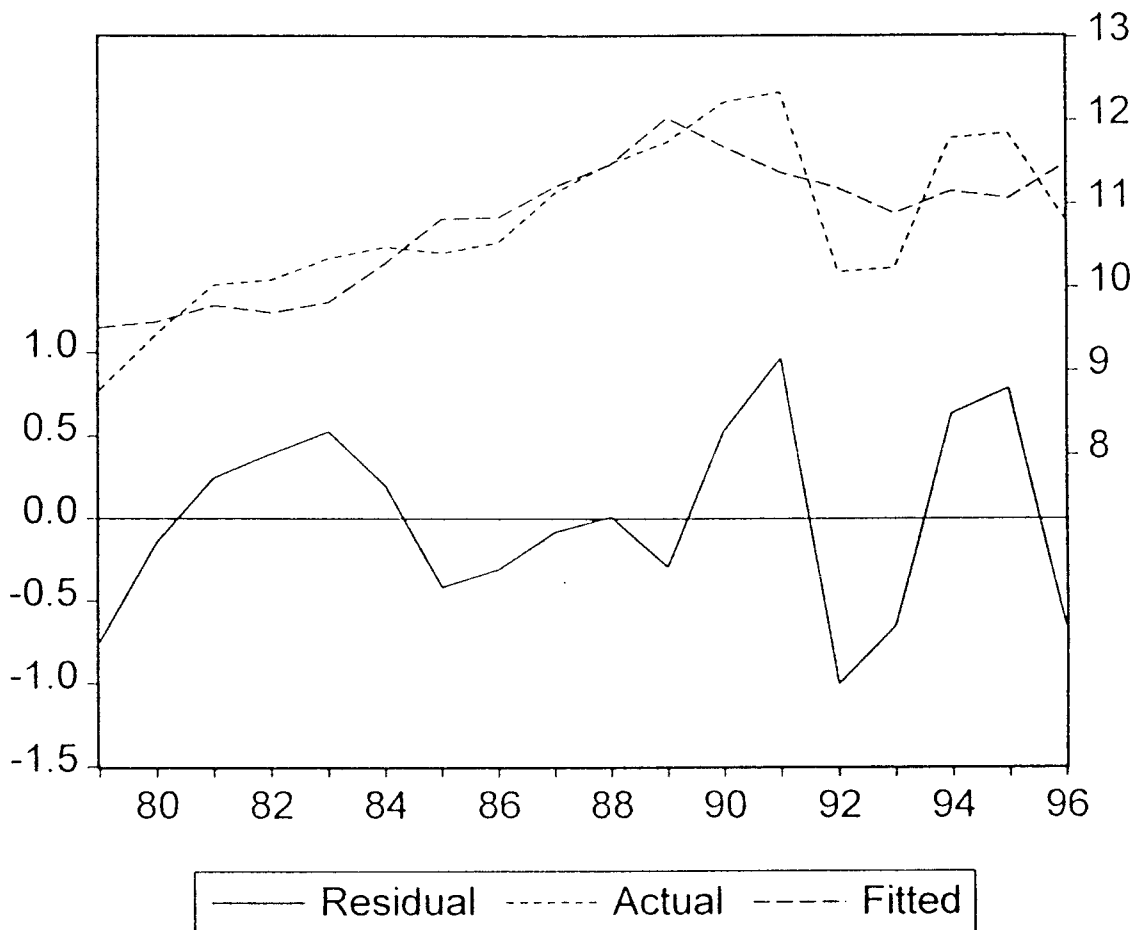
Durbin-Watson = 1.840

Sample period : 1979 - 1996

* ค่าสถิติ t มีนัยสำคัญที่ระดับ 80%

** ค่าสถิติ t มีนัยสำคัญที่ระดับ 90%

รูปที่ 4.4 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของรองเท้า



3.3 ผลิตภัณฑ์พลาสติก (Plastic Products)

ผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ไม่ใช่ข้อมูลแยกตามตลาดเพียงพอที่จะนำมาประมาณการแยกตามประเทศได้ และเราได้เห็นผลประมาณการในตารางที่ 4.2 แล้วว่า สมการที่มีตัวแปรอิสระตามสมการที่ 4.4 นั้น ไม่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ตามการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเมื่อได้ทดลองใส่ตัวแปรของประเทศคู่แข่ง เช่น อัตราแลกเปลี่ยน หรือค่าจ้าง ผลประมาณการก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับได้ และสมการที่ดีที่สุดเท่าที่ประมาณการได้คือ

$$\ln Q = -24.1857 + 3.8714 \ln GDP_{US+J} - 0.2796 \ln PINDEX + 0.1968 \ln Q_{-1}$$

(-2.9612)** (3.0762)** (-1.0499)* (0.8028) (4.9)

$$R^2 = 0.9608$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9517$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.4967$$

$$\text{Sample period} : 1980-1996$$

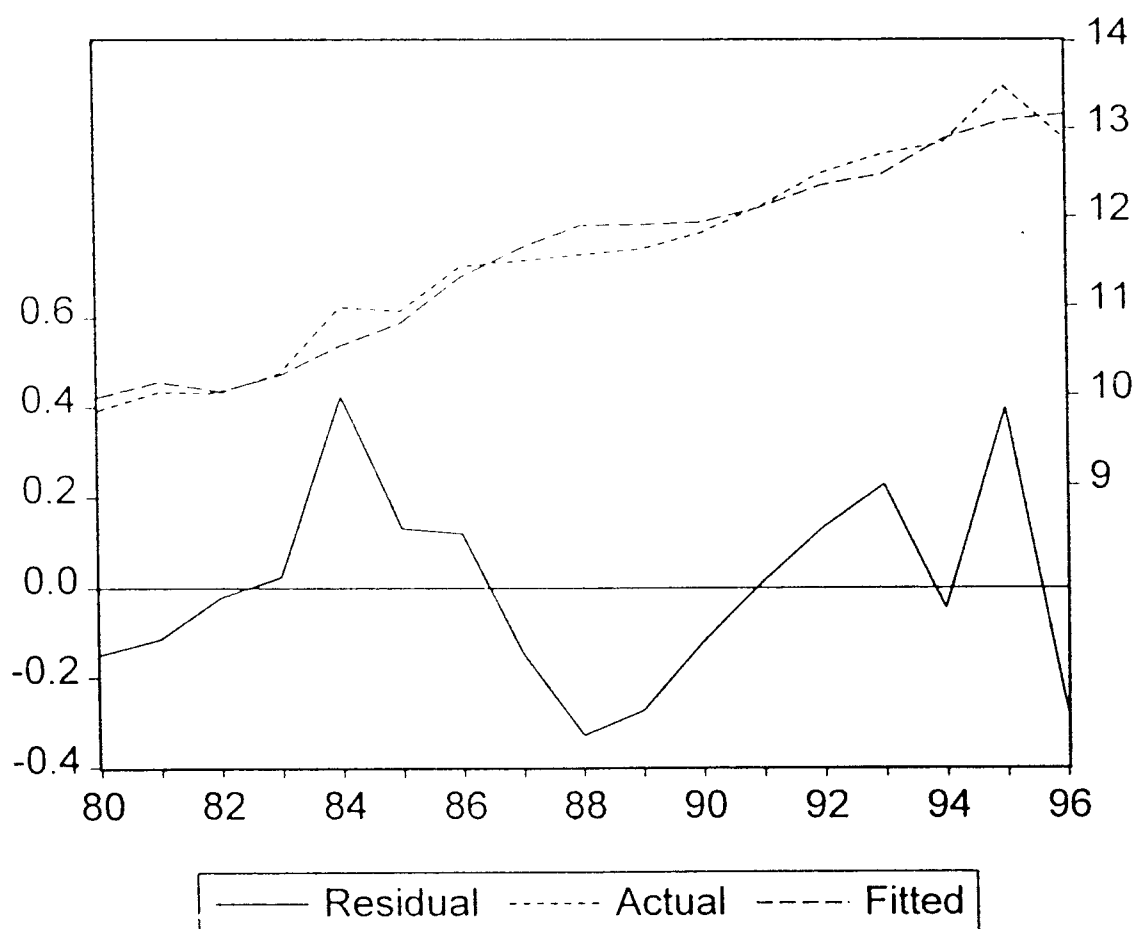
ค่าในวงเล็บ คือ ค่าสถิติ t

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 80%

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 99%

รูปที่ 4.5 แสดงภาพแนวโน้มปริมาณการส่งออกของผลิตภัณฑ์พลาสติกกรรม ซึ่งสมการที่ 4.9 จะให้ผลประมาณการตามแนวโน้มระยะยาว ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ.2538 และ 2539 ที่การส่งออกมีความผันผวน และสมการที่ 4.9 ไม่สามารถให้ผลประมาณการที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

รูปที่ 4.5 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของผลิตภัณฑ์พลาสติก



3.4 กุ้งสดแช่แข็ง (Frozen Shrimp)

ในกรณีของกุ้งสดแช่แข็ง ถึงแม้ว่าจะมีข้อมูลการส่งออกแยกตามตลาดใหญ่ๆ 2-3 แห่ง แต่ผู้วิจัยไม่สามารถหาผลประมาณการแยกตามตลาดที่ดีพอได้ อย่างไรก็ตาม จากการประมาณการการส่งออกรวมโดยตัดดัชนีราคา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกออก (ดูตารางที่ 4.2) และปรับตัวแปรรายได้โดยรวมของประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น และใส่ตัวแปรค่าจ้างแท้จริงซึ่งแสดงถึงต้นทุนการผลิตชนิดหนึ่ง ผลประมาณการที่ได้เป็นดังนี้

$$\ln Q = -1.2909 + 0.6783 \ln GDP_{US+J} + 1.0513 \ln ER\$ - 1.3498 \ln RWAGE + 0.8751 \ln Q_{-1}$$

(-0.4) (1.1445)* (-2.1017)** (2.8385)** (6.0927)** (4.10)

$$R^2 = 0.9868$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9824$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.1314$$

Sample period : 1980-1996

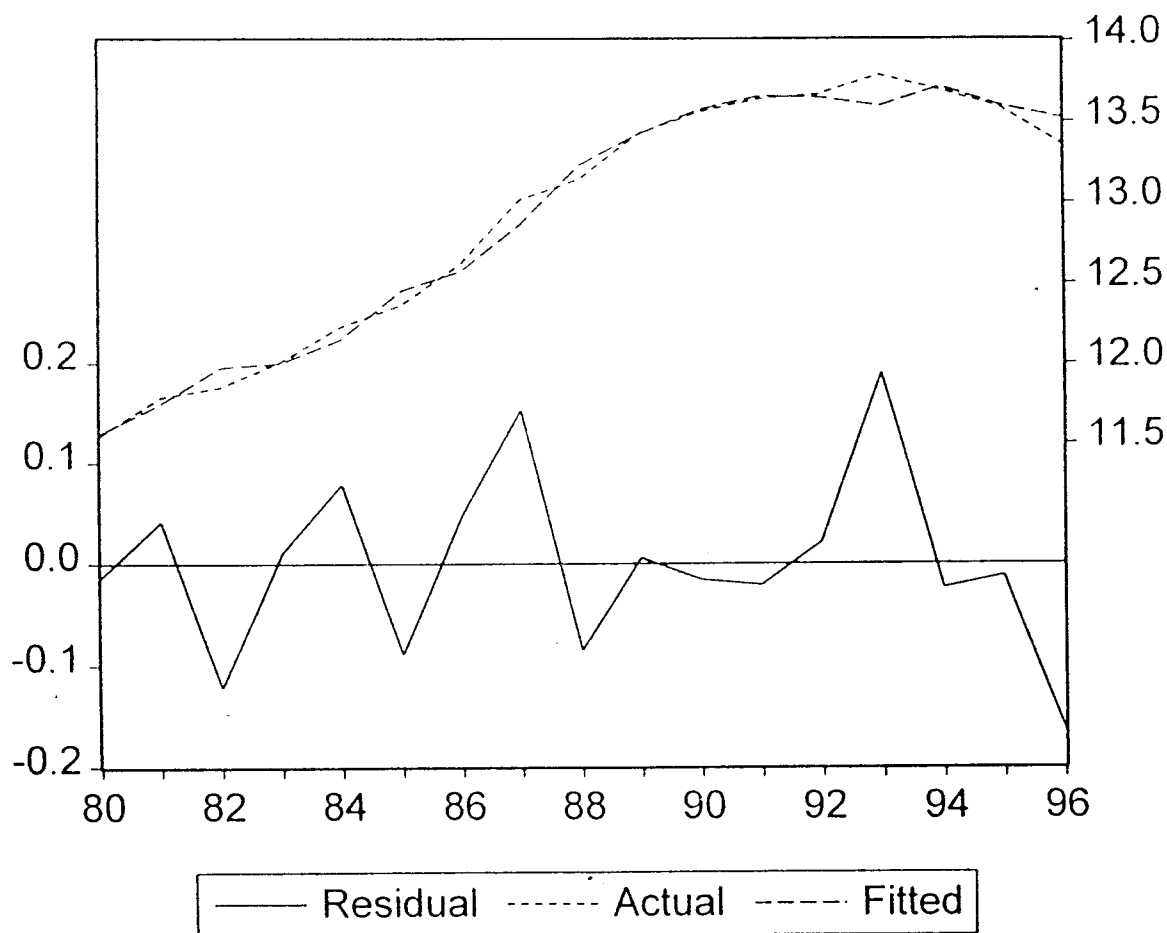
ค่าในวงเล็บ คือ ค่าสถิติ t

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 80%

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 95%

รูปที่ 4.6 แสดงภาพแนวโน้มการส่งออกของกุ้งสดแช่แข็ง โดยเปรียบเทียบกับผลประมาณการตามสมการที่ 4.10 ซึ่งเราจะเห็นได้ว่า ผลประมาณการมีความใกล้เคียงกับการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงค่อนข้างมาก และยังสามารถพยากรณ์การลดลงของปริมาณการส่งออกที่เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ.2537-2539 ได้ด้วย

รูปที่ 4.6 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของกุ้งสดแช่แข็ง



3.5 คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (Computer and Parts)

คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนเป็นสินค้าที่เริ่มมีความสำคัญต่อการส่งออกของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 ดังนั้นข้อมูลรายปีระหว่าง พ.ศ.2532 - 2539 จำนวน 8 ปี จึงไม่เพียงพอต่อการประมาณการ ผู้วิจัยจึงหันมาใช้ข้อมูลรายไตรมาส ซึ่งมีข้อมูลรวม 20 ไตรมาส ตัวแปรอิสระที่นำมาประมาณการจึงเก็บเป็นรายไตรมาสเช่นกัน ส่วนดัชนีราคาเป็นดัชนีที่คำนวณจากมูลค่าต่อหน่วย (Unit Value) ผลประมาณสมการส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนจากข้อมูลรายไตรมาสที่ดีที่สุดเป็นดังนี้¹⁴

$$\begin{aligned} \ln Q = & -18.6760 + 1.0104 \ln GDP_{US+S} - 0.4891 \ln PINDEX + 6.1054 \ln ER\$ - 3.2721 \ln ERM\$ \\ & (-1.7184)^* \quad (1.8945)^{**} \quad (-2.2948)^{**} \quad (1.5398)^* \quad (-1.7431)^* \\ & + 0.3540 \ln Q_{t-1} \\ & (1.8724)^{**} \dots \dots \dots (4.11) \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9486$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9289$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.8237$$

$$\text{Sample period} : 1992.2 - 1996.4$$

ค่าในวงเล็บ คือ ค่าสถิติ t

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 90%

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 95%

ในกรณีของคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน นอกจากรายได้ (สหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์) และดัชนีราคาจะมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ผลประมาณการยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (ER\$) และอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่งคือประเทศมาเลเซีย (ริงกิตต่อดอลลาร์สหรัฐ:ERM\$) ซึ่งเราจะเห็นจากค่าสัมประสิทธิ์ว่า หากค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ จะทำให้การส่งออกของเราเพิ่มขึ้น ในขณะที่หากค่าเงินริงกิตอ่อนลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ จะทำให้การส่งออกของเราลดลง โดยค่าสัมประสิทธิ์ผ่านการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

¹⁴ ในกรณีที่ใส่เฉพาะรายได้ของประเทศสิงคโปร์ โดยไม่รวมของประเทศสหรัฐอเมริกาด้วย ผลประมาณการจากสมการเดียวกันนี้จะให้ค่าความยืดหยุ่นของการส่งออกต่อรายได้ของประเทศคู่ค้าค่อนข้างต่ำ ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Q = & -16.7115 + 0.7871 \ln GDP_S - 0.4924 \ln PINDEX + 6.2265 \ln ER - 3.2127 \ln ERM + 0.3649 \ln Q_{t-1} \\ & (-1.5462) \quad (1.8509) \quad (-2.2975) \quad (1.5674) \quad (-1.6732) \quad (1.9391) \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9481$$

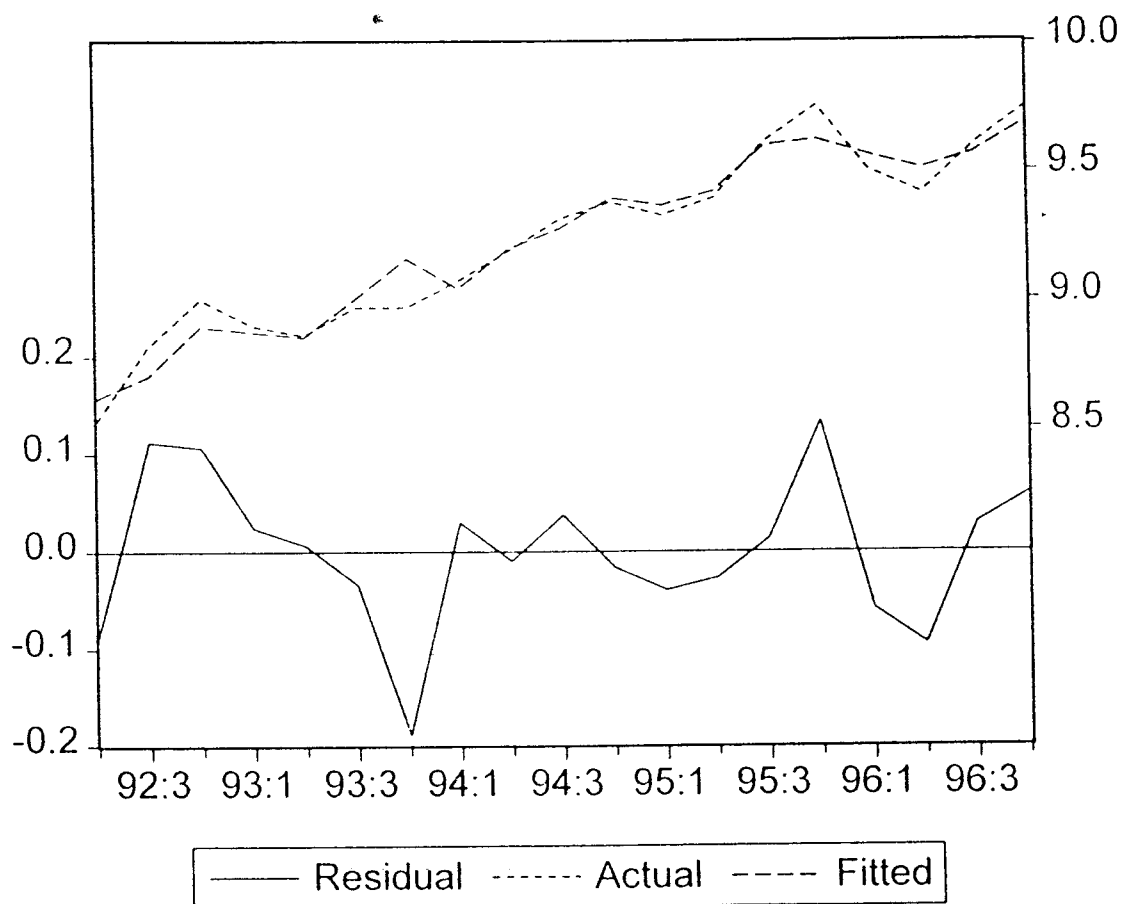
$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9282$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.8090$$

$$\text{Sample Period} : 1992.2 - 1996.4$$

รูปที่ 4.7 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของปริมาณการส่งออกเทียบกับผลประมาณการจากสมการที่ 4.11 ซึ่งเราจะเห็นว่าผลประมาณการมีการเกาะติดกับปริมาณการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงได้ดีพอสมควร โดยเฉพาะในช่วงสี่ไตรมาสของปี พ.ศ.2539 (ค.ศ.1996) ที่ปริมาณการส่งออกค่อนข้างผันผวน

รูปที่ 4.7 แนวโน้มปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกับผลประมาณการของคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน



4. การตอบสนองของปริมาณการส่งออกต่อตัวแปรเศรษฐกิจ

เนื่องจากสมการที่ใช้ในการประมาณการอยู่ในรูปของล็อกลิเนียร์ (log-linear) ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณการได้ จึงเป็นค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการส่งออกต่อตัวแปรนั้นๆ¹⁵ ตารางที่ 4.3 รวบรวมค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการส่งออกต่อตัวแปรต่างๆ ตามผลประมาณการในสมการที่ 4.5-4.11 ในกรณีที่สมการใดมีตัวแปรตามล่าช้า (lagged dependent variable) อยู่ในผลประมาณการ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ แสดงถึงการตอบสนองในระยะสั้น และการตอบสนองในระยะยาวจะได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรตามล่าช้ามาคำนวณด้วย ซึ่งจะเห็นว่าค่าความยืดหยุ่นในระยะยาวจะสูงกว่าค่าความยืดหยุ่นในระยะสั้น เพราะมีระยะเวลาในการปรับตัวมากขึ้น สำหรับค่าความยืดหยุ่นในระยะยาวจะมีเพียงบางสินค้าที่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรตามล่าช้ามีนัยสำคัญทางสถิติเป็นที่ยอมรับได้ ซึ่งได้แก่ สมการที่ 4.5, 4.7, 4.9, 4.10, และ 4.11 ค่าความยืดหยุ่นระยะยาวในกรณีเหล่านี้แสดงอยู่ในตารางที่ 4.3 เช่นกัน

หากเราพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของการส่งออกโดยไม่คำนึงถึงการปรับตัวในระยะยาว จะเห็นได้ว่าสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ของประเทศคู่ค้ามากกว่าหนึ่ง ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก และคอมพิวเตอร์ (ซึ่งมากกว่าหนึ่งเพียงเล็กน้อย) ส่วนการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ค่อนข้างต่ำเนื่องจากเป็นสินค้าประเภทอาหาร ขนาดของความยืดหยุ่นแสดงว่า สินค้า 5 รายการที่อยู่ในการศึกษาเป็นไปตามข้อสังเกตจากการศึกษาของเอนเกล (Engel's law) ที่อธิบายว่าความยืดหยุ่นของความต้องการสินค้าจำเป็นต่อรายได้ จะมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง และความยืดหยุ่นต่อสินค้าฟุ่มเฟือย (luxury goods) จะมากกว่าหนึ่ง

ความยืดหยุ่นของการส่งออกต่อดัชนีราคามีค่าต่ำกว่าหนึ่งในทุกสินค้า ยกเว้นกรณีเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ส่งไปประเทศญี่ปุ่นที่มีค่าเกินหนึ่งเล็กน้อย (-1.1552) และกรณีรองเท้าและกุ้งสดแช่แข็งที่ไม่มีสมการที่ให้นัยสำคัญทางสถิติของดัชนีราคา อย่างไรก็ตามเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อราคาของสินค้าที่ผู้ซื้อจ่ายด้วย ในกรณีของกุ้งและรองเท้า ผู้วิจัยพบว่า หากอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) สูงขึ้น หรือเงินบาทลดค่า ซึ่งมีผลทำให้ราคาสินค้าออกของเราในรูปเงินตราต่างประเทศถูกลง ก็จะทำให้เราส่งออกสินค้าได้เพิ่มขึ้น และผู้วิจัยพบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีของคอมพิวเตอร์ และกรณีของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ส่งไปกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งในกรณีนี้ใช้อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อปอนด์ นอกจากนี้ อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่ง ก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของราคาของสินค้าที่ทดแทนกับสินค้าออกของเราได้ ซึ่งในการศึกษานี้ ผู้วิจัยพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศเกาหลี (วอน/เยน) มี

¹⁵ จากสมการ log-linear ที่มีเพียง 2 ตัวแปร

$$\ln y = a + b \ln x$$

เมื่อหาค่าอนุพันธ์ของสมการเทียบกับ x จะได้

$$\frac{d(\ln y)}{dx} = b \frac{d(\ln x)}{dx}$$

$$\frac{1}{y} \frac{dy}{dx} = b \frac{1}{x}$$

$$\text{ค่าความยืดหยุ่นของ } y \text{ ต่อ } x = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y} = b$$

อิทธิพลต่อการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเมื่อเงินวอนลดค่า จะทำให้การส่งออกของไทยไปญี่ปุ่นลดน้อยลง ในกรณีของคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนก็เช่นกัน ผู้วิจัยพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศมาเลเซีย (ริงกิต/ดอลลาร์สหรัฐ) เมื่ออ่อนตัวลงจะทำให้การส่งออกคอมพิวเตอร์จากไทยลดลง เนื่องจากประเทศมาเลเซียเป็นคู่แข่งที่สำคัญประเทศหนึ่งในสินค้านี้ สำหรับกรณีของสินค้าอื่นๆ ผลประมาณการไม่สามารถพบอิทธิพลของอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่งที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรเศรษฐกิจอีกตัวหนึ่งที่ผู้วิจัยพิจารณาน่าจะมีอิทธิพลต่อการส่งออก ก็คือ อัตราค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลต่อต้นทุนการผลิต และความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตามหากมีตัวแปรนี้อยู่ในสมการการส่งออก แสดงว่า สมการดังกล่าวมิใช่สมการที่แสดงถึงอุปสงค์ต่อการส่งออก (Export Demand) หากแต่เป็นสมการผลผลิตที่มีทั้งปัจจัยทางด้านอุปสงค์และอุปทานเป็นตัวกำหนด ผู้วิจัยพบนัยสำคัญทางสถิติของค่าจ้างต่อการส่งออกในสมการส่งออกของรองเท้าและถุงเท้า แต่ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติในกรณีสินค้าอื่นๆ

ตารางที่ 4.3 การตอบสนองต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจของสินค้าส่งออก 5 รายการของประเทศไทย

สินค้า	ความยืดหยุ่นของการส่งออกต่อ									
	รายได้		ดัชนีราคา		อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/\$) ^ก		อัตราแลกเปลี่ยนของ คู่แข่ง		ค่าจ้างแท้จริง	
	ระยะสั้น	ระยะยาว	ระยะสั้น	ระยะยาว	ระยะสั้น	ระยะยาว	ระยะสั้น	ระยะยาว	ระยะสั้น	ระยะยาว
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป										
- ตลาดสหรัฐอเมริกา	2.9263	6.2315	-0.4270	-0.9093	ข		ข		ข	
- ตลาดญี่ปุ่น	3.5594		-1.1552		ข		-2.8682 (เกาหลี)		ข	
- ตลาดสหภาพยุโรป	1.5449	6.0632	-0.7663	-3.0075	2.0915	8.2084	ข		ข	
2. รองเท้า	10.3287		ข		3.3764		ข		-5.8345	
	(สหรัฐ อเมริกา)									
3. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	3.8714	4.8199	-0.2796	-0.3481	ข		ข		ข	
	(สหรัฐ อเมริกา และญี่ปุ่น)									
4. ถุงเท้า	0.6783	5.4307	ข		1.0513	8.4171	ข		-1.3498	-10.8070
	(สหรัฐ อเมริกา และญี่ปุ่น)									
5. คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	1.0104	1.5655	-0.4891	-0.7578	6.1054	9.4598	-3.2721 (มาเลเซีย)	-5.0699	ข	
	(สหรัฐ อเมริกา และ สิงคโปร์)									

หมายเหตุ: ก. ยกเว้นกรณีตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปซึ่งใช้อัตราแลกเปลี่ยนบาท/เยนและบาท/ปอนด์ ตามลำดับ

ข. ค่าสัมประสิทธิ์จากการประมาณการไม่เป็นที่ยอมรับได้ในเชิงเศรษฐมิติ

ที่มา: ผลประมาณการใน 4.5 – 4.11

บทที่ 5

ปัจจัยและมาตรการภายในประเทศที่มีผล ต่อการขยายตัวของการส่งออกไทย

ในบทที่ผ่านมาเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการส่งออกที่ลดลงในปี 2539 และทดสอบทางเศรษฐกิจเพื่อพิจารณาผลกระทบของตัวแปรเชิงปริมาณต่อการส่งออก ในบทนี้จะวิเคราะห์เน้นที่ปัจจัยภายในประเทศและมาตรการของรัฐบาล ซึ่งมีหลายส่วนเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพไม่สามารถที่จะวิเคราะห์ในทางสถิติได้ชัดเจน ทั้งนี้สภาพแวดล้อมโลกเป็นสิ่งที่ทุกประเทศต้องเผชิญ แต่การที่การส่งออกไทยถูกผลกระทบมากกว่าประเทศอื่นในเอเชียด้วยกัน แสดงว่ามีปัจจัยบางอย่างในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ซึ่งในบทนี้จะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่จะมีผลต่อต้นทุนการส่งออก

1. ปัจจัยด้านต้นทุน

ปริมาณการส่งออกสินค้าขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้านั้นๆ ซึ่งในส่วนนี้จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงต้นทุนที่สำคัญคือ ค่าจ้าง อัตราดอกเบี้ย และโครงสร้างพื้นฐาน โดยพยายามเปรียบเทียบกับประเทศอื่นเพื่อให้เห็นความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย

1.1 ต้นทุนปัจจัยการผลิต

อัตราค่าจ้าง

การส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นมีการขยายตัวลดลงและเชื่อว่าเป็นผลมาจากการแข่งขันด้านอัตราค่าจ้างแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในด้านการผลิต ในอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยประสบความสำเร็จในการขยายตัวของอุตสาหกรรม ส่วนหนึ่งมาจากค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ แต่ในปัจจุบันมีหลายประเทศที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทย จากตารางที่ 5.1 ซึ่งแสดงอัตราค่าจ้างรายปีในภาคอุตสาหกรรมของประเทศต่างๆ ในแถบเอเชีย เห็นได้ว่าประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานสูงที่สุด โดยค่าจ้างในปี 2537 สูงถึง 17,794 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี รองลงมาคือ กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่มีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงมากเป็นอันดับที่ 2-4 ส่วนประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 5 มีค่าจ้างแรงงาน 4,917 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี ประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทย คือ ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียและจีน โดยเฉพาะจีนที่มีค่าจ้างแรงงานต่อปีเพียง 340 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2537

ตารางที่ 5.1 ค่าจ้างรายปีในภาคอุตสาหกรรม (ดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศ	2528	2533	2537	อัตราการขยายตัว 2528-2533 (%)	อัตราการขยายตัว 2533-2537 (%)
สิงคโปร์	7,290	10,839	17,794	8.3	13.2
ฮ่องกง	4,808	9,161	15,160	13.8	13.4
ไต้หวัน	3,832	9,826	14,469	20.7	10.2
เกาหลี	3,476	9,353	14,295	21.9	11.2
ตุรกี	3,717	9,029	10,227	19.4	3.2
แอฟริกาใต้	4,466	7,708	9,348	11.5	4.9
ไทย	2,392	3,522	4,917	8.0	8.7
มาเลเซีย	3,375	3,240	4,555	-0.8	8.9
มอริเชียส	1,063	1,904	3,866	12.4	19.4
ฟิลิปปินส์	1,257	1,802	2,857	7.5	12.2
ปากีสถาน	1,323	1,754	2,139	5.8	5.1
อียิปต์	2,058	1,756	1,751	-3.1	-0.1
อินเดีย	1,298	1,592	1,269	4.2	-5.5
บังกลาเทศ	557	859	1,016	9.1	4.3
อินโดนีเซีย	921	674	1,001	-6.1	10.4
ศรีลังกา	529	606	837	2.8	8.4
จีน	286	317	340	2.1	1.8

หมายเหตุ: ค่าจ้างนี้รวมเงินพิเศษต่างๆ ด้วย เช่น โบนัส ฯลฯ

ที่มา: UNIDO, Industrial Development Global Report 1996

ส่วนอัตราการเพิ่มของค่าจ้างแรงงานในประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มไม่สูงมากนัก โดยในระหว่างปี 2533-37 ค่าจ้างแรงงานไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7 เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเพิ่มค่าจ้างแรงงานของประเทศสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีอัตราการเพิ่มของค่าจ้างแรงงานในระดับที่ใกล้เคียงกับไทยคือ ร้อยละ 8.9 ส่วนประเทศจีนนั้น มีอัตราการเพิ่มของค่าจ้างแรงงานอยู่ในระดับที่ต่ำมาก คือ ร้อยละ 1.8

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานและอัตราการเพิ่มของค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาด้วยกัน แม้ว่าจะต่ำกว่าประเทศอุตสาหกรรมใหม่และประเทศอุตสาหกรรม จึงทำให้เสียเปรียบด้านต้นทุนการผลิตกับประเทศอย่างจีน หรือเวียดนาม ที่มีค่าจ้างแรงงานและอัตราการเพิ่มที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก

อัตราดอกเบี้ย

อัตราดอกเบี้ยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งนอกเหนือไปจากอัตราค่าจ้างแรงงานที่มีผลต่อภาคการผลิต อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงไม่เอื้อต่อการขยายการลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรม และการลงทุนส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะเน้นการหาประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานที่ถูกมากกว่าที่จะลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีระดับสูง

เนื่องจากการใช้มาตรการทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยของไทยจึงอยู่ในระดับสูงเกินกว่าร้อยละ 10 มาโดยตลอดเพื่อควบคุมเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจและเพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างความต้องการสินเชื่อและปริมาณสินเชื่อ รวมทั้งการเคลื่อนย้ายทุน เนื่องจากประเทศไทยมีการออมของภาคเอกชนต่ำ ในระยะหลัง มาตรการทางดอกเบี้ยยังใช้ในการป้องกันการโจมตีค่าเงินบาท ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของประเทศไทย ในปี 2539 อยู่ที่ระดับร้อยละ 15.98 ต่อปี เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ พบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของไทยสูงกว่าประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลี ฮองกงและจีน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ต้นทุนทางการเงินของไทยสูงกว่าประเทศเหล่านี้ ขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในระดับที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย คือ ร้อยละ 14.84 ส่วนอินโดนีเซียนั้นมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงมาก คือ ร้อยละ 19.22 (ตารางที่ 5.2)

ส่วนปี 2540 นั้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของไทยอยู่ที่ระดับร้อยละ 17.21 ต่อปี ซึ่งสูงขึ้นกว่าปีที่แล้ว จะเห็นได้ว่าทุกประเทศมีอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นเช่นกัน แต่ประเทศไทยก็ยังคงมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ ยกเว้นอินโดนีเซียอยู่นั่นเอง ช่วงต้นปี 2541 (มกราคมถึงพฤษภาคม) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของไทยสูงขึ้นเป็นร้อยละ 19.45 ต่อปี

ตารางที่ 5.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

หน่วย : % ต่อปี

ประเทศ	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540
จีน	9.36	8.64	8.64	10.98	10.98	12.06	10.08	8.64
ฮ่องกง	...	...	6.50	6.50	8.50	8.75	8.50	9.50
เกาหลี	10.00	10.00	10.00	8.58	8.50	9.00	8.84	11.88
อินโดนีเซีย	20.61	...	24.03	20.59	17.76	18.85	19.22	21.82
มาเลเซีย	7.17	8.13	9.31	9.05	7.62	7.60	9.01	...
ฟิลิปปินส์	24.12	23.07	19.48	14.68	15.06	14.68	14.84	16.28
สิงคโปร์	7.36	7.58	5.95	5.39	5.88	6.37	6.26	...
ไทย	16.54	19.00	17.54	15.60	14.38	15.65	15.98	17.21

ที่มา: International financial statistics. April, 1998

1.2 ต้นทุนโครงสร้างพื้นฐาน

ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจทางกายภาพ เช่น การที่การขนส่ง การโทรคมนาคม และการพลังงาน ทำให้ต้นทุนการประกอบการสูง อาจก่อให้เกิดการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งเกิดปัญหา "คอขวด" ในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นการสร้างและพัฒนาระบบของโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวจึงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศและเป็นสิ่งที่รัฐบาลต้องให้ความสนใจสูง เพราะมีบทบาทนำในการจัดหาโครงสร้างพื้นฐาน

ความพร้อมและความทั่วถึง

เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศต่างๆ การศึกษาใช้การจัดลำดับใน The World Competitiveness Yearbook (1998) ซึ่งใช้วิธีการเปรียบเทียบสถิติด้านโครงสร้างพื้นฐานและการสัมภาษณ์นักธุรกิจ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบดัชนีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานต่อการแข่งขัน¹⁶ของประเทศในกลุ่มอาเซียน กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ จีนและเม็กซิโก (ตารางที่ 5.3) พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีดัชนีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานต่อการแข่งขันอยู่ในอันดับที่ดีที่สุด คือ อันดับที่ 15 อันดับต่อมาคือ ฮองกง (อันดับที่ 19) มาเลเซีย (อันดับที่ 24) ไต้หวัน (อันดับที่ 26) ซึ่งติดอยู่ใน 30 อันดับแรก ส่วนเกาหลีใต้ เม็กซิโกและอินโดนีเซียติดอันดับที่ 31, 33 และ 38 ตามลำดับ ในขณะที่จีน ไทยและฟิลิปปินส์ติดอันดับที่ท้ายๆ ของกลุ่มประเทศเหล่านี้ คือ อันดับที่ 40, 41 และ 44 ตามลำดับ สำหรับการพัฒนาและการดูแลรักษาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ประเทศสิงคโปร์และฮองกงก็ยังคงอยู่ในอันดับที่ดีที่สุดของกลุ่มประเทศเหล่านี้ โดยอยู่ในอันดับที่ 1 และ 3 ตามลำดับ ตามมาด้วยมาเลเซีย (อันดับที่ 10) ไต้หวัน (อันดับที่ 25) จีน (อันดับที่ 26) อินโดนีเซีย (อันดับที่ 28) ส่วนประเทศไทยและฟิลิปปินส์อยู่ในอันดับที่ 33 และ 34 ตามลำดับ ในขณะที่เม็กซิโก (อันดับที่ 36) และเกาหลีใต้ (อันดับที่ 37) อยู่ในอันดับท้ายของกลุ่มประเทศเหล่านี้

ส่วนความทั่วถึงของโครงสร้างพื้นฐานนั้น 4 อันดับแรกของประเทศในกลุ่มนี้ยังคงเป็นสิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซียและไต้หวันเช่นเดียวกับการพัฒนาและการดูแลรักษา ตามมาด้วยประเทศจีน อินโดนีเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ เม็กซิโก และเกาหลีใต้เป็นอันดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานแยกเป็นด้านต่างๆ พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีอันดับที่ดีที่สุดในความเพียงพอของถนน รองลงมาคือ ฮองกง เกาหลีใต้ โดยที่ประเทศจีน เม็กซิโกและไทยอยู่ในอันดับท้ายสุด ส่วนความเพียงพอของการขนส่งทางน้ำนั้น ประเทศสิงคโปร์ยังคงอยู่ในอันดับที่ดีที่สุด รองลงมาคือ ฮองกง ในขณะที่ประเทศไทย เกาหลีใต้ เม็กซิโก ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียอยู่ในกลุ่มท้ายๆ ส่วนการลงทุนด้านการสื่อสารในช่วงปี 2537-2539 ประเทศมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ดีที่สุดในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ตามมาด้วยจีน เม็กซิโก เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และฮองกง ส่วนประเทศอินโดนีเซียและไทยคงอยู่ในอันดับท้ายๆ ของกลุ่มนี้อีกเช่นเดิม (อันดับที่ 42 และ 44 ตามลำดับ)

ต้นทุนการสื่อสาร

ในด้านของโทรคมนาคม ต้นทุนทางด้านการสื่อสารในปี 2540 ของประเทศแถบเอเชีย (ตารางที่ 5.4) โดยเปรียบเทียบพิจารณาแยกเป็นโทรศัพท์ที่สำนักงาน (Business fixed-wire) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในธุรกิจ (Business cellular) พบว่า ต้นทุนโทรศัพท์ที่สำนักงานของประเทศไทยเท่ากับ 565 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี¹⁷ ในปี 2540 ประเทศในแถบอาเซียนที่มีต้นทุนโทรศัพท์ที่สำนักงานสูงกว่าประเทศไทยมีเพียง มาเลเซียและอินโดนีเซียเท่านั้น ขณะที่ต้นทุนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในธุรกิจของประเทศไทยเท่ากับ 2,302 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี มีเพียงอินโดนีเซียเท่านั้นที่มีต้นทุนการสื่อสารด้านนี้สูงกว่าประเทศไทย คือ 2,315 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี นอกนั้น ทุกประเทศในอาเซียนมีต้นทุนการสื่อสารด้านนี้ถูกกว่าประเทศไทยทั้งสิ้น

¹⁶ ซึ่งประกอบด้วย การดูแลพัฒนาและความทั่วถึงของโครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมการขนส่ง การติดต่อสื่อสาร ด้านพลังงาน ด้านสารสนเทศ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและค่าไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรม

¹⁷ การเปรียบเทียบแต่ละประเทศทำได้โดยคิดจากค่าโทรศัพท์ ค่าติดตั้ง ค่าประกันหรือเงินเรียกเก็บอื่นๆ ค่าบริการรายเดือนหรือรายปี ค่าใช้โทรศัพท์ท้องถิ่นและทางไกล (กำหนดจำนวนการใช้ให้เหมือนกันทุกประเทศ)

ตารางที่ 5.3 อันดับของประเทศต่าง ๆ ในดัชนีทางโครงสร้างพื้นฐาน ปี 2541

ประเทศ	ดัชนีความพร้อม ของโครงสร้างพื้นฐาน ต่อการแข่งขัน	การพัฒนา และ การรักษา	ความทั่วถึง ของโครงสร้าง พื้นฐาน	ความหนาแน่นของถนน		ความเพียงพอ ของการขนส่ง ทางน้ำ	การลงทุนด้านการสื่อสาร		จำนวนสายโทรศัพท์ ปี 2540	
				ปี 2539			ปี 2537-2539		อันดับที่	จำนวนสายหลัก ต่อ 1,000 ครัวเรือน
				อันดับที่	กม.ต่อตารางกม.		อันดับที่	% เฉลี่ยต่อ GDP		
ไทย	41	33	36	38	0.13	34	44	0.1222	42	85.5
ฟิลิปปินส์	44	34	44	22	0.68	41	11	1.0412	44	42.7
อินโดนีเซีย	38	28	39	35	0.19	43	42	0.3132	45	24.7
มาเลเซีย	24	10	18	30	0.29	23	3	1.9031	32	192.5
สิงคโปร์	15	1	2	1	4.71	2	25	0.5265	15	529.0
จีน	40	26	33	36	0.16	30	4	1.8614	43	55.5
เม็กซิโก	33	36	37	37	0.14	36	6	1.4603	41	94.2
ไต้หวัน	26	25	22	26	0.53	24	8	1.2810	18	505.3
ฮ่องกง	19	3	8	11	1.61	8	33	0.4509	10	569.2
เกาหลีใต้	31	37	46	19	0.76	35	7	1.4213	25	451.0

ที่มา: The World Competitiveness Yearbook 1998

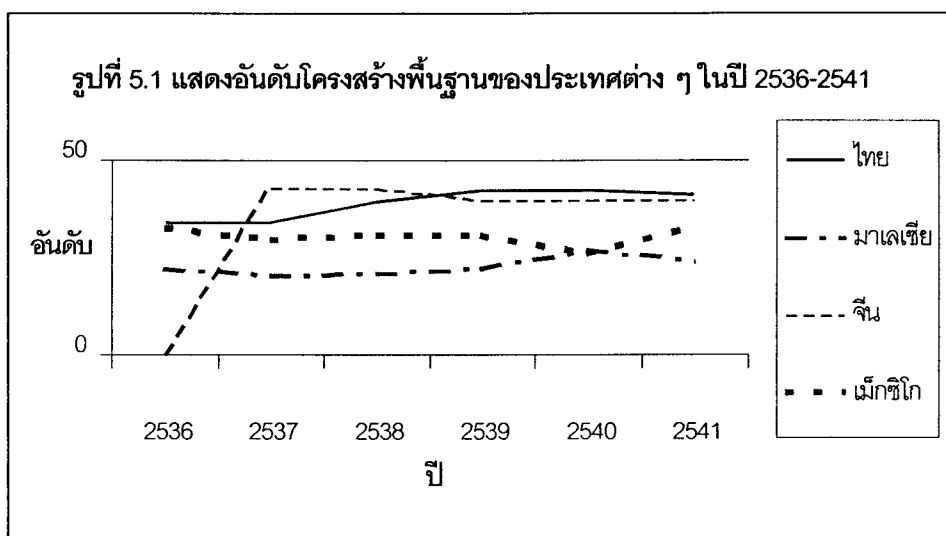
ตารางที่ 5.4 ดัชนีการสื่อสารรายปีของประเทศแถบเอเชีย อังกฤษและสหรัฐอเมริกา ในปี 2540

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	โทรศัพท์	โทรศัพท์	โทรศัพท์เคลื่อนที่	โทรศัพท์เคลื่อนที่
	ธุรกิจ	ส่วนบุคคล	ส่วนธุรกิจ	ส่วนบุคคล
ไทย	565	427	2,302	1,612
อินโดนีเซีย	881	553	2,315	1,229
มาเลเซีย	635	295	2,114	1,397
ฟิลิปปินส์	462	233	2,214	1,419
สิงคโปร์	357	206	1,512	1,001
เวียดนาม	234	167	2,197	1,271
จีน	639	470	1,539	1,250
ฮ่องกง	230	172	2,337	1,407
อินเดีย	1,113	1,019	2,459	2,416
ญี่ปุ่น	1,447	1,054	3,718	1,971
เกาหลีใต้	314	314	2,287	1,498
ไต้หวัน	449	215	2,499	1,285
เฉลี่ยประเทศแถบเอเชีย	644	413	2,519	1,552
ออสเตรเลีย	397	299	2,623	1,427
นิวซีแลนด์	1,291	363	4,155	2,542
อังกฤษ	1,691	877	2,394	1,029
สหรัฐอเมริกา	1,218	303	3,293	1,457

ที่มา: Asian Wall Street Journal research

ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า ประเทศไทยยังมีโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ เห็นได้จากการจัดอันดับที่โดยส่วนมาก ประเทศไทยมักจะอยู่ในอันดับท้ายๆ ของกลุ่มเสมอ และยังมีต้นทุนด้านการสื่อสารที่แพงกว่าประเทศอื่นๆ อีกด้วย และอันดับความพร้อมของโครงสร้างอื่นๆ มีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2536 และ 2537 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 34 ปี 2538 อยู่อันดับที่ 39 ปี 2539 และ 2540 อยู่ในอันดับที่ 42 ส่วนปี 2541 อยู่ในอันดับที่ดีขึ้น คือ 41 ในขณะที่ประเทศจีนและเม็กซิโกอันดับมีแนวโน้มดีขึ้น (รูปที่ 5.1)



2. ทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการส่งเสริมในเรื่องการศึกษา และการอบรม (education and training) เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ผลของการส่งเสริมในเรื่องดังกล่าวจะแสดงออกมาในรูปของความได้เปรียบในเรื่องของความชำนาญและมีทักษะฝีมือ ความมีวินัย และความสามารถในการแก้ไขปัญหาและเรียนรู้ รวมไปถึงสุขภาพที่ดีของกำลังแรงงานของประเทศ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ

การศึกษา

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทยเทียบกับประเทศอาเซียน จีน และประเทศอุตสาหกรรมใหม่และเม็กซิโกพบว่า ในปี 2538 ประเทศส่วนใหญ่มีผู้อ่านออกเขียนได้อยู่ในอัตราที่สูง ยกเว้นประเทศเม็กซิโก อินโดนีเซีย มาเลเซียและจีน แสดงว่า ประเทศส่วนใหญ่มีความสำเร็จในการศึกษาขั้นพื้นฐาน แต่เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนการศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษา (ปี 2536) พบว่า ฮองกงและเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีสัดส่วนการศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาสูงที่สุด คือ มากกว่าร้อยละ 90 ของประชากรทั้งหมด รองลงมาคือ สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ที่มีสัดส่วนนี้ประมาณร้อยละ 70 ส่วนประเทศมาเลเซีย เม็กซิโกและจีน มีสัดส่วนนี้ประมาณร้อยละ 55 ในขณะที่ประเทศไทยมีสัดส่วนการศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาต่ำสุดคือ ร้อยละ 37.5 ของประชากรทั้งหมด (ตารางที่ 5.5)

ส่วนสัดส่วนการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (ในปี 2536) นั้น ประเทศที่มีสัดส่วนนี้สูงสุดคือ ประเทศเกาหลีใต้ (ร้อยละ 48.2) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 38.4) รองลงมาคือ ประเทศฟิลิปปินส์และฮองกง ตามมาด้วยประเทศไทย (ร้อยละ 18.7) เม็กซิโก (ร้อยละ 13.8) อินโดนีเซียและมาเลเซีย ส่วนประเทศที่มีสัดส่วนนี้น้อยที่สุด คือ ประเทศจีน (ร้อยละ 3.8)

ตารางที่ 5.5 อันดับของประเทศต่าง ๆ ในดัชนีทางทรัพยากรมนุษย์

ประเทศ	จำนวนประชากร ปี 2540		อัตราการอ่านออก เขียนได้ ปี 2538	สัดส่วนการศึกษาต่อ ระดับมัธยมศึกษา ปี 2536		สัดส่วนการศึกษาต่อ ระดับอุดมศึกษา ปี 2536		การฝึกอบรม ในบริษัท ปี 2541	แรงงาน มีทักษะ ปี 2540	การจ้างงาน ปี 2540		คุณภาพของระบบการศึกษา ต่อความสามารถใน การแข่งขัน ปี 2541	
	อันดับที่	ล้านคน		ร้อยละ	อันดับที่	ร้อยละ	อันดับที่			ร้อยละ	อันดับที่		ร้อยละต่อ ประชากรทั้งหมด
ไทย	12	60.6	93.8	43	37.5	33	18.7	41	35	4	53.72	42	
ฟิลิปปินส์	10	71.7	94.6	29	74	28	26.2	22	1	31	38.88	15	
อินโดนีเซีย	4	200.1	83.8	41	43.5	41	10.2	37	44	23	43.53	40	
มาเลเซีย	25	21.3	83.5	37	58.5	42	7.3	17	39	30	38.96	12	
สิงคโปร์	44	3.1	91.1	31	70	16	38.4	6	21	1	59.26	2	
จีน	1	1238.6	81.5	39	55.5	44	3.8	29	22	2	56.19	27	
เม็กซิโก	8	98.2	89.6	38	57.5	39	13.8	36	36	44	30.87	35	
ไต้หวัน	24	21.6	94.0	-	-	-	-	12	15	26	42.48	8	
ฮ่องกง	37	6.4	92.2	14	100	32	20.7	28	18	12	47.57	19	
เกาหลีใต้	16	46.2	98.0	19	92.5	7	48.2	9	30	19	45.52	34	

ที่มา: The World Competitiveness Yearbook 1998

ส่วนการประเมินคุณภาพของระบบการศึกษาต่อความสามารถในการแข่งขันในปี 2541 พบว่า ประเทศสิงคโปร์อยู่ในอันดับแรกของกลุ่มประเทศที่พิจารณา (อยู่ในอันดับที่ 2) ตามมาด้วย ไต้หวัน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ฮองกง จีน เกาหลีใต้ เม็กซิโกและอินโดนีเซีย ขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับสุดท้ายของกลุ่มประเทศที่พิจารณา คือ อยู่ในอันดับที่ 42

การฝึกอบรมและทักษะแรงงาน

สำหรับการฝึกอบรมในบริษัทในปี 2541 ประเทศที่อยู่ในอันดับดีที่สุดในกลุ่มประเทศที่พิจารณาคือ สิงคโปร์ คือ อยู่ในอันดับที่ 6 ตามมาด้วยประเทศเกาหลีใต้ (อันดับที่ 9) ไต้หวัน (อันดับที่ 12) และมาเลเซีย (อันดับที่ 17) ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ ฮองกงและจีนอยู่ในอันดับที่ 22, 28 และ 29 ตามลำดับ เม็กซิโกและอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 36 และ 37 ขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับสุดท้ายของกลุ่มประเทศที่พิจารณานี้ คือ อยู่ในอันดับที่ 41

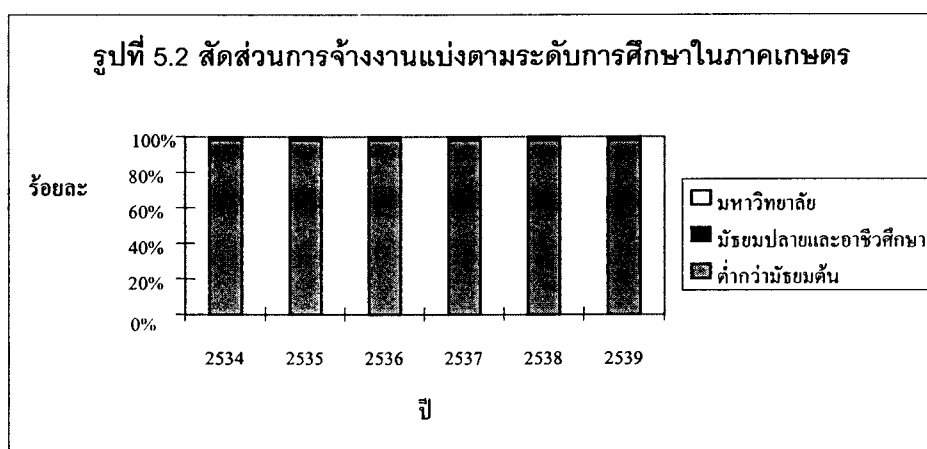
เมื่อพิจารณาถึงประเทศที่ได้รับการประเมินจากผู้ประกอบการว่า แรงงานมีทักษะอยู่ในอันดับที่ดีที่สุด คือ ประเทศฟิลิปปินส์ อยู่ในอันดับที่ 1 ตามมาด้วยประเทศไต้หวันและฮองกง ในอันดับที่ 15 และ 18 สิงคโปร์และจีนอยู่ในอันดับที่ 21 และ 22 ส่วนเกาหลีใต้ ไทย เม็กซิโกและมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 30, 35, 36 และ 39 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 44 ซึ่งอยู่ในอันดับสุดท้ายของกลุ่มประเทศที่พิจารณา

การจ้างงาน

การจ้างงานของประเทศต่างๆ ที่พิจารณาในปี 2540 นั้นพบว่า ประเทศสิงคโปร์มีอันดับอัตราการจ้างงานต่อจำนวนประชากรที่สูงที่สุดคือ อยู่ในอันดับที่ 1 มีการจ้างงานร้อยละ 59.26 ของประชากรทั้งหมด รองลงมาคือ ประเทศจีนและประเทศไทย (อันดับ 2 และ 4) มีการจ้างงานร้อยละ 56.19 และ 53.72 ของประชากรทั้งหมดตามลำดับ ฮองกงและเกาหลีใต้อยู่ในอันดับที่ 12 และ 19 มีการจ้างงานร้อยละ 47.57 และ 45.52 ของประชากรทั้งหมดตามลำดับ ตามด้วยอินโดนีเซีย ไต้หวัน มาเลเซียและฟิลิปปินส์ อยู่ในอันดับที่ 23, 26, 30 และ 31 ขณะที่ประเทศเม็กซิโกมีอัตราการจ้างงานต่ำที่สุดคือ ร้อยละ 30.87 ของประชากรทั้งหมด อยู่ในอันดับที่ 44

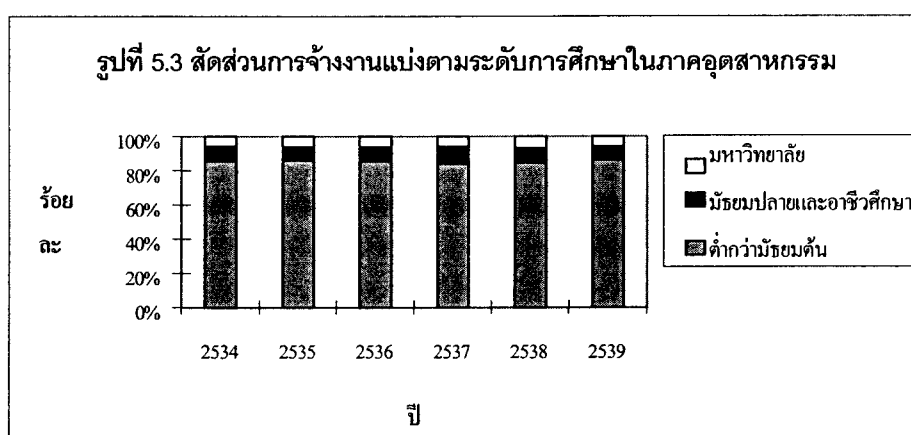
ระดับการศึกษาของแรงงานไทย

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่ดีนัก ลักษณะปัญหาด้านแรงงานของไทยจะเห็นได้ชัดเจนขึ้นถ้าพิจารณาระดับการศึกษาของผู้ที่อยู่ในภาคการผลิต จากข้อมูลจะพบว่า ในภาคเกษตรกรรมมีแรงงานที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมต้นคิดเป็นร้อยละ 97.89 ของแรงงานทั้งหมดในภาคเกษตร ในปี 2539 ส่วนแรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายและอาชีวศึกษาคิดเป็นร้อยละ 1.67 แรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 0.44 (รูปที่ 5.2)



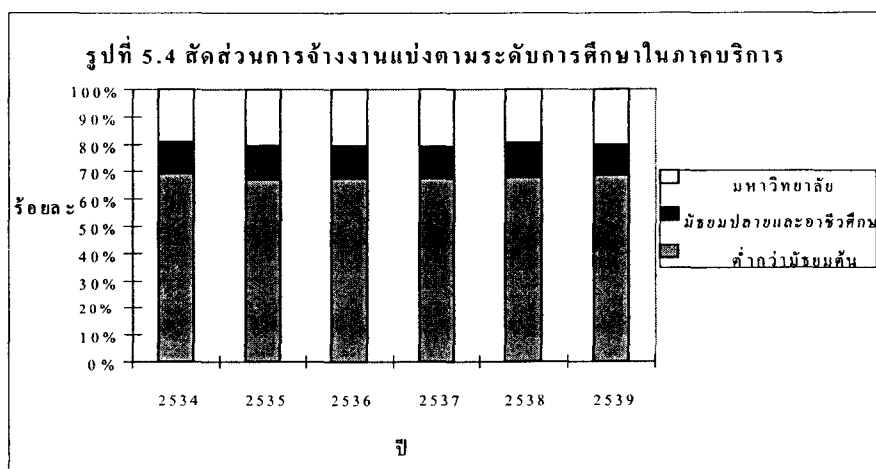
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ส่วนในภาคอุตสาหกรรม มีแรงงานที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยมต้นคิดเป็นร้อยละ 86.50 ของแรงงานทั้งหมดในภาคอุตสาหกรรม แรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาคิดเป็นร้อยละ 7.88 ในขณะที่แรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 5.63 (รูปที่ 5.3)



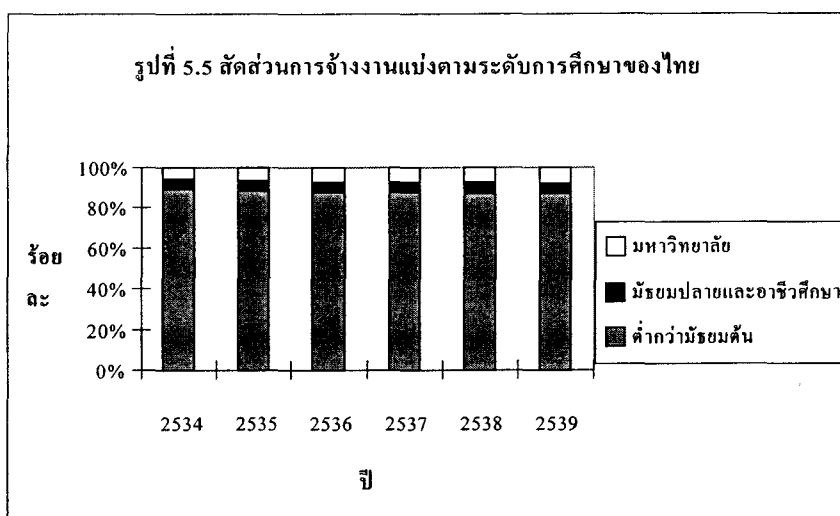
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ส่วนในภาคบริการมีแรงงานที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยมต้นคิดเป็นร้อยละ 68.43 ของแรงงานทั้งหมดในภาคบริการ ในปี 2539 แรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาคิดเป็นร้อยละ 11.46 และแรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 20.11 (รูปที่ 5.4)



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ถ้าจะพิจารณาโครงสร้างของการศึกษาของแรงงานในทุกภาคการผลิต (เกษตร อุตสาหกรรม บริการ และอื่นๆ) พบว่า แรงงานไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาคือต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.89 ของแรงงานทั้งหมดในปี 2539 และมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 89.39 ในปี 2534 แรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.83 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.93 ในปี 2534 และแรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 7.28 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.68 ในปี 2534 ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า แรงงานไทยมีแนวโน้มที่จะได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น แต่ในอัตราที่ไม่สูงนัก (รูปที่ 5.5)



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

การศึกษานอกโรงเรียน

จากข้อมูลระดับการศึกษาข้างต้นจะเห็นว่า แรงงานของไทยมีระดับการศึกษาคือต่ำในสัดส่วนที่สูงมาก การศึกษานอกโรงเรียนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะเพิ่มความรู้ให้กับแรงงาน จากการศึกษาของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2541, หน้า 4-63 ถึง 4-70) พบว่า ไทยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเป็นจำนวนมากที่ให้บริการฝึกอบรมแก่

คนงานและประชาชนที่สนใจ ตัวอย่างเช่น การฝึกอาชีพสายช่าง และฝึกอาชีพอื่นๆ ของหน่วยงานของกระทรวงมหาดไทย ที่เน้นการฝึกอบรมหน่วยงานของรัฐเอง การให้การศึกษาทางวิชาการ การฝึกอบรมอาชีพสายช่างของกรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ การฝึกอบรมของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน การฝึกอบรมในหลักสูตรด้านบริหารและจัดการของสถาบันไทย-เยอรมัน สภาอุตสาหกรรม และ สภาหอการค้าไทย และการฝึกอาชีพของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นต้น (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม และฝึกอาชีพ จำแนกตามหน่วยงานของรัฐ ปี 2536-38

หน่วยงาน	จำนวนคน			อัตราเพิ่ม%		
	2536	2537	2538	35-36	36-37	37-38
1. กรมอาชีวศึกษา	271,639	269,015	232,075	20.0	-1.0	-13.7
2. กรมการศึกษานอกโรงเรียน	372,982	548,990	1,005,061	3.1	47.2	83.1
3. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	33,282	33,965	94,802	-6.1	2.0	179.1
4. กรมประชาสัมพันธ์	6,277	9,140	15,471	86.9	45.6	69.3
5. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	38,671	43,879	55,020	15.5	13.5	25.4
6. กรมการพัฒนาชุมชน	84,180	87,687	91,194	-7.9	4.2	4.0
7. กรุงเทพมหานคร	10,319	11,731	12,953	-44.8	13.7	10.4
รวม	817,350	1,004,407	1,506,576	6.1	22.9	50
8. กรมส่งเสริมการเกษตร	n.a	1,600,000	n.a	n.a	n.a	n.a
9. สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท	-	-	13,832	n.a	n.a	n.a

ที่มา: แนวทางการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2541.

แต่หน่วยงานต่างๆ เหล่านี้พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานต่างๆ เช่น การขาดแผนพัฒนาฝีมือแรงงานแห่งชาติ ทำให้ทิศทางการพัฒนาฝีมือแรงงานไม่ชัดเจน รวมทั้งการพัฒนาฝีมือแรงงานโดยไม่ได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตจึงส่งผลให้การพัฒนาฝีมือแรงงานไม่สอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้แต่ละหน่วยงานที่ดำเนินการฝึกอบรมมีความซ้ำซ้อนกัน ทำให้เกิดความสูญเปล่าทางด้านทรัพยากรของชาติ

โดยจะเห็นได้ว่า ในจำนวนผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมระยะสั้นที่ดำเนินการโดยภาครัฐบาลประมาณปีละ 630,000 คน มีเพียงร้อยละ 21.0 เท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับช่างอุตสาหกรรมภายใต้การบริหารของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมอาชีวศึกษา กรมการศึกษานอกโรงเรียนและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมซึ่งไม่สอดคล้องกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น และในบางสาขาที่ตลาดแรงงานมีความต้องการสูง เช่นในปี 2537 สาขาการท่องเที่ยว การค้าปลีก-ค้าส่ง ภัตตาคาร และโรงแรมยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ประมาณ 100,000

ปัญหาที่แรงงานมีการศึกษาดำ และระบบการศึกษานอกโรงเรียนยังมีปัญหาที่ต้องปรับปรุง จึงทำให้การประเมินของนายจ้างต่างชาติออกมาว่า ทักษะของแรงงานยังด้อยกว่าประเทศอื่นดังกล่าวข้างต้น แต่เนื่องจากแรงงานจำนวนมากได้พ้นการศึกษาในระบบแล้ว การศึกษานอกโรงเรียนจึงมีความสำคัญมากและจำเป็นต้องให้ความสำคัญสูง

ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่แรงงานทดแทนการที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำ เพื่อสามารถพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีประสิทธิภาพขึ้น

3. ความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี กับความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศนั้น ได้ถูกอธิบายไว้ในแบบจำลองของ Schumpetrian โดยมีข้อสรุปที่สำคัญของแบบจำลองนี้คือ ประเทศหนึ่งจะมีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศขึ้นอยู่กับอัตราการสะสมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (rate of technological accumulation) ที่สูงกว่าอัตราดังกล่าวของประเทศอื่น เพราะการที่อัตราการสะสมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของประเทศหนึ่งมีค่าสูงกว่าของประเทศอื่น ทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพการผลิตในประเทศนั้นมีแนวโน้มที่จะมีสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน นั่นคือ อัตราส่วนระหว่างค่าจ้างแรงงาน กับการผลิต (share of wages) มีแนวโน้มที่จะมีค่าลดลง ประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพราะราคาสินค้าจะถูกกว่าในคุณภาพเดียวกัน นอกจากนี้ความสามารถด้านเทคโนโลยีจะช่วยในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการออกแบบ รวมทั้งการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วย จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการส่งออกอย่างมาก

บุคลากรและค่าใช้จ่ายด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายและบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในกรณีของประเทศไทย ชัดความสามารถในการพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีของประเทศไทยในปัจจุบันมีจำกัดมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก การวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยยังมีน้อยมาก แม้ว่ารัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายงบประมาณการวิจัยให้กับภาครัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 0.5 และภาคเอกชนร้อยละ 0.25 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 แต่ก็ไม่ได้มีกิจกรรมมากพอที่จะทำให้เกิดการลงทุนได้จริงตามแผน เนื่องจากไม่มีกลไกในการติดตามเร่งรัดให้มีการเพิ่มงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาให้เป็นไปตามแผน นอกจากนั้น ภาคเอกชนก็มีความตื่นตัวน้อยในเรื่องการวิจัยและพัฒนา

ดัชนีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น อัตราร้อยละของนักวิทยาศาสตร์และช่างเทคนิคต่อประชากร 1,000 คน และค่าใช้จ่ายในการวิจัยและการพัฒนา (เป็นร้อยละของ GDP) ได้ถูกนำมาพิจารณาในการเปรียบเทียบความสามารถในทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศต่างๆ ตารางที่ 5.7 แสดงให้เห็นว่าดัชนีวัดความสามารถทางเทคโนโลยีของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าค่าดังกล่าวในประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกับประเทศไทย ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน อย่างไรก็ตาม อัตราร้อยละของนักวิทยาศาสตร์และช่างเทคนิคต่อประชากร 1,000 คนของประเทศไทย และของประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ จะมีความแตกต่างกันไม่มากนัก ค่าดังกล่าวจะมีค่าต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยอัตราร้อยละของนักวิทยาศาสตร์และเทคนิคเขียนต่อประชากร 1,000 คนของประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 0.2 ในขณะที่ดัชนิดังกล่าวของประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เกาหลีใต้และสิงคโปร์ มีค่าเท่ากับร้อยละ 4.0, 6.0, 2.0, 2.6, และ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.7 ดัชนีวัดความสามารถในทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในปี 2537

ประเทศ	จำนวนนักวิทยาศาสตร์ และ เทคนิคเขียน (ร้อยละต่อประชากร 1,000 คน)	ค่าใช้จ่ายในการวิจัย และพัฒนา (ร้อยละของ GDP)	สัดส่วนค่าใช้จ่ายใน การวิจัยและพัฒนาของ ภาคอุตสาหกรรม	เงินอุดหนุนโดย ภาครัฐบาล (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	4	2.75	5.9	na
ญี่ปุ่น	6	3	78.3	na
ออสเตรเลีย	2	1.34	1.4	54.9
เกาหลีใต้	2.6	2.8	76.2	na
สิงคโปร์	2.2	1.1	na	38.3 ⁴
มาเลเซีย	0.1	0.4 ²	43	na
ไทย	0.2	0.14 ³	5.16	93.1 ⁵
อินโดนีเซีย	0.2	0.26	14	80 ⁶
จีน ¹	0.4	0.71	na	54.9

¹ ข้อมูลของประเทศจีน เป็นข้อมูลในปี 2533

² 2535

³ 2538

⁴ 2530

⁵ 2536

⁶ 2534

ที่มา: ดัชนีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย ปี 2539, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการวิจัยและการพัฒนา (คิดเป็นร้อยละของ GDP) ค่าดังกล่าวของประเทศไทยมีค่าเท่ากับ ร้อยละ 0.14 ซึ่งมีค่าต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ที่นำมาพิจารณา เช่นเดียวกัน สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและการพัฒนาจากภาคอุตสาหกรรมในปี 2538 ของประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 5.16 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าดังกล่าวของประเทศต่างๆ ค่อนข้างมาก โดยค่าดังกล่าวของประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีค่าเท่ากับร้อยละ 78.3, 76.2, 43 และ 14 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ศักยภาพในการแข่งขันในการผลิตและการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในระดับสูงของประเทศไทยในอนาคตมีค่าค่อนข้างต่ำถ้าหากไม่มีการปรับปรุง

จากที่กล่าวข้างต้นว่าภาคเอกชนของประเทศไทยมีความตื่นตัวน้อยในเรื่องการวิจัยและพัฒนา การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาส่วนใหญ่จึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล โดยสัดส่วนของเงินอุดหนุนโดยภาครัฐบาลของประเทศไทยจากค่าใช้จ่ายในการวิจัยและการพัฒนาในปี 2536 มีค่าสูงถึงร้อยละ 93.1 สำหรับเงินอุดหนุนโดยภาครัฐบาลในประเทศที่พัฒนาแล้วรวมถึงประเทศจีนจะมีค่าโดยประมาณคิดเป็นร้อยละ 50 หรือต่ำกว่า

การจดสิทธิบัตร

จำนวนเอกสารสิทธิบัตรและการจดทะเบียนสิทธิบัตรเป็นดัชนีวัดผลที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัววัดความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนาเพื่ออุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ถึงแม้ว่าการนำดัชนีสิทธิบัตรมาใช้จะยังมีข้อกังขาอยู่บ้าง เช่น ข้อค้นพบจากการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ไม่ทั้งหมดที่ปรากฏเป็นสิทธิบัตร และคุณค่าทางเศรษฐกิจที่ต่างกัน เป็นต้น ดัชนีสิทธิบัตรเมื่อใช้พิจารณาร่วมกับดัชนีอื่นๆ ก็ยังมีความสำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการประดิษฐ์คิดค้นทั้งหมด

ตารางที่ 5.8 แสดงถึงจำนวนการจดสิทธิบัตรในประเทศต่างๆ ระหว่างปี 2538 ทั้งที่จดในประเทศ และต่างประเทศ ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนสิทธิบัตรทั้งที่ยื่นคำขอรับและการออกสิทธิบัตรมากที่สุดในโลก รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเยอรมัน สำหรับประเทศไทยนั้น ได้รับการออกสิทธิบัตรในจำนวนที่น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศที่นำมาพิจารณา โดยสิทธิบัตรที่ยื่นคำขอรับมีจำนวนเท่ากับ 4,436 กรณี แต่ได้รับเพียงแค่ 782 กรณีเท่านั้น นอกจากนั้น สิทธิบัตรที่เปรียบเทียบในตารางนี้ เป็นผลรวมของสิทธิบัตรทุกประเภท เพราะฉะนั้นเมื่อพิจารณาเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวนสิทธิบัตรจะมีค่าน้อยกว่านี้มาก

ตารางที่ 5.9 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนสิทธิบัตรของประเทศต่างๆ ที่จดในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนสิทธิบัตรที่จดทะเบียนในสหรัฐอเมริกามากที่สุด และมากกว่าสิทธิบัตรของประเทศอื่นๆ เป็นจำนวนมาก ประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียมีการจดสิทธิบัตรในอเมริกาในจำนวนที่น้อยมาก ในขณะที่จำนวนสิทธิบัตรของประเทศเกาหลีใต้ สิงคโปร์ และมาเลเซียที่จดทะเบียนในอเมริกามีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้นของประเทศเหล่านี้

โดยสรุปแล้วจะเห็นว่า ดัชนีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทยมีค่าต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ รวมทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกับประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนาที่ต่ำสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับที่ต่ำ โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของเงินอุดหนุนจากรัฐบาลซึ่งแสดงให้เห็นถึงการละเลยในเรื่องของการวิจัยและพัฒนาจากภาคเอกชน ทั้งนี้การพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญอย่างมากสำหรับประเทศไทยโดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพของการผลิตและผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในสินค้าต่างๆ โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีอย่างเข้มข้นต่อไป

ตารางที่ 5.8 การจดสิทธิบัตร (patents) ของประเทศต่างๆ ในปี 2538

ประเทศ	การยื่นขอสิทธิบัตร	การออกสิทธิบัตร
สหรัฐอเมริกา	212,377	101,419
ออสเตรเลีย	37,222 *	8,987 *
ญี่ปุ่น	369,295	109,110
เกาหลีใต้	78,499	12,512
อินโดนีเซีย	1,098 *	na
จีน	83,045	45,064
มาเลเซีย	3,587 **	1,629 **
ไต้หวัน	43,461	29,707
ไทย	4,436	782

หมายเหตุ: * 2539 ** 2537

ที่มา: ดัชนีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย ปี 2539, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 5.9 การจดสิทธิบัตร (patents) ในประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	2526	2528	2530	2532	2534	2536	2537
ญี่ปุ่น	8,804	12,756	16,569	20,177	21,028	20,949	22,383
ออสเตรเลีย	237	341	386	501	458	372	470
เกาหลีใต้	26	40	84	160	403	764	950
มาเลเซีย	2	3	2	2	13	13	12
สิงคโปร์	5	9	12	19	15	39	54
ไทย	3	1	1	4	3	7	5
อินโดนีเซีย	0	1	1	5	2	9	8

ที่มา: ดัชนีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย ปี 2539, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

4. มาตรการและการบริการของรัฐบาล

ปัจจัยและมาตรการภายในประเทศที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทยส่วนหนึ่งมาจาก มาตรการและการบริการของรัฐ ในที่นี้จะพิจารณามาตรการที่สำคัญที่เกี่ยวกับการส่งออกคือ มาตรการด้านภาษี มาตรการด้านการส่งเสริมการส่งออกและมาตรการด้านการเงิน

4.1 มาตรการด้านภาษี

ภาษีศุลกากรและการคุ้มครองอุตสาหกรรม

การศึกษาด้าน “ความสัมพันธ์ด้านการค้าของประเทศในกลุ่มอาเซียน” ในงานวิจัยเรื่อง แนวทางความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียนในอนาคต ของฝ่ายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) พบว่า โครงสร้างภาษีศุลกากรของประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีลักษณะโดยทั่วไปคล้ายกัน คือ มีการกำหนดอัตราภาษีหลายอัตราในระดับที่มีความแตกต่างกันมาก (ตารางที่ 5.10) นอกจากนี้โครงสร้างภาษีศุลกากร โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมมีลักษณะเป็นแบบขั้นบันได เมื่อพิจารณาโครงสร้างอัตราภาษีศุลกากร MFN ของประเทศสมาชิกอาเซียน 4 ประเทศ (มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์และไทย) พบว่า อัตราภาษีศุลกากรของแต่ละประเทศยังมีช่วงห่างค่อนข้างมาก คือ ระหว่างร้อยละ 0-275 อย่างไรก็ตาม อัตราภาษีเฉลี่ยของทั้ง 4 ประเทศใกล้เคียงกัน โดยที่มาเลเซียมีอัตราภาษีเฉลี่ยต่ำสุด ขณะที่ไทยมีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยสูงสุด หากพิจารณาเฉพาะภาษีในหมวดอุตสาหกรรมพบว่า ไทยและฟิลิปปินส์มีอุตสาหกรรมที่มีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยที่สูงกว่าร้อยละ 20 เป็นจำนวนสูงสุด (23 สาขาและ 19 สาขาตามลำดับ) สินค้าที่มีอัตราภาษีสูงได้แก่ สินค้าพวกรถยนต์และส่วนประกอบ ซึ่งเป็นสินค้าที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า

ตารางที่ 5.10 โครงสร้างภาษีของอาเซียน

รหัส	สินค้า	อินโดนีเซีย		มาเลเซีย		ฟิลิปปินส์		ไทย	
		อัตราภาษีปี 2537		อัตราภาษีปี 2536		อัตราภาษีปี 2538		อัตราภาษีปี 2538	
		เฉลี่ย	ช่วง	เฉลี่ย	ช่วง	เฉลี่ย	ช่วง	เฉลี่ย	ช่วง
	รวมทั้งหมด	20	0-275	14	0-140	20	0-50	23	0-100
111	เกษตรกรรมและปศุสัตว์	15*	0-40	5	0-30	29	3-50	38	0-65
121	ป่าไม้	9	0-15	6	0-35	na	na	23	0-50
122	การทำไม้	0	0-15	20	0-25	na	na	1	1-1
130	ปลาและหอยสดและแช่แข็ง	25	0-30	14	0-50	27	10-30	55	1-60
210	เหมืองถ่านหิน	5	5-5	4	2-5	10	3-20	1	1-1
220	ปิโตรเลียมดิบและก๊าซธรรมชาติ	4	0-5	3	0-5	10	10	0	0
230	การทำเหมืองโลหะ	4	0-5	3	0-7	30	3-50	7	1-10
290	เหมืองหินและอื่นๆ	6	0-30	4	0-30	18	3-50	14	5-35
311	ผลิตภัณฑ์อาหาร	23	0-40	12	0-55	31	3-50	44	0-65
312	ผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ	16	0-40	10	0-35	30	10-50	33	0-60
313	เครื่องดื่ม	111	0-170	29	2-95	44	20-50	53	0-60
314	ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	29*	10-40	5	5	46	20-50	51	30-60
321	สิ่งทอ	26	0-40	19	0-55	27	3-50	30	1-100
322	เครื่องนุ่งห่ม	35	0-40	23	0-55	30	30	41	10-65
323	ผลิตภัณฑ์หนัง	18	0-40	14	0-40	25	3-50	25	1-65
324	รองเท้าหนัง	36	20-40	32	2-45	46	30-50	39	10-100
331	ไม้และผลิตภัณฑ์	21	0-30	21	0-45	21	0-5	17	1-40
332	เฟอร์นิเจอร์ไม้	31	20-40	25	5-40	27	10-30	40	40
341	กระดาษและผลิตภัณฑ์	20	0-40	11	0-35	19	3-30	19	3-45
342	สิ่งพิมพ์	19	0-40	14	0-55	16	10-30	20	0-30
351	เคมีอุตสาหกรรม	10	0-40	14	0-55	8	0-30	16	0-45
352	ผลิตภัณฑ์เคมีเครื่องสำอาง	15	0-52	7	0-55	9	3-30	16	0-60
353	การกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม	5	0-10	6	0-25	9	3-20	7	1-20
354	ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม	6	0-25	9	2-30	9	3-20	9	1-30
355	ผลิตภัณฑ์ยาง	24*	0-40	26	0-55	22	3-30	33	0-100
356	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	35	5-40	22	0-30	18	10-30	36	0-45
361	ภาชนะที่ทำจากดินเผา	29	0-40	21	2-50	28	10-50	37	5-55
362	แก้วและผลิตภัณฑ์	22	0-40	22	0-55	21	10-30	28	5-55
369	ผลิตภัณฑ์โลหะอื่นๆ	20	0-40	19	0-60	28	10-50	20	0-55
371	ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	11*	0-40	10	0-35	14	3-30	11	1-27
372	ผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน	10	0-40	6	0-35	13	3-20	12	0-35
381	ผลิตภัณฑ์โลหะอื่นๆ	23	0-40	18	0-50	27	10-30	23	0-40
382	เครื่องจักร	8	0-40	8	0-55	13	0-30	10	0-45
383	เครื่องจักรไฟฟ้า	18	0-100	18	0-55	16	3-30	16	0-50
384	อุปกรณ์การขนส่ง	41	0-275	26	0-140	17	0-30	26	0-80
385	อุปกรณ์วิทยาศาสตร์	13	0-30	5	0-35	18	3-30	13	0-40
390	อุตสาหกรรมอื่นๆ	28	0-40	13	0-105	25	10-30	27	0-65

หมายเหตุ: * อัตราภาษีนี้รวมถึงค่าธรรมเนียมนำเข้า

ที่มา: Trade Policy Review: Indonesia, Vol.1, GATT, 1995

Trade Policy Review: Malaysia, Vol.1, GATT, 1993

Trade Policy Review: Philippines, Vol.1, GATT, 1993

Trade Policy Review: Thailand, Vol.1, GATT, 1995

อัตราภาษีของไทยในหลายอุตสาหกรรมแล้วสูงกว่าประเทศอื่นในอาเซียน โดยเฉพาะสิ่งทอ เสื้อผ้า อาหาร ผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยอัตราภาษีสิ่งทอของไทยโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 30 ขณะที่ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีอัตราภาษีเป็นร้อยละ 27, 26 และ 19 ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์อาหารไทยมีอัตราภาษีเฉลี่ยเป็นร้อยละ 44 ส่วน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และมาเลเซียมีอัตราภาษีเป็นร้อยละ 31, 23 และ 12 ตามลำดับ เป็นต้น

อัตราภาษีศุลกากรที่จะแสดงถึงอัตราการคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศเพราะทำให้ราคาสินค้านำเข้าสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ ทั้งนี้ถ้าจะพิจารณาผลของภาษีทั้งทางตรงและทางอ้อม นักเศรษฐศาสตร์จะใช้ตัววัดที่เรียกว่า อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง (Effective Rates of Protection) ซึ่งเป็นการวัดอัตราการเปลี่ยนแปลงตามมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมในประเทศนั่นเอง กล่าวคือ เป็นการวัดสัดส่วนของความแตกต่างระหว่างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ผลิตในประเทศกับมูลค่าเพิ่มของสินค้านิดเดียวกันที่ผลิตในตลาดโลก ซึ่งการเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มนี้ดีกว่าการเปรียบเทียบราคาสินค้าตรงที่ได้มีการคำนึงถึงผลกระทบของมาตรการภาษีอากรและไม่ใช่อัตราการต่อราคาของวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมนั้นๆ

จากการศึกษาอัตราภาษีอากรทั้งแบบอัตราตามราคา (Nominal Rates of Protection) และอัตราคุ้มครองที่แท้จริง (Effective Rates of Protection) ในอดีตถึงปัจจุบัน จาก Suphat (1994) วิศาล (2534) สุนีย์และสมบัติ (2539) และมิ่งสรรพ และคณะ (2540) พบว่า อุตสาหกรรมส่งออกเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการคุ้มครองที่แท้จริงต่ำมาก (ค่า ERP เป็นลบ) ในขณะที่อุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าได้รับการคุ้มครองที่แท้จริงสูงมาก (ค่า ERP เป็นบวก) เห็นได้ว่านโยบายภาษีศุลกากรและนโยบายการค้าอื่นๆ ของรัฐบาลไม่ได้ให้การสนับสนุนกับอุตสาหกรรมส่งออก แต่กลับให้การคุ้มครองกับอุตสาหกรรมที่แข่งขันกับสินค้านำเข้า (ตารางที่ 5.11 และ 5.12)

การชดเชย ยกเว้น และการคืนภาษี

จากที่ประเทศไทยมีอัตราภาษีอากรขาเข้าที่ค่อนข้างสูง ซึ่งกระทบถึงอุตสาหกรรมส่งออก ดังนั้นเพื่อชดเชยการบิดเบือนราคาสินค้าและปัจจัยการผลิตอันเกิดจากการคุ้มครองอุตสาหกรรมบางประเภท รัฐบาลจึงมีมาตรการที่จะช่วยเหลือผู้ส่งออกด้านการคืน

1. อากรขาเข้าวัตถุดิบที่ได้เสียไว้ กรณีที่สินค้าส่งออกผลิตจากวัตถุดิบที่นำเข้าตามมาตรา 19 ทวิ แห่ง พ.ร.บ. ศุลกากร (ฉบับที่ 9) พ.ศ. 2482 โดยให้คืนเงินอากรขาเข้าที่ได้ชำระไว้แล้วสำหรับของที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ผลิต ผสม ประกอบหรือบรรจุ แล้วส่งออกป้อนราชอาณาจักรภายใน 1 ปี นับแต่วันนำเข้า และขอคืนภาษีภายใน 6 เดือน นับแต่วันที่ส่งออก โดยผู้นำของเข้าตามมาตรา 19 ทวิ สามารถใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือหนังสือค้ำประกันของกระทรวงการคลังวางประกันแทนการชำระอากรด้วยเงินสดได้ โดยเงินภาษีที่ได้นั้นจะได้รับการจ่ายเป็นเช็คเงินสดหรือหนังสือค้ำประกัน มูลค่าที่ผู้ส่งออกจะได้รับคืนขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ไปในการผลิตเพื่อส่งออกและขึ้นอยู่กับสูตรการผลิตที่ได้รับอนุมัติจากกรมศุลกากร

2. สิทธิในการขอชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบภายในประเทศหรือวัตถุดิบจากต่างประเทศ บางส่วนหรือทั้งหมด และไม่เป็นสินค้าที่คณะกรรมการชดเชยฯ กำหนดให้ไม่ได้รับการชดเชย หรือไม่เป็นสินค้าที่ใช้สิทธิประโยชน์ด้านอื่น เช่น 19 ทวิ หรือ BOI แล้วเป็นต้น การชดเชยค่าภาษีอากร หมายถึงการที่รัฐบาลจ่ายเงินให้แก่ผู้ส่งออกในรูปของบัตรภาษีสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศ ซึ่งรวมถึงการขาย

สินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือรัฐวิสาหกิจตามโครงการเงินกู้หรือเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ และรวมถึง การขายสินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือหน่วยงานที่มีสิทธินำสินค้าเข้ามาโดยได้รับการยกเว้นอากรตาม กฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร การชดเชยค่าภาษีอากรเป็นการทดแทนค่าภาระอากรที่ผู้ผลิตได้เสียไปในทุกชั้น ตอนของการผลิตอันได้แก่ บรรดาภาษีอากรที่มีอยู่ในมูลค่าของวัตถุดิบ อะไหล่ เครื่องจักร เชื้อเพลิง พลังงานอย่าง อื่นที่ใช้ในการผลิตสินค้า โดยการชดเชยค่าภาษีอากร ได้กำหนดเป็นอัตราร้อยละของมูลค่าราคา (F.O.B.) ของสินค้าที่ ส่งออก เช่น ชุดเบรครถยนต์ กันชนและล้อรถยนต์ได้รับอัตราชดเชยร้อยละ 7.99 ของราคา (F.O.B.) ของใช้ในบ้านเรือน ทำด้วยพลาสติกได้รับอัตราชดเชยร้อยละ 3.51 ของราคา (F.O.B.) เป็นต้น

ตารางที่ 5.11 อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง (ERP) แยกรายสาขานำเข้า

หน่วย : ร้อยละ					
I-O Code	สาขาการผลิต	ERPi	I-O Code	สาขาการผลิต	ERPi
125	การผลิตยานยนต์	496.9	118	การผลิตอุปกรณ์และเครื่องมือทางวิทยุ โทรทัศน์และ	29.5
93	โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม	237.3		การคมนาคม	
75	โรงฟอกหนังและการแต่งสำเร็จหนังสัตว์	180.9	67	การหีบฝ้าย การปั่นฝ้าย และเส้นใยประดิษฐ์	26.3
68	การทอผ้า	131.4	94	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากน้ำมันปิโตรเลียม	23.8
56	การผลิตผลิตภัณฑ์ขนมชนิดเคลือบและมีไส้เป็น	122.9	115	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ	22.9
	น้ำตาล		81	การผลิตเยื่อกระดาษและการผลิตกระดาษต่างๆ	21.4
62	การถลุงแร่และการถลุงและกรรมกรรม	84.1	85	การผลิตปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช	20.3
90	การผลิตเครื่องสำอางค์	81.5	114	การผลิตเครื่องจักรที่ใช้ประดิษฐ์เครื่องมือและ	18.9
108	การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็ก	62.1		เครื่องโลหะ	
	และเหล็กกล้าทั่วไป		84	การผลิตเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมขั้นมูลฐาน	18.6
121	การผลิตหม้อกำเนิดไฟฟ้าและหม้อเก็บไฟฟ้า	61.5	88	การผลิตยารักษาโรค	17.8
86	การผลิตยางสนสังเคราะห์ เม็ดพลาสติก	57.3	133	การผลิตเครื่องดนตรีและเครื่องกีฬา	16.8
	และเส้นใยประดิษฐ์		113	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ทางการเกษตรกรรม	16.4
89	การผลิตสบูและเคมีภัณฑ์ที่ใช้สำหรับรักษาความ	51.3	130	การผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้เกี่ยวกับการถ่ายภาพ	14.3
	สะอาด			และสายตา	
126	การผลิตรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน	48.8	41	การทำเหมืองแร่และเหมืองหินอื่นๆ	13.7
98	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก	47.6	129	การผลิตอุปกรณ์เกี่ยวกับงานวิชาชีพและ	12.6
100	การผลิตแก้วและผลิตภัณฑ์แก้ว	44.8		งานวิทยาศาสตร์	
92	การผลิตผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อื่นๆ	44.2	107	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะที่มีไขเหล็ก	11.6
123	การต่อและการซ่อมเรือ	44.1	111	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะอื่น	11.4
117	การผลิตเครื่องจักรเครื่องมือไฟฟ้าสำหรับงาน	42.3	122	การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ	9.9
	อุตสาหกรรม		37	การทำเหมืองแร่ที่ใช้ทำเคมีภัณฑ์และปุ๋ย	9.8
104	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะอื่นๆ	38.1	48	การผลิตน้ำมันสัตว์ ไขสัตว์ น้ำมันพืชและผลพลอยได้	3.8
106	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า	37.7	105	อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า	2.6
112	การผลิตเครื่องยนต์และเครื่องกังหัน	36.9	128	การผลิตอากาศยาน (ขอมบ่ารุง)	0.1
78	โรงเลื่อย	34.3	31	การผลิตน้ำมันปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ	-0.9
87	การผลิตสีทา น้ำมันขัดเงาและแลคเกอร์	33.8	124	การผลิตรถไฟ (ขอมบ่ารุง)	-6.2

ที่มา: TDRI (คำนวณโดยใช้อัตราภาษีและมาตรการทางการค้า ปี 2540) แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย ภาคที่สอง : กลยุทธ์อุตสาหกรรมรายสาขา

ตารางที่ 5.12 อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง (ERP) แยกรายสาขาส่งออก

หน่วย : ร้อยละ

I-O Code	สาขาการผลิต	ERPi
72	การผลิตเครื่องแต่งกาย ยกเว้นรองเท้า	-34.7
79	การผลิตผลิตภัณฑ์ไม้และไม้ก๊อก	-33.7
70	การผลิตสินค้าสิ่งทอสิ่งถักสำเร็จรูป ยกเว้นเครื่องแต่งกาย	-27.1
80	การผลิตเครื่องเรือนและเครื่องตกแต่งทำด้วยไม้	-19.1
71	โรงงานถัก	-18.2
73	การผลิตพรมและเครื่องปูลาด	-15.8
77	การผลิตรองเท้า ยกเว้นรองเท้ายาง	-15.5
110	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ	-15.2
76	การผลิตผลิตภัณฑ์หนังสัตว์	-14.5
96	การผลิตยางนอกและยางใน	-14.1
134	การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ	-12.7
119	การผลิตเครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้าในบ้าน	-12.2
58	การผลิตผงชูรส	-11.8
120	การผลิตลวดและสายเคเบิลชนิดหุ้มฉนวน	-11.7
97	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ	-11.2
116	การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานและในครัวเรือน	-9.1
34	การทำเหมืองแร่ทั้งสดเค	-8.5
99	การผลิตกระเบื้องและเครื่องปั้นดินเผา	-6.9
60	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ	-5.9
61	การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป	-5.8
131	การผลิตนาฬิกา	-5.7
46	การทำอาหารทะเลกระป๋องและการเก็บรักษาอาหารทะเลอื่นๆ	-5.3
132	การผลิตเครื่องประดับมีค่าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกัน	-5.1
45	การทำผลไม้และผักกระป๋อง	-5.0
95	การผลิตยางแผ่นเครปและยางก้อน	-2.8
55	การผลิตน้ำตาล	17.7

ที่มา: TDRI (คำนวณโดยใช้อัตราภาษีและมาตรการทางการค้า ปี 2540) แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ
ไทย ภาคที่สอง : กลยุทธ์อุตสาหกรรมรายสาขา

3. สิทธิประโยชน์ต่างๆ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เช่น การยกเว้นภาษีอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่นำเข้ามาใช้ผลิตเพื่อการส่งออก หรือได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นต้น รายละเอียดดังจะเสนอต่อไปในข้อ 4.2

สิทธิต่างๆ ของผู้ส่งออกที่กล่าวข้างต้นเป็นมาตรการช่วยเหลือส่งเสริมการส่งออก เพื่อให้สินค้าส่งออกของไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดีขึ้น เป็นการลดต้นทุนการผลิตสินค้าโดยการปลดเปลื้องภาระของผู้ผลิตที่ต้องเสียภาษีอากรวัตถุดิบต่างๆ บริการของรัฐบาลในด้านการคั้นหรือยกเว้นภาษีนอกจากด้านภาษีศุลกากรยังมีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้ระบบภาษีการค้าในอดีตมีข้อเสียเปรียบในด้านที่ก่อให้เกิดภาระภาษีซ้ำซ้อน การชักจูงให้อุตสาหกรรมขยายตัวในแนวดิ่ง ไม่เอื้ออำนวยต่อการรับช่วงการผลิต และไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งออก แม้ว่าสินค้าส่งออกจะไม่เสียภาษีการค้าแต่ความซ้ำซ้อนของภาษีที่เกิดขึ้นในช่วงต้นของการผลิตยังคงสะสมอยู่ในต้นทุนของสินค้าส่งออกและเป็น

ปัจจัยหนึ่งที่ไม่เอื้ออำนวยต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผู้ส่งออกไทย เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว กระทรวงการคลังจึงได้นำภาษีมูลค่าเพิ่มมาบังคับใช้แทนภาษีการค้าในปี 2534 โดยในปัจจุบันสินค้าและบริการทั้งหมดของประเทศไทยจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 10 ยกเว้นสินค้าส่งออกและโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่ได้รับการยกเว้นภาษี ดังนั้นเมื่อผู้ส่งออกส่งสินค้าที่ผลิตในประเทศออกไปยังต่างประเทศจึงสามารถขอภาษีมูลค่าเพิ่มที่จ่ายในตอนที่ยังวัตถุดิบคั้นได้จากกรมสรรพากร

แม้ว่าภาษีอากรนำเข้าวัตถุดิบและภาษีมูลค่าเพิ่มที่ผู้ส่งออกจ่ายไปเหล่านี้จะได้คืนในภายหลัง ตามสิทธิ์ต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น แต่ผู้ประกอบการต้องมีต้นทุนในการติดต่อรวมทั้งมีสภาพคล่องที่ลดน้อยลง ความล่าช้าในการคืนภาษีทำให้เงินของผู้ประกอบการไปจมอยู่ที่รัฐบาล และเป็นการสร้างภาระต้นทุนดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการ ตัวอย่างเห็นได้จากตารางการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มทั่วราชอาณาจักร (ตารางที่ 5.13) ว่า ช่วงปี 2539 มียอดคงค้างภาษีมูลค่าเพิ่มสูงมาก ในปี 2540 นั้นลดลงแต่ก็ยังคงสูงอยู่

ตารางที่ 5.13 การคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มทั่วราชอาณาจักร

หน่วย : ล้านบาท

เดือน	ผู้เสียภาษีขอคืนเงินสด		ผู้เสียภาษีขอคืนเครดิต		พิจารณาเสร็จ (เงินสด)		จ่ายเงินแล้ว เงินสด	คงค้างเงินสด	
	จำนวนราย	จำนวนเงิน	จำนวนราย	จำนวนเงิน	จำนวนราย	จำนวนเงิน		จำนวนราย	จำนวนเงิน
ธ.ค. 38	25,786	5,504.45	64,463	13,768.15	26,471	4,865.78	3,686.16	10,781	3,455.58
ม.ค. 39	25,901	5,964.61	62,072	13,555.45	18,363	3,054.87	4,358.00	18,319	6,365.32
ก.พ. 39	21,149	4,956.67	61,322	13,784.09	14,987	3,014.53	2,525.00	24,481	8,307.46
มี.ค. 39	19,807	4,182.00	64,918	14,308.40	17,182	3,435.84	2,268.00	27,106	9,053.62
เม.ย. 39	19,094	4,279.62	64,342	13,861.42	11,105	2,186.32	2,107.00	35,095	11,146.92
พ.ค. 39	19,581	4,298.69	63,265	14,355.24	13,228	2,875.76	2,296.00	41,448	12,569.85
มิ.ย. 39	18,618	4,341.54	63,226	15,210.99	9,572	2,221.17	2,084.50	50,494	14,690.22
ก.ค. 39	18,726	4,584.29	64,408	15,594.53	10,425	3,487.50	2,127.92	58,795	15,787.01
ส.ค. 39	19,187	4,515.76	64,336	15,909.71	11,108	1,928.59	3,328.14	66,874	18,374.18
ก.ย. 39	19,304	6,898.16	65,309	15,775.68	26,895	3,995.01	2,937.00	59,283	21,277.33
ต.ค. 39	18,427	6,076.96	65,107	15,099.80	35,381	9,147.28	3,695.54	42,329	18,207.01
พ.ย. 39	16,611	3,724.28	63,385	14,635.23	21,062	7,272.54	4,154.69	37,878	14,658.75
ธ.ค. 39	16,220	4,042.58	64,432	15,293.50	18,543	4,192.52	5,709.63	35,555	14,508.81
ม.ค. 40	16,406	3,963.34	59,824	14,057.06	21,707	6,775.76	4,099.54	45,734	16,218.85
ก.พ. 40	10,859	4,224.20	66,086	16,313.14	19,313	6,361.01	4,382.26	43,280	14,082.04
มี.ค. 40	16,768	3,909.06	66,862	16,802.37	18,880	4,705.70	4,146.03	41,168	13,285.40
เม.ย. 40	15,995	4,054.39	67,984	16,943.89	17,729	5,149.03	4,212.79	39,434	12,190.76
พ.ค. 40	16,876	3,851.72	68,979	17,987.97	18,250	4,900.82	3,561.49	38,060	11,141.66
มิ.ย. 40	17,037	4,213.08	69,468	18,172.72	20,896	6,383.40	5,613.36	34,201	8,971.35
ก.ค. 40	16,818	5,373.67	68,430	16,991.97	21,894	6,502.50	5,846.35	29,125	7,842.52
ส.ค. 40	17,342	4,687.45	74,352	18,830.79	17,680	5,268.58	5,193.33	28,787	7,261.40
ก.ย. 40	16,925	5,287.33	68,142	16,625.12	13,833	3,071.24	4,103.13	31,879	9,477.49
ต.ค. 40	15,669	6,350.83	65,079	18,699.24	18,223	4,400.39	3,249.70	29,325	11,427.93
พ.ย. 40	12,371	5,806.08	58,390	17,040.96	12,973	4,988.00	5,586.84	28,723	9,500.93

หมายเหตุ: ข้อมูลเพียง ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2540

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมสรรพากร

รัฐบาลได้มีมาตรการที่จะเร่งรัดการค้าภาษีแต่ก็ยังใช้เวลาและเป็นภาระต่อผู้ประกอบการอยู่ จากคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามผู้ส่งออก 118 ราย พบว่า การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ผู้ส่งออกเหล่านี้ชำระไว้แล้วใช้เวลาประมาณ 3-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 29 ของผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ใช้เวลาประมาณ 6-12 เดือน อีกร้อยละ 39.3 ของผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ใช้เวลาเกิน 1 ปี อีกร้อยละ 23.4 มีเพียงร้อยละ 8.4 เท่านั้นที่ตอบว่า การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มใช้เวลา 1-3 เดือน¹⁸ ภาระภาษีของผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 116 รายชำระไว้แล้วขอคืนต่อกรมสรรพากรเฉลี่ย 6.24 ล้านบาท โดยยอดคงค้างของภาษีมูลค่าเพิ่มที่ขอคืนที่ต่ำสุดคือ 2 หมื่นบาท สูงสุดคือ 60 ล้านบาท

นอกจากนี้ ในส่วนของการคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ ผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามตอบว่าใช้เวลา 6-12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.7 และเกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละเท่ากันคือ 34.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อีกร้อยละ 19.3 ตอบว่าใช้เวลา 3-6 เดือน มีเพียงร้อยละ 10.8 เท่านั้นที่ตอบการใช้เวลาเพียง 1-3 เดือน ส่วนการขดเชยอากรใช้ระยะเวลามากกว่า 6 เดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อีกร้อยละ 32.6 ใช้ระยะเวลา 3-6 เดือน ร้อยละ 22.1 ใช้เวลา 1-3 เดือน ภาระภาษีนำเข้า ทั้งการคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ และการขดเชยอากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามชำระไว้แล้วขอคืนต่อกรมศุลกากรเฉลี่ย 9.62 ล้านบาท โดยยอดคงค้างที่ขอคืนต่ำสุดคือ 4.6 หมื่นบาท สูงสุดคือ 80 ล้านบาท

นอกจากบริการด้านการคืนภาษี ผู้ประกอบการยังมีปัญหาด้านความล่าช้าในการศุลกากร จากคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามผู้ส่งออก พบว่า ความล่าช้าในการนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วน นับจากเรือเทียบท่าจนบริษัทได้รับสินค้าใช้เวลา 2 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 49.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ใช้เวลา 1 สัปดาห์ (ร้อยละ 36.6) 3 สัปดาห์ (ร้อยละ 7.9) และมากกว่า 3 สัปดาห์ขึ้นไป (ร้อยละ 5.9)

4.2 มาตรการด้านการส่งเสริมการส่งออก

มาตรการด้านการส่งเสริมการส่งออกมีใช้อย่างกว้างขวางแบ่งเป็น 2 ด้านคือ

- ก. ด้านการให้สิทธิประโยชน์
- ข. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ก. ด้านการให้สิทธิประโยชน์

หน่วยงานเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมโดยทั่วไป และวางมาตรการสนับสนุนนโยบายอุตสาหกรรมโดยในปัจจุบันมีนโยบายในการจูงใจอุตสาหกรรมให้ออกไปตั้งอยู่ในต่างจังหวัด โดยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และเมื่อมีปัญหาการส่งออกชะงักงันได้เน้นการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ส่งออกมากขึ้นจากเดิมที่ได้ลดไปเนื่องจากการส่งออกขยายตัวสูงขึ้น โดยมาตรการสิทธิประโยชน์ด้านภาษีที่สำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2539) คือ

¹⁸ ข้อมูลนี้สอดคล้องกับผลการสำรวจของหอการค้าไทย โดยสอบถามสมาชิกในปี 2539 พบว่ามีสัดส่วนน้อยที่ได้รับคืนภาษีภายใน 3 เดือน

- การยกเว้นภาษีอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่นำเข้ามาใช้ผลิตเพื่อการส่งออก
- ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร
- ให้การยกเว้นและ/หรือลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลแก่กิจการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งออก โดยขอเขตสิทธิประโยชน์ลดหย่อนตามเขตส่งเสริมการลงทุน

สำหรับผู้ส่งออกทางอ้อม ที่ทำการส่งผลผลิตให้ผู้ส่งออกทางตรงนำไปผลิตเพื่อส่งออกอีกทีนั้น จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีอากรเฉพาะวัตถุดิบและเครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิต

สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีมีเป้าหมายที่จะสร้างแรงจูงใจให้มีการลงทุนเพิ่มขึ้นในทิศทางที่ต้องการ เช่น การเพิ่มการส่งออก การกระจายอุตสาหกรรมสู่ต่างจังหวัด แต่มีหลักฐานบางชิ้นแสดงว่า การให้สิทธิประโยชน์อาจจะไม่เพิ่มการลงทุนอย่างที่คาด เนื่องจากอัตราการตอบแทนการลงทุนในกรณีที่ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์สูงพอทำให้ผู้ประกอบการลงทุน การได้สิทธิประโยชน์เป็นการให้ผู้ประกอบการเพิ่ม (ดาว และสมศักดิ์ 2528) รวมทั้งการที่การตรวจสอบบัญชีของไทยมีความหละหลวมอยู่ การลดหย่อนหรือการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจึงไม่มีผลมาก เนื่องจากถ้าบริษัทมีบัญชีขาดทุนก็ไม่ต้องเสียภาษี การได้รับสิทธิประโยชน์จึงเป็นการทำให้ถูกต้องมากกว่าเป็นการเพิ่มการลงทุน ในด้านการกระจายอุตสาหกรรมสู่ต่างจังหวัดยังไม่มีหลักฐานชัดเจนว่าได้ผลเนื่องจากว่าในการศึกษาทางเศรษฐมิติ ตัวแปรด้านการได้รับสิทธิประโยชน์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ (ณัฐพงศ์ และคณะ 2534) และการกระจายอุตสาหกรรมสู่ต่างจังหวัดของโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและไม่ได้รับการส่งเสริมมีลักษณะไม่ต่างกัน (ณัฐพงศ์และบันลือศักดิ์ 2535)

อุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมที่ผ่านมา ส่วนมากจะเป็นโรงงานขนาดกลางและใหญ่ จึงโน้มเอียงที่จะสร้างความเสียเปรียบแก่อุตสาหกรรมขนาดเล็ก ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่มักมีข้อได้เปรียบบริษัทขนาดเล็กอยู่แล้ว (Boadway, Frank and Jean-Francois 1992)¹⁹ อีกสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงในทางปฏิบัติ คือ ค่าใช้จ่ายในการติดต่อ ในขณะที่การได้รับสิทธิประโยชน์จะลดต้นทุนโดยการไม่ต้องเสียภาษีบางอย่าง แต่ก็ต้องมีต้นทุนด้านการติดต่อและเอกสารในการที่จะขอรับสิทธิประโยชน์ ซึ่งถ้าเป็นบริษัทเล็กหรือบริษัทที่อยู่ในต่างจังหวัดก็ต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เป็นสัดส่วนต่อรายได้สูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ไม่คุ้มที่จะขอสิทธิประโยชน์

สิทธิประโยชน์ทางภาษี แม้ว่าจะช่วยลดการบิดเบือนของโครงสร้างภาษีแต่ก็บิดเบือนการจัดสรรทรัพยากรด้านอื่น²⁰ รวมทั้งอาจทำให้รัฐขาดรายได้ที่ควรจะได้ แต่การส่งเสริมการลงทุนก็ยังมีประโยชน์ในการให้ความสะดวกแก่นักลงทุนในหลายด้าน เช่น ด้านข้อมูล การตั้งโรงงาน การขออนุญาตทำงานของวิศวกรหรือฝ่ายจัดการต่างชาติ การศุลกากร เป็นต้น

¹⁹ อย่างไรก็ตาม พบว่า โครงการที่ได้รับอนุมัติจาก BOI มีขนาดเล็กกว่าโครงการในอดีตที่ได้รับอนุมัติ อันเนื่องมาจากการปรับลดขนาดและเงื่อนไขของกิจการที่จะให้การส่งเสริมการลงทุน ในปี 2536 นั้นเอง (นวรรตน์ 2538)

²⁰ หนังสือพิมพ์มติชนฉบับวันที่ 23 สิงหาคม 2541 รายงานว่า ผู้จัดการภาคพื้นเอเชีย บริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ จำกัด ระบุว่า นโยบายส่งเสริมการลงทุน ส่งเสริมผู้ผลิตรายใหม่มากกว่ารายเก่า และไม่เห็นด้วยกับการแบ่งเขตการลงทุน รวมทั้งคิดว่าปัญหาโครงสร้างภาษี และการคืนภาษีล่าช้า

ข. ด้านการส่งเสริมการตลาด

รัฐบาลมีมาตรการที่ช่วยด้านการตลาดส่งออกโดยมีกิจกรรมหลายลักษณะ ซึ่งก็มีส่วนในการช่วยผู้ส่งออกได้ อย่างไรก็ตามการประเมินผลของกิจกรรมทำได้ยาก ในส่วนนี้จะทบทวนกิจกรรมที่สำคัญและข้อคิดเห็นในการปรับปรุงจากงานวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ซึ่งมีการสำรวจงานด้านส่งเสริมการส่งออก ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และการดูงานการส่งเสริมการส่งออกต่างประเทศ

การจัดงานแสดงสินค้าทั้งในและนอกประเทศและกิจกรรมอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้าไทยในต่างประเทศ

เป็นกิจกรรมแสดงสินค้าซึ่งส่วนมากเป็นสินค้าทั่วไป แต่ก็มียุทธศาสตร์ที่เฉพาะเจาะจงบ้าง โดยการแสดงสินค้านอกประเทศจะเน้นที่ตลาดยุโรป อเมริกา และตลาดใหม่เป็นสำคัญ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้าไทยในต่างประเทศ เป็นกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในต่างประเทศ (joint promotion) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าในต่างประเทศ (instore promotion) การจัดเผยแพร่แนะนำสินค้าเฉพาะประเภท (solo exhibition) และการจัดบูธประชาสัมพันธ์ (information stand)

การศึกษาของนิธิตและคณะ (2541) สรุปจุดอ่อนของกิจกรรมประเภทนี้ว่า การจัดงานแสดงสินค้านอกประเทศมักมีปัญหาในเรื่องของการเตรียมการ ทำให้ประสิทธิภาพและคุณภาพของกิจกรรมไม่ดีเท่าที่ควร รวมถึงไม่ได้มีการจัดเตรียมข้อมูลต่างๆ สำหรับผู้ส่งออกในการเตรียมตัวไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ สำหรับการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศนั้นมีปัญหา คือ การเน้นความสำคัญไปยังปริมาณของผู้เข้าชมงาน โดยไม่คำนึงถึงคุณสมบัติของผู้เข้าชมงาน ทำให้การจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศไม่เกิดผลเท่าที่ควร นอกจากนี้ คุณภาพในการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศก็ไม่ได้มีการพัฒนาให้ดีขึ้น

ในขณะที่การส่งเสริมการส่งออกแบบทั่วไปไม่เฉพาะเจาะจง เช่น การจัดนิทรรศการทางการค้า (trade exhibition) นั้น ประเทศอุตสาหกรรมจะให้ความสำคัญไม่มากนัก เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และแคนาดา โดยให้ความเห็นว่า ไม่จำเป็นและได้ผลน้อย โดยแคนาดามีโครงการที่จะยกเลิกการจัดนิทรรศการทางการค้าในอนาคตอันใกล้ นี้ ส่วนประเทศเยอรมันมักจัดนิทรรศการทางการค้าที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เช่น การจัดนิทรรศการและการประชุมด้านเทคโนโลยีของเยอรมัน (German Technology Symposium) โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อชี้ให้เห็นว่าเยอรมันเป็นประเทศที่มีความสามารถทางเทคโนโลยีสูง เป็นต้น (เดือนเด่นและสมเกียรติ 2541)

การพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ส่งออก ประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ 2 กิจกรรมคือ

1. ศูนย์บริการออกแบบ มีกิจกรรมสำคัญในการช่วยผู้ผลิตผู้ส่งออกพัฒนาขีดความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์และเป็นศูนย์เผยแพร่ความรู้ความเคลื่อนไหวด้านการออกแบบ อย่างไรก็ตาม แม้กิจกรรมที่ดำเนินอยู่ เช่น การประกวดการออกแบบ และการเชิญนักออกแบบมาสาธิตจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ แต่นิตยและคณะ (2541) เสนอประเด็นว่ายังไม่ช่วยให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในระดับลึกได้ เพราะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยการพัฒนาขีดความสามารถในหลายๆ ด้านในกระบวนการผลิต และต้องมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าและการผลิต ตลอดจนข้อกำหนดทางการค้าที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงควรพิจารณาและขยายขอบข่ายงานการให้บริการนี้ และจัดให้มีการอบรมเชิงลึกยิ่งขึ้น โดยอาจร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2. การฝึกอบรมด้านการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการฝึกอบรมและสัมมนาเพื่อให้ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ทั้งที่เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศและความรู้ในการพัฒนาสินค้าและการเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย ตลอดจนวิสัยทัศน์ในการส่งออก แต่สิ่งที่ควรพัฒนาและเน้นให้มากขึ้น คือ การสร้างวิสัยทัศน์ในการส่งออก ซึ่งจะแตกต่างจากวิธีอบรมทั่วไป เช่น การเชิญผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จมาแล้วถึงประสบการณ์ต่างๆ ของตนเอง (นิตยและคณะ 2541)

การจัดทำข้อมูล เอกสารเผยแพร่และตอบข้อสงสัยต่างๆ เกี่ยวกับการส่งออกและการค้าระหว่างประเทศ

ข้อมูลที่ให้บริการแก่ภาคเอกชนนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ซึ่งเป็นข้อมูลที่ภาครัฐควรให้บริการแก่ภาคเอกชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและ 2. ข้อมูลเจาะลึก ซึ่งจะเป็ประโยชน์เฉพาะผู้ส่งออกเป็นกลุ่มๆ ไป โดยข้อมูลเหล่านี้ให้บริการกับผู้ที่ต้องการข้อมูลเฉพาะในระดับลึกหรือศึกษาวิจัยเฉพาะเรื่องจึงสามารถคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการข้อมูลในลักษณะนี้ได้

แต่การให้บริการข้อมูลต่างๆ พบว่ามีปัญหาคือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารมีลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเพียงพอ ไม่ถูกต้อง ไม่ทันสมัยและไม่รวดเร็วพอ อีกทั้งแหล่งข้อมูลที่สำคัญอันได้แก่ ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศก็ยังไม่สามารถให้บริการด้านข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย และการที่มีหน่วยงานหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก แต่ไม่สามารถใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศร่วมกันได้ อีกทั้งยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานราชการด้วยกันเอง ทำให้ข้อมูลที่มีกระจัดกระจาย ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาข้อมูลให้อยู่ในลักษณะเหมือน one-stop service ซึ่งสะดวกต่อการใช้ของผู้สนใจและได้รับการปรับให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (นิตยและคณะ 2541)

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานด้านการส่งเสริมการส่งออกของต่างประเทศ เดือนเด่นและสมเกียรติ (2541) พบว่า หลายประเทศได้ให้ความสำคัญกับการสร้างฐานข้อมูลของตนเอง เช่น สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ที่ให้ความสำคัญต่อการเก็บข้อมูลเป็นอย่างมาก เนื่องจากเห็นว่า ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการส่งเสริมการส่งออก โดยกิจกรรมหนึ่งที่หลายประเทศดำเนินการในการจัดเก็บข้อมูล คือ การวิจัยตลาดซึ่งเป็นการวิจัยสภาพเศรษฐกิจโดยรวม และการวิจัยตลาดในรายอุตสาหกรรม ในขณะที่หลายประเทศถือว่า การสร้างเครือข่ายระดับสูงเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญมากที่สุดของหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกและสำนักงานทูตพาณิชย์ ตัวอย่างในการสร้างเครือข่ายที่น่าสนใจสามารถดูได้จากกรณีของประเทศอังกฤษและญี่ปุ่น

การจะมีข้อมูลที่ลึกและทันสมัยจะขึ้นอยู่กับบุคคลากรที่ปฏิบัติงานในต่างประเทศในการสร้างความเชื่อมโยงมีเครือข่ายข้อมูลที่ติดต่อต่อเนื่อง ในกรณีที่ผู้บริหารของหน่วยงานต้องย้ายไปปฏิบัติงานในประเทศอื่นๆ ในหลายประเทศมักมีกระบวนการส่งผ่านเครือข่ายที่ชัดเจน โดยผู้ที่จะย้ายไปประเทศอื่น มักจะนำผู้มาใหม่ไปเยี่ยมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น (local staff) เป็นอีกกลไกหนึ่งในการรักษาเครือข่ายไว้ต่อไปเมื่อมีการย้ายงานของเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยนั้น (เดือนเด่นและสมเกียรติ 2541) ปัญหาที่พบของไทยคือ ผู้อำนวยการศูนย์ต่างๆ ต้องมีการหมุนเวียนกันตลอดเวลา ความรู้ ข้อมูลและความสัมพันธ์กับนักธุรกิจภายในประเทศนั้นๆ ก็ติดตัวไปด้วย ทำให้ผู้ที่

มาใหม่ต้องเสียเวลาในการสร้างฐานข้อมูลและความสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งประเทศไทยยังไม่มีระบบในการเก็บรักษาหรือบันทึกข้อมูล ความรู้ ความสัมพันธ์กับลูกค้าในประเทศได้อย่างเป็นระบบ (นิตยและคณะ 2541)

4.3 มาตรการทางการเงิน

ความเป็นมา

มาตรการทางการเงินของรัฐบาลนั้นจัดว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อภาคการส่งออก เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการมีแหล่งเงินทุน และต้นทุนทางการเงินของผู้ส่งออก เมื่อเริ่มต้นการพัฒนาประเทศ นโยบายทางเศรษฐกิจในยุคนั้นต้องการที่จะคุ้มครองอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า มีการตั้งกำแพงภาษีขาเข้าที่สูง ซึ่งยังมีผลให้อัตราภาษีศุลกากรสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นดังกล่าวแล้วในส่วนข้างต้น และมีนโยบายอัตราดอกเบี้ยสูง เพื่อสร้างเงินออมภายในประเทศ ซึ่งนโยบายเหล่านี้ขัดแย้งกับความต้องการสนับสนุนภาคการส่งออก เนื่องจากทำให้ผู้ส่งออกมีต้นทุนในการใช้วัตถุดิบนำเข้าและต้นทุนทางการเงินที่สูงกว่าตลาดโลก ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกลดลง รัฐบาลจึงมีมาตรการทางการเงินผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกในอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นพิเศษ²¹ การให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกของธนาคารแห่งประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ และได้พัฒนาไปสู่การจัดตั้งธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลัง โดยเปิดดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ 2537 เพื่อทำหน้าที่ดูแลและให้บริการทางการเงินเพื่อการส่งออกและนำเข้าโดยเฉพาะ ทั้งนี้เนื่องจากว่า ธนาคารแห่งประเทศไทยจะให้บริการแพ็คเกจเครดิตแก่ผู้ส่งออกได้เพิ่มขึ้นดังที่กล่าวมาแล้วก็จริง แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออกได้มากนัก เนื่องจากมีปัญหาหลายด้าน²² ได้แก่

- 1) การให้แพ็คเกจเครดิตเป็นการให้สินเชื่อระยะสั้น (ไม่เกิน 180 วัน) ทำให้ผู้ส่งออกที่ต้องการเงินทุนในระยะยาวไม่สามารถเข้ารับบริการได้
- 2) ปัญหาที่เกิดกับผู้ส่งออกรายเล็กและรายใหญ่คือ ปัญหาในการขอสินเชื่อธนาคาร เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นสำคัญ
- 3) สถาบันการเงินให้บริการแก่ผู้ส่งออกเฉพาะด้านสินเชื่อเท่านั้น ขาดบริการด้านอื่นๆ เช่น ความรู้ทางด้านการตลาด การค้าประกันและการประกันการส่งออก

²¹ โดยมาตรการในครั้งแรกที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีการสนับสนุนการส่งออกทำในรูปของการรับช่วงซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ โดยออกประกาศรับช่วงซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงินให้เงินอันเกิดจากการค้าข้าว ในวันที่ 2 มกราคม 2499 ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน 2501 ได้ขยายบริการออกไปเป็นการรับช่วงซื้อลดตั๋วที่เกิดจากการส่งออกทั่วไป หลังจากนั้นก็ได้มีการปรับปรุงและแก้ไขวงเงิน ระยะเวลาในการให้เครดิต มีการเพิ่มเงื่อนไขให้รัดกุม ตลอดจนกระทั่งการปรับอัตราดอกเบี้ยให้เหมาะสม และมีความพยายามกระจายบริการไปสู่ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

²² “ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย” นักอุตสาหกรรม 3, 29 (ธันวาคม 2536) : 49-58.

- 4) ด้านธนาคารแห่งประเทศไทย ไม่สามารถขยายขอบเขตการให้สินเชื่อให้ครอบคลุมผู้ส่งออกรายย่อยและรายใหม่ได้ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์จะเป็นผู้คัดเลือกบุคคลที่ได้รับสินเชื่อ
- 5) ธนาคารแห่งประเทศไทยไม่สามารถปล่อยกู้ด้วยอัตราต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยตลาดได้ เนื่องจากอาจจะได้รับการโต้ตอบจากประเทศคู่ค้า เพราะเป็นการผิดข้อตกลง GATT ที่ไทยเป็นสมาชิกอยู่

ความเหมาะสมของมาตรการทางการเงิน

ดังที่กล่าวแล้วว่าการมีนโยบายอัตราดอกเบี้ยสูงที่ผ่านมา มีเหตุผลส่วนหนึ่งเนื่องจากเพื่อกระตุ้นการออม เป็นความต้องการควบคุมสภาพคล่องในระบบการเงินให้อยู่ในระดับที่คิดว่าเหมาะสม โดยเฉพาะในภาวะที่ต้องเผชิญกับวิกฤตต่างๆ และเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความต้องการสินเชื่อและปริมาณสินเชื่อ สำหรับในช่วงตั้งแต่ปี 2531 เป็นต้นมาเศรษฐกิจของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ระดับราคาสูงขึ้น และอัตราเงินเฟ้อได้เพิ่มขึ้น ประเทศไทยจึงยังจำเป็นต้องใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยสูงอยู่ และพยายามให้อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าภาคการส่งออก โดยคาดหวังว่าการสนับสนุนภาคการส่งออกจะเกิดประโยชน์แก่สังคมมากกว่าการสูญเสียประโยชน์จากการลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำกว่าผู้กู้ทั่วไป สำหรับในภาวะเศรษฐกิจในช่วงปี 2539 นโยบายอัตราดอกเบี้ยสูงที่ใช้อยู่ในขณะนั้นมีความเหมาะสมเพียงใด ความเหมาะสมของระดับอัตราดอกเบี้ยเป็นเรื่องที่ควรให้ความสนใจ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยของไทยเมื่อเทียบกับประเทศฮ่องกงและเกาหลีใต้ซึ่งมีอัตราเงินออมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติใกล้เคียงกับไทย (ประมาณ 35) พบว่าทั้งฮ่องกงและเกาหลีใต้มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าไทยมาก โดยฮ่องกงมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยในปี 2538 เป็นร้อยละ 8.75 และเกาหลีใต้เป็นร้อยละ 9.0 ขณะที่ไทยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 14.4²³

ภายใต้ นโยบายอัตราดอกเบี้ยสูง มาตรการทางการเงินโดยการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจะเป็นปัจจัยที่ทำให้สามารถส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากเป็นประโยชน์ในเรื่องการเสริมสภาพคล่องให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ส่งออก โดยเครื่องมือทางการเงินที่ธสน.ใช้ในการช่วยเหลือผู้ส่งออกได้ทำผ่านบริการหลักคือ บริการแพคกิ้งเครดิตซึ่งเป็นสินเชื่อที่ ธสน. ให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำกว่าสภาวะการตลาดแก่ผู้ส่งออกทั่วไป หรือผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกผ่านธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ผู้ส่งออกนำเงินไปใช้หมุนเวียนก่อนการส่งออกและ/หรือหลังการส่งออกในกรณีที่การขายมีกำหนดเวลาชำระเงิน โดยผู้ส่งออกต้องรายงานการนำเงินไปใช้ การทำแพคกิ้งเครดิตนั้น ธนาคารเพื่อการส่งออกและการนำเข้าแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ โดย ธสน.จะเป็นผู้ให้สินเชื่อร้อยละ 50 ของวงเงินที่ขอ โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 5 จากธนาคารพาณิชย์ ส่วนวงเงินที่เหลืออีกครั้งหนึ่งจะเป็นเงินของธนาคารพาณิชย์เองในการปล่อยสินเชื่อ

นอกจากนี้ยังมีอีกบริการหนึ่งที่จัดว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินได้ คือสินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออกเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อที่ต่ำกว่าสภาวะการตลาด สินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออกเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นวงเงินหมุนเวียนเพื่อให้ผู้ส่งออกนำเงินไปใช้ในการจัดเตรียมสินค้าก่อนส่งออก ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกแต่ละครั้งต้องไม่ต่ำกว่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยครอบคลุมถึงการส่งออกสินค้าทุกชนิด อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อประเภทนี้จะคิดตามอัตราดอกเบี้ยของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งโดยทั่วไปต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยของสกุลเงิน

²³ ข้อมูลจาก International Financial Statistics Yearbook.

บาท และยังเป็นภาระลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้แก่ผู้ส่งออก โดยผู้ส่งออกสามารถนำเงินดอลลาร์สหรัฐ ที่ได้จากการขายเอกสารการส่งออกไปใช้ชำระหนี้เงินกู้ได้ทันทีโดยไม่ต้องเปลี่ยนเป็นเงินบาท

นอกจากจะมี ธสน. เป็นสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อการส่งออกโดยตรงแล้ว ยังมีสถาบันการเงินอื่นๆ อีกที่ให้เงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เช่น บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) แต่โดยทั่วไปแล้ว IFCT จะเน้นการให้สินเชื่อแก่ภาคอุตสาหกรรมโดยรวม สำหรับการให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกโดยตรงพิเศษนอกจากจะมีแพคกิ้งเครดิตจาก ธสน. แล้ว ยังมีอีกหลายโครงการขึ้นกับแหล่งเงินที่ได้รับมาในแต่ละช่วง เช่น ที่ผ่านมาก็มีสินเชื่อเพื่อซื้อเครื่องจักรจากเดนมาร์ก เป็นต้น

ปัญหาของมาตรการทางการเงินกับการส่งออก

การประเมินว่า มาตรการที่ให้สินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ส่งออก เพื่อชดเชยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่สูง มีผลเพียงใดอาจพิจารณาได้จากผลของมูลค่าการส่งออกที่สนับสนุนด้วยบริการแพคกิ้งเครดิต ในปี 2537 ซึ่งเป็นปีแรกของการดำเนินงาน เงินทุนสำหรับบริการแพคกิ้งเครดิตเป็น 30,000 ล้านบาท โดยเป็นส่วนของกระทรวงการคลังอาวัลตัว 2,000 ล้านบาท เป็นเงินทุนแพคกิ้งเครดิตที่ใช้ได้จริง 28,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดมูลค่าการส่งออกที่สนับสนุนด้วยบริการแพคกิ้งเครดิต 117,715 ล้านบาท ส่วนในปี 2538 มูลค่าการส่งออกที่สนับสนุนด้วยบริการแพคกิ้งเครดิตก็ได้เพิ่มขึ้นเป็น 182,006 ล้านบาท สูงกว่าปีแรกทั้งที่มีเงินทุนแพคกิ้งเครดิตเท่าเดิม ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2537 ยังมีผู้ส่งออกที่ยังไม่ทราบการให้บริการของ ธสน. การประชาสัมพันธ์มากขึ้นทำให้ปี 2538 มีผู้ส่งออกมาขอรับบริการมากขึ้น ส่วนในปี 2539 ได้มีการปรับเปลี่ยนเงินทุนแพคกิ้งเครดิตที่ใช้ได้จริงโดยตัดให้กับสินเชื่อพาณิชย์นาวีซึ่งเป็นบริการหนึ่งของ ธสน. 2,000 ล้านบาท พบว่า มีผลให้มูลค่าการส่งออกที่สนับสนุนด้วยบริการแพคกิ้งเครดิตลดลงเป็น 178,067 ล้านบาท ข้อมูลแสดงว่าการให้บริการมีผลต่อการส่งออก การสอบถามความคิดเห็นของผู้ส่งออกจากการศึกษาของ ธัญรัตน์ โพธิ์วัฒน์ (2539)²⁴ ให้ผลว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57) เห็นว่าการใช้บริการสินเชื่อของผู้ส่งออกกับ ธสน. ช่วยให้ผู้ส่งออกขยายธุรกิจส่งออกได้มากขึ้น แต่ยังมีผู้ส่งออกบางส่วน (ร้อยละ 37) มีความคิดเห็นว่าส่งออกได้เหมือนเดิม

อย่างไรก็ตามยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจนว่าความช่วยเหลือทางการเงินของสถาบันพิเศษของทางการมีผลอย่างไรต่อการส่งออกโดยรวม การศึกษาของภาณุพงศ์ (2536)²⁵ ที่ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงสินเชื่อเพื่อการส่งออก

²⁴ ธัญรัตน์ โพธิ์วัฒน์. 2539. "การให้ความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อการส่งออก ศึกษากรณี : ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย." ภาคนิพนธ์ มหบัณฑิต คณะพัฒนาเศรษฐกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ได้ประเมินความคิดเห็นของผู้ส่งออกในประเด็นของการให้ความช่วยเหลือทางการเงินของธสน. โดยการสำรวจตัวอย่างของผู้ส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และผลิตภัณฑ์จากหนังในปี 2539 จำนวน 100 ราย เป็นผู้ส่งออกรายเล็ก (มีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยต่ำกว่า 100 ล้านบาทต่อปี) 55 ราย และเป็นผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาที่เริ่มส่งออกมากกว่า 5 ปี 73 ราย

²⁵ ภาณุพงศ์ นิธิประภา. 2536. "EXIM BANK กับการส่งออกของไทย" เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ณ โรงแรมริเจนท์ กรุงเทพมหานคร วันที่ 6 ตุลาคม 2536, รวบรวมโดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ของธนาคารแห่งประเทศไทย ไม่มีสหสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกรวม ซึ่งขณะนั้นยังไม่มี ธสน. แต่แพคกิ้งเครดิตที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีในตอนนั้น ตอนนี้ได้โอนมาให้ ธสน. ให้บริการอยู่

สาเหตุของความไม่สัมพันธ์กันของปริมาณการให้สินเชื่อของ ธสน. กับมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เป็นเพราะการให้สินเชื่อของ ธสน. ที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น มีปริมาณการให้สินเชื่อไม่มากนักเมื่อเทียบกับการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ โดยสัดส่วนของการให้สินเชื่อการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกของ ธสน. เป็นร้อยละ 1.30 ในปี 2537 ซึ่งเป็นปีแรกที่เริ่มเปิดดำเนินการ ขณะที่ธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 14.89 หรือจากการที่มูลค่าการส่งออกที่สนับสนุนด้วยแพคกิ้งเครดิต ซึ่งเป็นสินเชื่อประเภทที่ ธสน. ให้กู้สูงสุดมีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 12 ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาแหล่งเงินกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงอยู่ อย่างไรก็ตามสัดส่วนของการให้สินเชื่อการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกของ ธสน. ก็ได้เพิ่มขึ้นทุกปี ขณะที่สัดส่วนของธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุนมีทิศทางที่ลดลง โดยล่าสุดในปี 2540 สัดส่วนของการให้สินเชื่อการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกของ ธสน. เป็นร้อยละ 3.24 ขณะที่ธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 12.23 (ตารางที่ 5.14) ส่วนสาเหตุของสัดส่วนการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุนไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนว่าเป็นเพราะการมี ธสน. เนื่องจากในปี 2540 บริษัทเงินทุนหลายแห่งได้ถูกระงับการให้บริการ ซึ่งมีผลให้การให้สินเชื่อต่อผู้ส่งออกลดลงไปด้วย และการให้กู้ของ ธสน. เองก็ยังมีข้อจำกัดในเรื่องปริมาณของเงินทุนที่ได้รับในแต่ละปี

ขอบเขตของการทำงานของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ยังมีข้อจำกัดที่มีสำนักงานสาขาเพียง 3 แห่ง ทำให้ไม่สามารถกระจายแหล่งเงินกู้ไปให้กับผู้ส่งออกโดยตรงได้เอง บริการแพคกิ้งเครดิตซึ่งเป็นบริการหลักของเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำจึงต้องอาศัยสถาบันการเงินอื่นเพื่อกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของประเทศ เช่น ธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นผู้ร่วมให้สินเชื่อในบริการแพคกิ้งเครดิต จะเป็นผู้มีอำนาจในการอนุมัติวงเงินและรายละเอียดของวงเงิน ซึ่งลูกค้าที่มีฐานะทางการเงินและการดำเนินงานที่มั่นคงเท่านั้นที่จะได้รับแพคกิ้งเครดิต ส่วนลูกค้ารายย่อยก็จะได้รับเงินกู้เพื่อการส่งออกในอัตราเดียวกับลูกค้าทั่วไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของธนาคาร นั่นคือ ลูกค้ารายย่อยก็ยังคงมีปัญหาด้านการมีต้นทุนทางการเงินสูงอยู่ สำหรับการให้บริการแก่ผู้ส่งออกของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยพบว่า²⁶ ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากผู้กู้ส่วนใหญ่เห็นว่า การใช้แพคกิ้งเครดิต มีเงื่อนไขในการใช้ยาก และจะต้องใช้เอกสารประกอบมากมาย นอกจากนี้สำหรับเงินกู้ประเภทอื่น ลูกค้าที่มาติดต่อไม่สามารถหาหลักประกันมาประกันเงินกู้ได้เพียงพอ จึงไม่เข้าข่ายตามเกณฑ์พิจารณาเงินกู้ของบริษัท และอัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขของสินเชื่อเพื่อการส่งออกบางแหล่งมีข้อจำกัดในการใช้

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นว่ามาตรการทางการเงินที่มีอยู่นี้ยังไม่สามารถช่วยเหลือผู้ส่งออกได้เท่าที่ควร เนื่องจากการที่ปริมาณสินเชื่อเพื่อการส่งออกนั้นยังไม่พอเพียงกับความต้องการ ยังต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ ผู้ส่งออกจึงมีภาระด้านอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าหลายประเทศที่เป็นคู่แข่งกัน โดยเฉพาะในช่วงต้นปี 2541 วิกฤติเศรษฐกิจทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทยต้องตรึงอัตราดอกเบี้ยสูงไว้ ถึงแม้ว่าในช่วงปลายปี 2541 นี้รัฐบาลจะคลี่คลายปัญหาทำให้อัตราดอกเบี้ยลดต่ำลงมาได้ แต่ยังไม่สามารถช่วยผู้ประกอบการได้ เนื่องจากหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของสถาบันการเงินทั้งระบบสูงมาก ในเดือนตุลาคม เป็นร้อยละ 42.33 ของสินเชื่อรวมทั้งระบบ

²⁶ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

โดยธนาคารพาณิชย์ไทยมีหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ร้อยละ 46.02 ประกอบกับธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดมาตรฐานการกันสำรองต่อการปล่อยสินเชื่อที่เข้มงวดตามมาตรฐานสากลมากขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องลดลงและต้องมีการเพิ่มทุน ในช่วงวิกฤตินี้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งมีเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงต่ำกว่ามาตรฐาน และยังไม่เพิ่มทุนได้ ทำให้ธนาคารพาณิชย์ระมัดระวังอย่างมากในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ โดยเฉพาะการปล่อยสินเชื่อใหม่ เพราะหากได้ลูกค้าที่ไม่มีคุณภาพ จะทำให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น และสถาบันการเงินจะต้องมีภาระในการเพิ่มทุนมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงเป็นปัญหาด้านการเงินที่ต้องแก้ไขสำหรับผู้ส่งออก

ตารางที่ 5.14 มูลค่าสินค้าส่งออกและสินเชื่อเพื่อการส่งออกของธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน EXIM BANK และ IFCT

ปี	มูลค่าสินค้าออก (ล้านบาท)	สินเชื่อเพื่อการส่งออก							
		ธนาคารพาณิชย์		บริษัทเงินทุน		EXIM BANK		IFCT	
		ปริมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน ต่อสินค้า ออก (%)	ปริมาณ ¹ (ล้านบาท)	สัดส่วน ต่อสินค้า ออก (%)	ปริมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน ต่อสินค้า ออก (%)	ปริมาณ ² (ล้านบาท)	สัดส่วน ต่อสินค้า ออก (%)
2535	815202	116651	14.31	4282	0.53				
2536	921433	135297	14.68	5884	0.64				
2537	1118049	166505	14.89	8901	0.80	14541	1.30		
2538	1381660	182710	13.22	10027	0.73	25113	1.82	6657	0.48
2539	1378902	196056	14.22	12355	0.90	31936	2.32	8886	0.64
2540	1790164	218899	12.23	6258	0.35	58057	3.24	5670	0.32

หมายเหตุ: ¹ รวมธุรกรรมจาก interbank และ out-in BIBF ด้วย

² คิดจากลูกค้าที่มูลค่าการส่งออกมากกว่าร้อยละ 30

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออก

จากการศึกษาข้างต้นบ่งชี้ว่าปัญหาที่ทำให้การส่งออกไทยลดลงไปในปี 2539 มาจากหลายสาเหตุ (ดังที่ยกตัวอย่างในหน้า 2 บทที่ 1) สาเหตุที่สำคัญที่สุดมาจากสภาวะทางการค้าโลกที่ไม่เอื้อต่อการขยายตัวของการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย ดังจะเห็นได้จากที่ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เคยมีการขยายตัวของการส่งออกสูงขยายตัวต่ำลงมามาก แต่การศึกษาพบว่า การส่งออกของไทยขยายตัวต่ำกว่าประเทศอื่นในเอเชียทั้งสิ้น แสดงว่า ปัจจัยภายในประเทศไทยเองมีผลซ้ำเติม ซึ่งปัจจัยที่สำคัญคือ อัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้น นอกจากนี้มาตรการอัตราดอกเบี้ยสูง ปัญหาด้านโครงสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เปลี่ยนไป รวมทั้งการบริการบางอย่างของรัฐบาล ทำให้เอกชนมีต้นทุนสูงขึ้น ส่วนประเด็นที่ว่า การส่งออกในปี 2538 สูงเกินความเป็นจริงทำให้อัตราการเพิ่มในปีต่อมาต่ำกว่าที่ควร เป็นสาเหตุสำคัญอันหนึ่งนั้นหลักฐานไม่ยืนยัน เนื่องจากในช่วงหลังปี 2539 การส่งออกก็ยังชะลอตัว ซึ่งมาจากปัจจัยด้านต่างประเทศและภายในประเทศยังไม่เอื้อต่อการส่งออก ซึ่งในส่วนนี้จะพูดถึงปัจจัยที่สำคัญบางประการ

สภาวะการค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ในบทที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการส่งออกของไทยและมีส่วนในการอธิบายชะงักงันของการขยายตัวของการส่งออกในปี 2539 ในบรรดาปัจจัยเหล่านี้ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งคือสภาวะแวดล้อมของการค้าระหว่างประเทศที่มีการขยายตัวไม่สูงมากในปีนั้น เนื่องจากประเทศอุตสาหกรรมหลายประเทศและประเทศในเอเชียมีมาตรการที่จะลดความต้องการในประเทศเพื่อแก้ปัญหาด้านเสถียรภาพ กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งมีสัดส่วนการค้าระหว่างประเทศสูงจึงมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง การศึกษาทางเศรษฐมิติได้ยืนยันว่า ตัวแปรด้านรายได้ของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย เป็นปัจจัยหลักอันหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการส่งออก โดยมีนัยยะสำคัญทางสถิติในสมการที่ประมาณการสินค้าส่งออกของไทยที่ทำการศึกษา นอกจากนี้การที่สินค้าคงคลังในการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีสูง เนื่องจากการผลิตที่มีมากในช่วงปี 2538 ทำให้การส่งออกอิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการขยายตัวน้อยมากและมีราคาต่ำ ส่งผลต่อการค้าโลกโดยรวม ซึ่งสภาวะแวดล้อมของโลกในปี 2539 นี้ทำให้การส่งออกของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หลายประเทศมีการขยายตัวลดลงอย่างมากไม่เฉพาะกรณีของประเทศไทย

อัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2539 ปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนมีผลทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันของไทยลดลง การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงพบว่า เงินบาทมีค่าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเงินตราสกุลสำคัญของโลกและค่าเงินของประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้เป็นเพราะอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นทางการของเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาไม่มีการเปลี่ยนแปลงมาก แต่ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับเงินสกุลอื่น อีกทั้งอัตราเงินเฟ้อของไทยก็สูงขึ้นในช่วงนั้นด้วย นอกจากนี้การที่ประเทศจีนมีการลดค่าเงินก็ส่งผลให้ราคาสินค้าของจีนสามารถแข่งขันในตลาดได้สูงขึ้น มีผลในทางลบต่อการส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นของไทย ทั้งนี้การศึกษาทางเศรษฐมิติยืนยันว่าอัตราแลกเปลี่ยนของไทยและประเทศคู่แข่งมีผลต่อการส่งออกของไทยในบางสินค้า เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องนุ่งห่ม ในบางตลาด การศึกษาทางเศรษฐมิติในด้านของผลของอัตราแลกเปลี่ยนของไทยมีปัญหาจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนของไทยในอดีตมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ข้อมูลยังไม่ครอบคลุมในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีการผันผวนในระยะหลัง ทำให้ความสัมพันธ์ในทางสถิติระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนและการส่งออกไม่ชัดเจนในหลายสินค้า

อย่างไรก็ตามผลของอัตราแลกเปลี่ยนต่อการส่งออกสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลหลังการเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นระบบลอยตัวในเดือนกรกฎาคม 2540 ซึ่งทำให้ค่าเงินบาทลดลง ทั้งนี้การส่งออกของไทยในไตรมาสต่อมามีการขยายตัวสูงขึ้นกว่าระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา สินค้าหลายชนิดมีอัตราการขยายตัวในรูปของเงินดอลลาร์สูงขึ้น สินค้าบางชนิดที่เป็นสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นที่มีการอัตราการเพิ่มในรูปเงินดอลลาร์ไม่มากก็มีการขยายตัวของปริมาณการส่งออกสูงขึ้น สาเหตุที่การลดค่าเงินบาทไม่มีผลต่อการขยายตัวต่อการส่งออกเท่าที่ควร มีเหตุผลจากการที่ปัญหาเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจและความต้องการสินค้าของในภูมิภาคนี้ลดลง ซึ่งนอกจากจะส่งผลต่อการส่งออกของไทยที่มีสัดส่วนการค้ากับประเทศในภูมิภาคนี้สูงแล้ว ยังส่งผลให้การค้าและการผลิตของโลกมีการขยายตัวต่ำ การพยากรณ์การขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลกต้องมีการปรับลดเป็นระยะ เช่น กองทุนการเงินระหว่างประเทศพยากรณ์ในเดือนพฤษภาคมนี้ว่า อัตราการขยายตัวผลผลิตของโลกในปี 2541 จะเป็นร้อยละ 3.1 ลดลงจากการคาดการณ์ในเดือนตุลาคม 2540 ว่าจะเป็นร้อยละ 4.5 (IMF 1997)

นอกจากนี้หลังจากที่ประเทศไทยมีการปรับระบบอัตราแลกเปลี่ยนแล้ว ประเทศอื่นในเอเชียก็มีการปรับอัตราแลกเปลี่ยนเช่นกัน มีลักษณะเป็น competitive devaluation (Corstti Giancarlo and others 1998) ค่าของเงินของประเทศในเอเชียเมื่อเทียบกับเงินบาท จึงไม่เปลี่ยนแปลงเท่ากับค่าเงินบาทที่ลดลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ เป็นการลดผลของการปรับค่าเงินไทยต่อการส่งออก การที่ประเทศในภูมิภาคมีการปรับค่าเงินเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ถ้าเราไม่มีการเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนปัญหาด้านการส่งออกจะสูงกว่นี้ การปกป้องค่าเงินบาทในช่วงปี 2540 จึงมีผลเสียต่อการส่งออกและทุนสำรองระหว่างประเทศอย่างมาก

ปัจจัยในประเทศด้านอัตราดอกเบี้ยและสภาพคล่อง

อัตราดอกเบี้ยในอดีตของไทยสูงมาเป็นเวลานานเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก อีกทั้งปัญหาลำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การขยายตัวของส่งออกหลังการปรับค่าเงินบาทไม่สูงมากและมีการขยายตัวในรูปเงินดอลลาร์ลดลงในระยะหลัง มาจากปัญหาภาคการเงินภายในประเทศเอง สืบเนื่องจากจากการปิดบริษัทเงินทุน 56 แห่ง การชะลอตัวทาง

เศรษฐกิจส่งผลให้ทำให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์สูงขึ้น การที่ธนาคารพาณิชย์มีหนี้ต่างประเทศสูง และสถาบันการเงินหลายแห่งเป็นหนี้กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงิน รวมทั้งการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ มีกฎการตั้งสำรองเข้มงวดขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ระบบการเงินขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ส่งออกมีปัญหาในการเข้าถึงสินเชื่อ จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ส่งออกไม่สามารถขยายวงเงินสินเชื่อได้ (ถ้าหาก ไม่ถูกลดหรือตัดวงเงิน) ทำให้เพิ่มการผลิตได้ยากแม้ว่ามีความต้องการสินค้าจากต่างประเทศเพิ่ม ในแบบสอบถามที่ ผู้วิจัยสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการพบว่า ปัญหาสภาพคล่องและสินเชื่อก็เป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่ง รอง ลงมาจากต้นทุนวัตถุดิบ ทั้งนี้ผู้ที่ระบุว่ามีปัญหาสภาพคล่องร้อยละ 44 ระบุว่าเพราะอัตราดอกเบี้ยสูง ร้อยละ 34 ชี้ว่าเป็นการขาดแคลนแหล่งเงินทุน ส่วนร้อยละ 15 ระบุว่าขาดความสะดวกในการรับเงินกู้

ปัจจัยด้านโครงสร้าง

ปัจจัยจากด้านอัตราแลกเปลี่ยนและสภาวะแวดล้อมโลก สามารถอธิบายความชะงักงันในการส่งออกของไทย และเอเชียตะวันออกในปี 2539 ได้ แต่ถ้าพิจารณาแนวโน้มการส่งออกและปัจจัยภายในประเทศของเรา จะเห็นชัดว่า เรามีปัญหาด้านโครงสร้างของความสามารถในการแข่งขัน ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) แสดงว่า สินค้าเกษตรแม้ว่ายังมีความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบอยู่ แต่ก็มีค่า RCA ลดลงและเวียดนามก็ เป็นคู่แข่งในหลายสินค้า โดยเฉพาะด้านปศุสัตว์ สินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ลดลงอย่างชัดเจน โดยจีนและเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญ สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีเข้มข้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น แต่จีนก็ยังเป็นคู่แข่งอยู่ในหลายสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี 2539 และ 2540 ในตลาดที่สำคัญของ ไทย พบว่าสินค้าที่ใช้ทรัพยากรเป็นฐานและใช้แรงงานหลายประเภทมีปัญหาในการส่งออกในทุกตลาด สินค้าที่ใช้ ทักษะก็มีคู่แข่งมากขึ้น โดยเฉพาะเม็กซิโกในตลาดสหรัฐอเมริกา และจีนในทุกตลาดที่ศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยในประเทศก็เห็นเช่นกันว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน สินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นจะประสบปัญหาที่ค่าแรงของไทยมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงเทียบกับประเทศ กำลังพัฒนา อีกทั้งแรงงานยังมีการศึกษาน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

ปัญหาจากมาตรการและบริการของรัฐ

มาตรการและบริการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกพบว่า มีหลายมาตรการที่เป็นภาระแก่ผู้ส่งออก เช่น การ ที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง การที่ความทั่วถึงและคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานที่ด้อยกว่าประเทศอื่น และการบิดเบือนของ โครงสร้างอัตราภาษีศุลกากร เป็นต้น โดยเฉพาะในส่วนของมาตรการทางภาษี ซึ่งเป็นผลส่วนหนึ่งจากนโยบายการ พัฒนาอุตสาหกรรมทำให้ไทยมีอัตราภาษีศุลกากรสูงกว่าประเทศอื่น และให้ความคุ้มครองในอุตสาหกรรมส่งออกต่ำ ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออก โดยการคืนอากรขาเข้าวัตถุดิบที่ได้เสียไว้ การให้ขดเชยค่าภาษี อากรสินค้าส่งออก และภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น โดยภาษีเหล่านี้จะได้คืนภายหลัง ปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาจากการจัด ระบบให้ความช่วยเหลือแบบนี้ก็คือ ความล่าช้าในการขอคืนภาษี ส่งผลให้ผู้ส่งออกมีสภาพคล่องลดลง และมีภาระ

ต้นทุนดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ในทำนองเดียวกันมาตรการทางการเงิน โดยปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ส่งออกในอัตราดอกเบี้ยต่ำนั้น ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาที่ผู้ส่งออกยังต้องมีต้นทุนอัตราดอกเบี้ยสูงจากการกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ใหญ่ได้ เนื่องจากมีปริมาณการให้สินเชื่อไม่เพียงพอกับความต้องการ ซึ่งคำตอบจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการก็ได้แสดงถึงปัญหาจากการบริการของรัฐโดยเฉพาะด้านการเงินและการคลังนี้

สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่มีการสะสมมาและเมื่อไม่มีการแก้ไขจึงเป็นการซ้ำเติมให้ปัญหามีความรุนแรงขึ้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการชะลอตัวในการส่งออกจึงมีลักษณะเป็นปัญหาด้านมาตรการและบริการของรัฐอยู่ด้วย และเหตุการณ์ในปี 2539 ทำให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกของไทยลดลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงกว่าหลายประเทศ

2. สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศในอนาคต

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเปิด ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจโลกจะส่งผลกระทบต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคในการส่งออก การพิจารณาแนวโน้มสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจโลกจะทำให้เห็นภาพการส่งออกของไทยในอนาคตได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางยุทธศาสตร์การส่งออกต่อไป ทั้งนี้ประเด็นสำคัญในอนาคตที่จะมีนัยยะต่อการส่งออกสรุปได้ดังนี้

ประเทศต่างๆ จะมีความสัมพันธ์มากขึ้นลึกซึ้งขึ้นทั้งด้านการค้า การลงทุน และการเงิน จากการที่ประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศสังคมนิยมในอดีต มีการเปิดประเทศเพื่อการค้าการลงทุนมากขึ้น ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาส่งออกสู่ตลาดโลกมากขึ้น ความสำเร็จในอดีตของประเทศเอเชียตะวันออก เป็นแบบให้ประเทศกำลังพัฒนาแทบทุกประเทศใช้มาตรการการส่งออกนำการขยายตัวของเศรษฐกิจ ยกเลิกการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยใช้ยุทธศาสตร์ทดแทนการนำเข้าเป็นหลัก สัดส่วนการค้าของประเทศกำลังพัฒนาจึงเพิ่มจากร้อยละ 29 ของการค้าโลก ในปี 2536 มาเป็นร้อยละ 32 ในปี 2539 ความกระตือรือร้นของประเทศกำลังพัฒนาในการเข้าสู่การค้าโลกจะเห็นได้จากที่ประเทศกำลังพัฒนามีบทบาทมากขึ้นในการเจรจาการค้าเขตเสรีรอบอุรุกวัย (ไมตรี อังภากรณ์ 2538)

ประเทศต่างๆ ทั้งประเทศอุตสาหกรรมและประเทศกำลังพัฒนาเห็นความสำคัญของการลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งเรื่องของการลงทุนโดยตรงและการลงทุนทางการเงิน โดยเห็นว่าการลงทุนจากต่างประเทศจะเป็นการนำเทคโนโลยี การตลาด และการขยายทุน เข้าสู่ประเทศ ต่างกับทัศนะในอดีตที่ประเทศกำลังพัฒนามองว่าการลงทุนจากต่างประเทศเป็นการลู่ล้าอธิปไตยทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้บริษัทข้ามชาติก็มีการผลิตเป็นลักษณะเครือข่ายทั่วโลก ใช้ประโยชน์จากการที่ต้นทุนด้านการขนส่งและโทรคมนาคมลดลงอย่างรวดเร็ว จึงหาแหล่งในการผลิตแต่ละขั้นตอนในประเทศที่มีต้นทุนเหมาะสมที่สุด ไม่จำเป็นต้องมีการผลิตทุกขั้นตอนในที่ใดที่หนึ่ง การลงทุนโดยตรงมีจึงมีการขยายตัวสูงมากคือเป็นร้อยละ 17.7, 16.0, 27.5 ในปี 2536, 2537 และ 2538 ตามลำดับ ปี 2539 การลงทุนโดยตรงของโลกลดลงเล็กน้อย เนื่องการลงทุนในสหภาพยุโรปลดลง ประเทศต่างๆ มีการลดกฎเกณฑ์การควบคุมการลงทุนจากต่างชาติลง โดยในปี 2534 มี 35 ประเทศปรับปรุงกฎเกณฑ์ให้เสรีมากขึ้น และในปี 2539 มี 65 ประเทศ (JETRO 1998)

นอกจากการลงทุนโดยตรงแล้ว ความสัมพันธ์ทางการเงินระหว่างประเทศมีสูงขึ้น จากการที่มีสถาบันจัดการด้านการลงทุนซึ่งจะพิจารณาการลงทุนในตลาดทั่วโลก ประเทศกำลังพัฒนามีการพัฒนาตลาดทุนสนับสนุนการลงทุน

ทางการเงินจากต่างประเทศ การกู้ยืมเงินจากตลาดการเงินระหว่างประเทศมากขึ้น ความสัมพันธ์ทางการค้าการลงทุนที่สูงขึ้น ทำให้การซื้อขายเงินตราต่างประเทศมีถึงวันละ 1.2 ล้านล้านดอลลาร์ สรอ. คิดเป็นร้อยละ 85 ของเงินสำรองระหว่างประเทศของทุกประเทศรวมกัน เพิ่มจากวันละ 2 แสนล้านดอลลาร์ สรอ. ในช่วงทศวรรษ 1980 ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ จึงมีผลกระทบต่อประเทศต่างๆ มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศมีความซับซ้อนขึ้น ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการเจรจาการค้า จะมีทั้งลักษณะของพหุภาคี ภูมิภาคและทวิภาคี แต่ละเวทีจะมีวิธีการและความตกลงแตกต่างกันไป เวทีที่มีความสำคัญต่อไทย คือ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization) เอเปค (APEC—Asia-Pacific Economic Cooperation) และอาเซียน (ASEAN—Association of Southeast Asian Nations) ซึ่งความตกลงในองค์การการค้าโลก เป็นกรณีเดียวที่เป็นพันธกรณีผูกพันตามกฎหมาย การเจรจาเขตการค้าเสรีผ่านหลายรอบทำให้การกีดกันการค้าโดยใช้ภาษีลดลง และการเจรจาครอบคลุมทำให้มีประเด็นใหม่ในความตกลง เช่น สินค้าเกษตร การค้าบริการ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการขยายขอบเขตการเจรจาไปอย่างมาก ความตกลงในบางเรื่องเป็นการตกลงที่ยังไม่มีการเปิดเสรีมากนัก เนื่องจากยังมีประเด็นยังไม่เห็นตรงกันมาก เช่น กรณีของการค้าบริการ การค้าสินค้าเกษตร จึงให้มีการเจรจาต่อไปเป็นรายสาขาหลังรอบอุรุกวัย และการค้าบริการตกลงให้มีการเจรจาต่อไปในปี ค.ศ.2000 กำหนดการเจรจาและเปิดตลาดที่มีความตกลงทั้งในระดับพหุภาคีและภูมิภาคในหลายประเด็นดังได้แสดงในตารางที่ 6.1 นอกจากนี้ได้มีการหยิบยกประเด็นทางการค้าการลงทุนใหม่ๆ ขึ้นมาเจรจาในเวทีต่างๆ โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการจะทำให้กฎเกณฑ์ภายในของประเทศต่างๆ มีมาตรฐานใกล้เคียงกัน มีความโปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติไม่เป็นอุปสรรคทางการค้า เช่น การลงทุน นโยบายการแข่งขัน สิ่งแวดล้อม และแรงงาน

ในด้านความสัมพันธ์ในภูมิภาคก็มีการรวมกลุ่มกันมากขึ้น แต่ละกลุ่มมีการขยายสมาชิก และมีความตกลงที่จะลดภาษี ลดการกีดกันทางการค้า ทำความตกลงให้การค้า การลงทุน และการเคลื่อนย้ายบุคลากรมีความเสรีมากขึ้น โดยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะมีความลึกมากกว่าการตกลงในระดับพหุภาคี แต่จะเป็นการให้สิทธิประโยชน์กับสมาชิกเท่านั้น

ความตกลงทางการค้าในอนาคตทำให้มาตรฐานภายในและระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น เนื่องจากความพยายามที่จะให้กฎเกณฑ์ต่างๆ มีความเป็นสากล การกีดกันการค้าจะลดลง โดยเฉพาะทางด้านภาษี แต่ก็มีหลักฐานว่ามีการใช้เครื่องมืออื่นกีดกันการนำเข้า เช่น การอ้างการป้องกันการทุ่มตลาด การตั้งมาตรฐานที่สูง และการยกประเด็นการทำลายสิ่งแวดล้อม ในด้านการลงทุนและการเคลื่อนย้ายบุคคลมีแนวโน้มที่จะมีความเสรีขึ้น สำหรับการรวมกลุ่มในภูมิภาคทำให้การแข่งขันของประเทศนอกกลุ่มจะทำได้ยากขึ้น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ฝ่ายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ 2541)

การค้าและการผลิตต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มาตรฐาน สิทธิมนุษยชน กระแสแนวคิดประชาธิปไตย พหิภาคี สิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นกระแสแนวคิดหลักของโลก ทั้งนี้เมื่อแนวโน้มของรายได้ของประเทศต่างๆ สูงขึ้น ก็มีความคิดที่ต้องการสังคมที่ดีเป็นสังคมอารยะ ทั้งของตนเองและประเทศอื่น สินค้าจากประเทศที่มีลักษณะขัดกับแนวคิดนี้จะไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดได้ ดังจะเห็นว่ามีกระแสการต่อต้านสินค้าที่ใช้แรงงานเด็กหรือนักโทษ การประมงที่ทำลายสัตว์อนุรักษ์ เป็นต้น ปัจจัยทางด้านการเมือง การปกครอง สังคมและสิ่งแวดล้อมจึงมีผลต่อการส่งออกและการเป็นที่ยอมรับของประชาคมโลก

ตารางที่ 6.1 การเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ

ปี ค.ศ.	ข้อตกลง	แนวทางการดำเนินการ
1996	GATT	- ประเทศอุตสาหกรรมปรับกฎหมายให้สอดคล้องกับข้อตกลงทรัพย์สินทางปัญญา (TRIP) - เส้นตายการเจรจาเปิดตลาดการบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน เดือนเมษายน และการขนส่งทางทะเล เดือนมิถุนายน
1997	GATT	- ประเทศอุตสาหกรรมยกเลิกมาตรการด้านการลงทุนที่มีผลต่อการกีดกันทางการค้า (TRIM)
1999	GATT	- ประเทศสมาชิกต้องลดภาษีลงตามข้อตกลงถึงขั้นต่ำ (การลดภาษีต้องทำมาทุกปี ตั้งแต่ 1995) - กำหนดเจรจาเรื่องการจัดซื้อของรัฐบาล (Government procurement)
2000	GATT	- ประเทศกำลังพัฒนาปรับกฎหมายให้สอดคล้องกับข้อตกลงทรัพย์สินทางปัญญา (TRIM) - ประเทศกำลังพัฒนากยกเลิกมาตรการด้านการลงทุนที่มีผลต่อการกีดกันทางการค้า (TRIM) - ประชุมพหุภาคี ทบทวนการดำเนินการตามข้อตกลงด้านการเกษตรของ GATT และเจรจาต่อรอบเปิดเสรีภาคเกษตรต่อไป
	ITA	- ประเทศสมาชิกยกเว้นประเทศกำลังพัฒนาบางประเทศต้องลดภาษีสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศถึงขั้นต่ำ (การลดภาษีทำมา 4 ครั้ง ครึ่งละ 25% โดยเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 1997)
	GATS	- กำหนดให้มีการเจรจาเปิดเสรีทางการค้าบริการต่อไป
	AFTA	- ภาษีศุลกากรของสินค้าในกลุ่ม fast track ลดลงเหลือ 5%
2001	GATT	- ประเทศอุตสาหกรรม ลดภาษีศุลกากรสินค้าเกษตร โดยเฉลี่ยเหลือ 36 % โดยลดแต่ละรายการอย่างน้อย 15 % - ประเทศอุตสาหกรรมลดการให้การอุดหนุนการผลิตสินค้าเกษตร 20% ลดการให้เงินอุดหนุนการส่งออก 36% และลดการอุดหนุนลง 21% ของปริมาณการส่งออก
2003	AFTA	- สินค้าในกลุ่ม normal track ลดภาษีลงเหลือ 0-5% นั่นคือครอบคลุมประมาณ 99% ของสินค้าที่ขายใน ASEAN
2005	GATT	- ประเทศกำลังพัฒนาลดภาษีสินค้าเกษตรรวมเฉลี่ย 24% โดยลดแต่ละรายการอย่างน้อย 10% - ประเทศกำลังพัฒนา ลดการให้การอุดหนุนการผลิตสินค้าเกษตร 13% ลดเงินอุดหนุนการส่งออก 24% และลดการอุดหนุน 14% ของปริมาณการส่งออก
	GATS	- 1 มกราคม สินค้า textile and garment ทุกชนิดจะเข้าสู่ข้อตกลง GATT เป็นการเปิดการค้าเสรี ยกเลิกการจำกัดการนำเข้าภายใต้ Multifiber arrangement (MFN)
	NAFTA	- หกเดือนเวลาการยกเว้น MFN ในข้อตกลง GATS - ตั้งเป้าหมายเป็น เขตเศรษฐกิจเสรีในทวีปอเมริกา
2010	APEC	- ตั้งเป้าหมายให้เป็นเขตเศรษฐกิจเสรีในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก โดยประเทศอุตสาหกรรมในกลุ่มจะดำเนินการเปิดเสรีให้เสร็จสิ้นในปีนี้ (ยังไม่มีกำหนดมาตรการที่ชัดเจน)
2020	APEC	- ตั้งเป้าหมายเป็นเขตเศรษฐกิจเสรี โดยประเทศกำลังพัฒนาอุตสาหกรรมในกลุ่มจะดำเนินการเปิดเสรีให้เสร็จสิ้นในปีนี้

นัยยะต่อการส่งออกไทยในอนาคต

จากแนวโน้มสภาพแวดล้อมโลกเป็นที่ชัดเจนว่า ในอนาคตการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ จะมีความเสรีมากขึ้นทั้งจากที่เป็นนโยบายโดยเอกเทศของประเทศส่วนใหญ่และแรงผลักดันจากเวทีระดับพหุภาคีและภูมิภาค การแข่งขันจึงทวีความเข้มข้นขึ้น ผลจากวิกฤตเศรษฐกิจและการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้คาดการณ์ว่า การส่งออกในอนาคตของ

ไทยจะไม่ขยายตัวสูงมากเป็นตัวเลขสองหลักเช่นในอดีต การประมาณการของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (สิงหาคม 2541)²⁷ คาดว่าการส่งออกในช่วงปี 2540 – 2544 (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8) จะขยายตัวร้อยละ 4.66 (ในรูปของเงินดอลลาร์) การส่งออกจะขยายตัวสูงขึ้นเป็นร้อยละ 6.03 และ 6.07 ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 และ 10 ตามลำดับ ซึ่งทำให้อัตราการขยายตัวของรายได้ประชาชาติต่ำกว่าในอดีตมากโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.6 ในช่วงแผน 8 และร้อยละ 4.7 ในช่วงแผน 9 และ 10

จากสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันมากขึ้น การส่งออกต้องเป็นไปตามกติกาและกระแสแนวคิดสากล การอุดหนุนหรือการปกป้องการอุตสาหกรรมจะทำได้ยากขึ้น สินค้าส่งออกที่ยั่งยืนจะเป็นไปตามความได้เปรียบของแต่ละประเทศ สินค้าเกษตรไทยหลายชนิดจะมีความได้เปรียบ เนื่องจากการเกษตรจะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมในการเพาะปลูกแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ประเทศอื่นจะลอกเลียนได้ยาก ความตกลงเขตการค้าเสรีที่เปิดตลาดสินค้าเกษตรก็จะมีผลดีต่อการส่งออกไทย และผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องให้มีการเจรจาให้เปิดตลาดสินค้าเกษตรที่กว้างขวางต่อไป ประเทศไทยจึงไม่สามารถละเลยการส่งออกสินค้าเกษตรได้ แต่สินค้าเกษตรและอาหารโดยทั่วไปจะมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่ำ แนวโน้มการขยายตัวจึงไม่สูง และราคาสินค้าเกษตรขึ้นปรุ้มมีความผันผวนโดยมีแนวโน้มที่จะลดลง การส่งเสริมด้านเกษตรจึงควรเป็นผลผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีความต้องการในตลาดโลก ซึ่งไทยจะมีความได้เปรียบในสินค้าหลายประเภท เช่น ข้าวพันธุ์ดี ผัก ผลไม้ อาหารแปรรูป ทั้งนี้จะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการตลาดเพื่อให้ส่งออกได้สะดวก ไม่เสี่ยงง่าย และอยู่ในรูปแบบที่เป็นที่ต้องการของตลาด

ในส่วนของสินค้าอุตสาหกรรม ในอนาคต สินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกับประเทศกำลังพัฒนาไม่ได้ ความตกลงเปิดเสรีตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จะทำให้ไทยเผชิญกับการแข่งขันมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศจีน อุตสาหกรรมเหล่านี้คงจะมีขนาดเล็กลงมากถ้าจะผลิตโดยเน้นการใช้แรงงานและกำหนดราคาให้ต่ำเป็นยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน ถ้าจะแข่งขันให้ยั่งยืน การปรับตัวของอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะเดียวกับการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศนิคส์และประเทศอุตสาหกรรมในอดีต เมื่อเผชิญกับการแข่งขันในสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น คือต้องมีการปรับปรุงเครื่องจักร กระบวนการผลิตและเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมีการใช้ทักษะและเทคโนโลยีสูงขึ้น สินค้ามีคุณภาพ การแข่งขันจึงไม่ขึ้นอยู่กับราคาต่ำแรงเป็นหลัก ในอุตสาหกรรมที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลงเหล่านี้ จึงยังมีช่องทางตลาดที่สามารถส่งออกได้ถ้ามีการปรับตัวในกระบวนการผลิตหรือประเภทผลิตภัณฑ์ จะเห็นว่าอิตาลีและฮ่องกงเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า และรองเท้า แต่เป็นสินค้าที่มีราคาแพง เพราะมีคุณภาพและแบบเป็นที่นิยม ต่างจากสินค้าในกลุ่มนี้ของประเทศกำลังพัฒนา

สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยี/ทักษะซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยในช่วงหลังนี้เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสนใจในอนาคต เนื่องจากมีสัดส่วนการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกรวมสูงและยังมีแนวโน้มที่สามารถแข่งขันได้อยู่ -โดยสินค้ากลุ่มนี้มีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูง จึงมีศักยภาพที่จะขยายตัวเมื่อประเทศต่างๆ ในโลกมีรายได้ประชาชาติสูงขึ้น ทั้งนี้อุตสาหกรรมหลายประเภทมีลักษณะเป็นเครือข่ายระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดจะ

²⁷ ในการประมาณการมีข้อสมมุติว่าอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเป็น 40 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์ในปี 2541 และ 36 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์ในปีต่อไป

ทำได้สะดวกเมื่อมีพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทต่างประเทศ ดังนั้นการส่งเสริมให้มีการลงทุนจากต่างประเทศและพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีเป็นมาตรการที่สำคัญในการผลิตและส่งออกอุตสาหกรรมประเภทนี้

สินค้าเกี่ยวกับโทรคมนาคมและสารสนเทศจะเป็นสินค้าในกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศสูง เนื่องจากมีความตกลงระดับพหุภาคีเปิดตลาดโทรคมนาคมซึ่งจะมีผลให้การลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น เพราะประเทศที่ยอมรับความตกลงนี้จะไม่กีดกันการลงทุนจากต่างประเทศ จึงเป็นการส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์อุปกรณ์โทรคมนาคม ในส่วนของความตกลงสินค้าสารสนเทศ มีผลให้มีการลดภาษีในสินค้าสารสนเทศในประเทศสมาชิก 43 ประเทศยกเว้นประเทศกำลังพัฒนาบางประเทศในปี ค.ศ.2000 ซึ่งจะเป็นผลให้การค้าระหว่างประเทศในสินค้านี้ขยายตัว นอกจากนี้การเปิดตลาดการค้าบริการตามความตกลงเขตการค้าเสรีและองค์การการค้าโลก จะทำให้มีการลงทุนด้านการบริการ เช่นการเงินการธนาคาร การโรงแรม ซึ่งเป็นกิจการที่ต้องมีการติดต่อระหว่างประเทศมีการใช้ระบบโทรคมนาคม ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย ทำให้มีความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรคมนาคมและสารสนเทศ สินค้าในกลุ่มนี้จึงมีศักยภาพของการขยายตัวทางการค้า ในอุตสาหกรรมนี้ผลิตภัณฑ์และชิ้นส่วนมีหลากหลาย ถ้าเราสามารถเข้าสู่เครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมนี้ได้ โอกาสในการขยายการส่งออกก็จะมีมาก

3. ยุทธศาสตร์การส่งออกในระยะสั้น

ในภาวะที่เราอยู่ในสภาพวิกฤตทางเศรษฐกิจ ที่ภาคเอกชนมีภาระหนี้ต่างประเทศสูง ประเทศมีเงินตราสำรองระหว่างประเทศต่ำ สถาบันการเงินมีความอ่อนแอจากการที่มีหนี้ที่ไม่ก่อรายได้สูง อุตสาหกรรมมีการลงทุนเกินความต้องการในหลายสาขา เศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอย การแก้ปัญหาส่งออกเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการ เนื่องจากเป็นการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ และกระตุ้นการขยายตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามจากกรณีที่ปัญหาทางเศรษฐกิจเป็นปัญหาในระดับภูมิภาค ที่หลายประเทศในเอเชียมีภาวะเศรษฐกิจถดถอย รวมทั้งยังไม่มีเสถียรภาพ การส่งออกของไทยซึ่งมีตลาดเอเชียเป็นตลาดหลักจึงฟื้นตัวยากขึ้น ต่างจากกรณีวิกฤตการณ์ของเม็กซิโกที่การส่งออกฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากประเทศคู่ค้าสำคัญคือสหรัฐอเมริกายังมีการขยายตัวที่เป็นปกติ รวมทั้งยังมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศหลังภาวะวิกฤต ซึ่งก่อให้เกิดการค้าตามมา ในภาวะปัจจุบันเราคงต้องยอมรับว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของเรา ที่ทำให้การส่งออกมีการชะลอตัวต่อไป ทำให้จะต้องมีมาตรการอื่นมากระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ทั้งนี้เราก็ต้องมีการปรับในสิ่งที่เราสามารถดำเนินการได้ ทั้งนี้ในระยะสั้นยุทธศาสตร์ควรดำเนินการคือ

(ก) การจัดการด้านเศรษฐกิจมหภาค และสถาบันการเงิน

อัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยน

จากสภาวะที่การเคลื่อนย้ายเงินตราระหว่างประเทศมีความเสรีมากขึ้น การใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวเป็นไปตามกลไกของตลาดจึงมีความเหมาะสม ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้มาตรการตรึงดอกเบี้ยสูงเพื่อรักษาค่าเงินเช่นในอดีต ในระยะหลังที่รัฐบาลมีมาตรการลดอัตราดอกเบี้ยจึงเป็นผลดีต่อการส่งออก แม้ว่าจะมีคำถามว่าดำเนินการเข้าไป

หรือไม่ แต่ความผันผวนของค่าเงินทำให้ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ที่จะป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงค่าเงิน และทางการจะต้องพัฒนาเครื่องมือทางการเงินที่จะช่วยผู้ประกอบการในการจัดการความเสี่ยง

ความร่วมมือทางการเงินระหว่างประเทศจะมีส่วนช่วยในการลดและบรรเทาผลกระทบของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยเฉพาะในเวทีเอเปคซึ่งมีประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มอาเซียนและจีน เป็นสมาชิกอยู่ด้วย เพราะมาตรการทางการเงินและการค้าของประเทศเหล่านี้จะมีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการค้าของไทย ทั้งนี้ควรมีการสนับสนุนให้มีการใช้เงินตราในภูมิภาคทำการค้าขายมากขึ้น ลดความต้องการเงินดอลลาร์ ความร่วมมือในระดับทางการเงินในระดับภูมิภาคจึงเป็นสิ่งสำคัญ ความร่วมมือทางการเงินควรรวมถึงการให้ข้อมูลทางการเงินที่รวดเร็วและเป็นระบบ เพื่อให้แต่ละประเทศสามารถทราบถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น เตรียมมาตรการที่จะรองรับปัญหาหรือความผันผวนผิดปกติที่จะเกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะการเคลื่อนย้ายเงินทุนในระยะสั้นและการเก็งกำไรที่ไม่เป็นธรรม

สถาบันการเงิน

ในภาวะวิกฤติเช่นนี้ถ้ารัฐบาลไม่สามารถจัดการปัญหาด้านสถาบันการเงินได้ จะทำให้การผลิตชะงักงัน และไม่มีเสถียรภาพ ดังกล่าวแล้วว่าระบบการเงินที่ขาดสภาพคล่องเป็นปัญหาของผู้ส่งออกอย่างมาก ทั้งนี้ปัญหาสถาบันการเงินมีมาอย่างต่อเนื่องทั้งจากการปิดบริษัทเงินทุน 56 แห่ง การที่ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ดำเนินการอยู่จำกัดการปล่อยสินเชื่อให้ผู้ประกอบการเนื่องจากขาดสภาพคล่อง เนื่องจากมีภาระหนี้ต่างประเทศ อีกทั้งหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีสูง สถาบันการเงินต้องมีการกันสำรองมากขึ้นตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินน้อยลงน้อย ทั้งนี้ในครึ่งปีแรกของปี 2541 ธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบขาดทุนรวม 113,332 ล้านบาท นอกจากนี้สถาบันการเงินยังมีความกังวลว่าถ้าปล่อยสินเชื่อในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้จะทำให้เกิดหนี้เสียเป็นภาระในการตั้งสำรองอีก ดังนั้นถ้าจะให้สามารถดำเนินการตามปกติ สถาบันการเงินจำเป็นต้องมีการเพิ่มทุนเป็นจำนวนมาก

เพื่อแก้ไขปัญหานี้ รัฐบาลได้มีมาตรการ 14 สิงหาคม ควบคุมวงจรกิจการธนาคารและบริษัทเงินทุนที่คิดว่าไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ และมีมาตรการที่จะช่วยเพิ่มทุนแก่ธนาคารที่ดำเนินกิจการอยู่ และสร้างแรงจูงใจให้ธนาคารมีการปรับโครงสร้างหนี้และปล่อยสินเชื่อ ซึ่งมาตรการมีหลายละเอียดหลายประการ และอาจจะเร็วเกินไปที่จะสรุปว่า มาตรการจะมีผลต่อการปล่อยเงินกู้ของสถาบันการเงิน รวมทั้งสร้างความมั่นใจต่อต่างชาติได้ขนาดใด โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการกู้เงินจากต่างประเทศเพื่อสร้างสภาพคล่องและมีการเพิ่มสินเชื่อให้ผู้ส่งออกผ่านทางธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า แต่ยังมีปัญหาที่ยังไม่ได้รับเงินจากผู้ให้กู้เต็มจำนวน การปล่อยสินเชื่อของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าจะทำผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ที่มีเครือข่ายกว้างขวางกว่า โดยธนาคารพาณิชย์ต้องสมทบเงินเพิ่มและรับความเสี่ยงในกรณีที่หนี้เสีย โครงการไม่ได้รับความสนใจจากธนาคารพาณิชย์เท่าที่ควร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าก็มีการปล่อยสินเชื่อโดยตรง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากรและจำนวนสาขา ในประเด็นนี้อาจพิจารณาเพิ่มบุคลากร โดยอาจเพิ่มเป็นการชั่วคราวจากผู้ที่มีประสบการณ์จากสถาบันการเงินแต่ว่างงานอยู่ รวมทั้งการใช้สาขาธนาคารรัฐให้มีส่วนร่วมมากขึ้นและการปรับกฎเกณฑ์ให้ธนาคารพาณิชย์มีแรงจูงใจสูงขึ้นก็เป็นสิ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาได้บ้างเมื่อเงินกู้เข้าสู่ระบบ

อย่างไรก็ตามบทบาทของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าในการปล่อยสินเชื่อคงจะมีจำกัด เพราะธนาคารก่อตั้งมาไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะแข่งขันโดยตรงกับธนาคารพาณิชย์ แต่เป็นการปล่อยสินเชื่อในลูกค้าที่ไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ การทำโครงการพิเศษ กระตุ้นให้ธนาคารพาณิชย์ปล่อยสินเชื่อในโครงการใหม่ๆ เช่น การค้าประกันความเสี่ยงผู้ส่งออก การพาณิชย์นาวี การลงทุนในอินโดจีน เครือข่ายธนาคารจึงน้อยและต้องมีการปล่อยเงินกู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวแล้ว อีกทั้งขนาดเงินกู้ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการสินเชื่อเพื่อการส่งออกอีกด้วย ดังนั้นถ้าต้องการแก้ปัญหาด้านสินเชื่อการส่งออกต้องแก้ปัญหาที่สถาบันการเงินเป็นลำดับความสำคัญสูงสุด ทั้งนี้รัฐบาลได้มีมาตรการหลายอย่างที่ดำเนินการอยู่ (นอกจากมาตรการ 14 สิงหาคม) คือ การเจรจาจัดโครงสร้างหนี้ใหม่ซึ่งจะมีส่วนลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ การกำหนดให้สถาบันการเงินมีกำหนดเวลาในการเงินทุน การให้กฎเกณฑ์การกันสำรองเพื่อให้มีมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้สนใจลงทุน การออกพันธบัตรเพื่อแปลงหนี้สินของกองทุนฟื้นฟูจากระยะสั้นเป็นระยะยาว เพื่อลดการแทรกแซงในตลาดเงิน สิ่งที่ต้องดำเนินการคือต้องเร่งให้มาตรการเป็นไปตามกำหนดเวลาอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนและการแก้ปัญหาไม่ล่าช้า มีแผนการรองรับ เช่น ถ้าสถาบันการเงินเงินทุนไม่ได้รัฐบาลจะแก้ปัญหาอย่างไร สิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการอีกประการหนึ่ง คือการออกกฎหมายการยึดทรัพย์ (Foreclosure Law) เพื่อให้การจัดการหนี้เสียของสถาบันการเงินเป็นไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันการฟ้องยึดทรัพย์ลูกหนี้เป็นกระบวนการที่ใช้เวลานานมาก การให้ระบบการเงินปรับเข้าสู่ดุลยภาพใหม่จะช่วยให้สภาพคล่องเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ ช่วยผู้ส่งออกและผู้ประกอบการทั่วไปได้มากกว่าการให้กู้เป็นโครงการพิเศษ

(ข) เพิ่มประสิทธิภาพของบริการรัฐ

การบริการของรัฐที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้ต้นทุนของผู้ส่งออกสูง ซึ่งในเวลาปกติที่การแข่งขันไม่สูงมาก ผู้ส่งออกก็ยังสามารถส่งออกได้ แต่ในภาวะที่การแข่งขันสูงขึ้น ภาระส่วนนี้มีผลต่อการส่งออก ในภาวะปัจจุบัน รัฐบาลต้องพิจารณาอุปสรรคของการส่งออกที่เกิดจากรัฐซึ่งสามารถแก้ไขโดยไม่ต้องใช้เวลานานนัก ปัญหาที่ดูจะเป็นภาระแก่ผู้ส่งออกมากคือความล่าช้าในการคืนภาษี (โดยเฉพาะภาษีมูลค่าเพิ่ม) ความล่าช้าและไม่โปร่งใสในการศุลกากร²⁸ สิ่งเหล่านี้ซ้ำเติมปัญหาสภาพคล่องของผู้ประกอบการ ถึงแม้รัฐบาลได้มีความพยายามวางนโยบายให้มีการเร่งการคืนภาษี แต่ในทางปฏิบัติยังมีความล่าช้าอยู่ และมาตรการบางอย่าง เช่น การให้ธนาคารค้าประกันผู้ประกอบการส่งออกก็เป็นภาระแก่ผู้ประกอบการที่จะต้องมีการใช้จ่ายกับธนาคาร ทั้งนี้ในการดำเนินการคืนภาษีนี้น่าจะขึ้นอยู่กับทัศนคติของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในการตรวจสอบเอกสารมากกว่าแนวทางนโยบายของรัฐบาล ทั้งนี้จากแบบสอบถามถึงมาตรการเร่งรัดคืนภาษีของรัฐบาลร้อยละ 49.1 ของผู้ตอบคิดว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 29 คิดว่าดีขึ้น และร้อยละ 22 คิดว่าแย่ลง อย่างไรก็ตามควรมีการประเมินผลและแก้ไขวิธีการดำเนินงานอย่างเร่งด่วนให้สอดคล้องกับความตั้งใจรัฐบาล

สำหรับในระยะยาวจะต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการให้บริการมากขึ้น เพื่อความรวดเร็วและโปร่งใส ปรับโครงสร้างภาษีศุลกากร เพื่อลดความจำเป็นในการคืนภาษี รวมทั้งปรับบทบาทของภาครัฐบาล ซึ่งจะต้องศึกษายุทธศาสตร์ระดับโครงสร้างต่อไป

²⁸ David Dollar and Mary Hallward-Driemeier (1998) รายงานว่า ผู้ประกอบการต่างชาติที่ทำการสำรวจ ระบุว่าสิ่งที่เป็นคอขวด (bottleneck) สำคัญที่สุด ในการผลิตและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตคือ ความล่าช้าของราชการโดยเฉพาะวิธีการศุลกากรและการชำระภาษีรั้งหน่วง ปัญหาดังกล่าวเป็นเรื่องเร่งด่วน

(ค) การใช้เวทีระหว่างประเทศในการแก้ปัญหาภูมิภาค

การที่การส่งออกและเศรษฐกิจไทยจะมีการฟื้นตัว ต้องขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศในเอเชีย และแนวทางการแก้ปัญหาของกองทุนการเงินระหว่างประเทศว่ามีความเหมาะสมกับภาวะทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าแนวคิดของประเทศตะวันตกโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาจะมีผลต่อการกำหนดมาตรการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ประเทศไทยจึงควรใช้เวทีความร่วมมือระหว่างประเทศ ทั้งเอเปค อาเซียน และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศต่างๆ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นด้านนโยบายที่เหมาะสมในภูมิภาค เป็นการสร้างความคิดร่วมกันเพื่อเจรจากับกองทุนการเงินระหว่างประเทศในการวางกรอบมาตรการทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้แนวคิดของเจ้าหน้าที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศกับผู้กำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ในโครงการรับความช่วยเหลืออาจไม่ตรงกันนัก โดยจุดเน้นของแผนงานกองทุนการเงินระหว่างประเทศที่ผ่านมาคือการสร้างเสถียรภาพ แต่สภาพปัจจุบันมีปัญหามากขึ้นทั้งด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และปัญหาสังคม การที่จะวางมาตรการที่รัดตัวเกินไปก็มีปัญหาได้ จึงต้องมีการตกลงทำความเข้าใจในสถานการณ์และมาตรการของแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตามประเทศที่ได้รับความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ จะต้องแสดงความมุ่งมั่นที่จะปรับโครงสร้างเศรษฐกิจต่อไป โดยมีมาตรการที่เหมาะสมมีหลักการ มิใช่ปรับเปลี่ยนมาตรการตามกระแสทางการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ เพราะจะทำให้นักลงทุนต่างประเทศขาดความมั่นใจในทิศทางการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ

นอกจากนี้เราควรใช้เวทีระหว่างประเทศเสนอให้มีมาตรการที่เศรษฐกิจที่สอดคล้องกับภาวะปัจจุบัน เช่น การเสนอและติดตามให้ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของตน รวมทั้งแก้ปัญหาด้านสถาบันการเงิน เพราะญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญของทุกประเทศในภูมิภาค ในด้านการเงินระหว่างประเทศต้องหลีกเลี่ยงการลดค่าเงินที่แข่งขัน โดยเฉพาะจากประเทศจีน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาค่าเงินเยนไม่ให้อ่อนเกินไป รวมทั้งกระตุ้นให้ประเทศตะวันตกให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจให้เหมาะสม ยอมรับการขาดดุลทางการค้า ไม่กีดกันการค้าจากประเทศเอเชีย ทั้งนี้ต้องทำให้เห็นว่า ถ้าหากเศรษฐกิจเอเชียไม่ฟื้นโดยเร็วก็จะมีผลต่อการค้า การผลิตของโลกและของประเทศอุตสาหกรรมเองได้

4. ยุทธศาสตร์ระดับโครงสร้าง

ยุทธศาสตร์ที่กล่าวถึงข้างต้นเป็นการแก้ปัญหาในระยะปัจจุบัน ซึ่งสิ่งสำคัญคือการแก้ปัญหาด้านสถาบันการเงิน ให้การดำเนินการด้านสินเชื่อเข้าสู่ปกติและดำเนินการด้านภาครัฐบาลให้ไม่สร้างต้นทุนให้กับภาคเอกชน ดังกล่าวแล้วว่าปัญหาการส่งออกชะลอตัวเป็นลักษณะที่มีการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ สินค้าที่ใช้แรงงานมีการขยายตัวต่ำมาก ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันในสินค้าที่ใช้ทักษะก็มีมากขึ้น ดังนั้นต้องมียุทธศาสตร์ในระดับโครงสร้างเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งเป็นเรื่องที่มีหลายฝ่ายได้กล่าวถึงมานาน แต่ในขณะที่เศรษฐกิจดีย่อมได้รับความสนใจน้อย เมื่อมองจากสภาวะในปัจจุบันและในอนาคตที่การแข่งขันระดับประเทศเข้มข้นขึ้นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศซับซ้อนขึ้น กติกาภายในประเทศต้องเป็นสากลมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยทางสังคมการเมืองจะมาก่อเกี่ยวพันกับการค้าสูงขึ้น แนวทางหลักของยุทธศาสตร์การส่งออกที่สำคัญ คือ ต้องมีการผลิตโดยใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ลดการแทรกแซงของรัฐที่ทำให้การจัดสรรทรัพยากรไม่มีประสิทธิภาพ มีการสร้างความสามารถทางเทคโนโลยี

เพื่อรับกับการแข่งขันที่จะเป็นลักษณะของสังคมความรู้ การจัดการนโยบายเศรษฐกิจต้องมีความยืดหยุ่น โดยมีรายละเอียดคือ

(1) การปรับโครงสร้างการผลิต

การปรับโครงสร้างทางการผลิตเป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างความยั่งยืนในการแข่งขันระหว่างประเทศ ทั้งนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีลักษณะเป็นพลวัต เราจึงต้องมีการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง โดยในอดีตเราสามารถปรับโครงสร้างสินค้าส่งออกที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน มาเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น ในอนาคตต้องปรับให้มีการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ใช้ทักษะและความรู้ในการผลิตมากขึ้น เพราะประเทศกำลังพัฒนาอื่นได้ผลิตสินค้าใช้แรงงานเข้มข้นได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า การปรับโครงสร้างการผลิตนี้ ประกอบด้วยสองลักษณะคือ การยกระดับ (Upgrading) คือการพัฒนาให้การผลิตและการจัดการที่เป็นอยู่มีประสิทธิภาพขึ้น เป็นการปรับปรุงมากกว่าเป็นการเปลี่ยนทั้งระบบ และการปรับเปลี่ยน (Restructuring) คือการยกเครื่องการผลิตไปสู่กระบวนการผลิตใหม่หรือการผลิตสินค้าใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าเดิม ซึ่งทั้งสององค์ประกอบนี้จะมียุทธศาสตร์ที่สำคัญคือการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งมีความหมายที่กว้างคือครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยี การจัดการ การตลาด โดยนวัตกรรมนี้เป็นกระบวนการที่เป็นพลวัตที่น่าสนใจใหม่ๆ วิธีการใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์เข้าไปในระบบ เพื่อปรับปรุงให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น (TDRI Study Group on Economic and Social Issues 1998, p4) ซึ่งการสร้างนวัตกรรมนี้ได้ทั้งการพัฒนาจากองค์กรเอง การจัดหาและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีจากภายนอกองค์กร ซึ่งการทำนวัตกรรมที่สำเร็จจะมีผลต่อธุรกิจอื่นๆ ด้วย จากการกระจายความรู้ เครื่องมือหรือวิธีการใหม่สู่ธุรกิจอื่น เป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมไทยด้วย

ในการจะสร้างนวัตกรรมเพื่อยกระดับและปรับโครงสร้างการผลิตและการจัดการ มีมาตรการที่สำคัญสี่ด้านคือ

การพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีทั้งด้านการผลิตและการจัดการ²⁹

ภาคเกษตรยังจะเป็นภาคที่มีการส่งออกที่สำคัญ โดยสามารถมีการปรับการผลิตไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีความเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมมากขึ้นได้ แต่จำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งในด้านพันธุ์ ประสิทธิภาพการผลิต เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว ทักษะในด้านการตลาด รัฐบาลต้องมีการพัฒนาการลงทุนด้านการวิจัยการเกษตร มีการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรม ซึ่งเพื่อให้การประสานงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อให้มีเงินทุนในการดำเนินงานระยะยาว น่าจะพิจารณาจัดตั้งสภาวิจัยด้านการเกษตรซึ่งมีกรรมการจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อการวิจัยทางเกษตร (TDRI Study Group on Economic and Social Issues 1998, p 19) นอกจากนี้มีการประสานงานกับสถานศึกษา บริษัทเอกชน กลุ่มเกษตรกร เพื่อมีการอบรมส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีอย่างทั่วถึง

²⁹ จากแบบสอบถามที่ทำการศึกษา ผู้ประกอบการร้อยละ 90 มีความเห็นว่าควรมีการยกระดับและปรับปรุงเทคโนโลยี และอุปสรรคที่สำคัญคือปัญหาด้านแรงงาน

ในด้านอุตสาหกรรม รัฐบาลต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานในการพัฒนาเทคโนโลยี เช่น มาตรฐาน การทดสอบ การรับประกัน การทำมาตรวัด การให้คำปรึกษา (ทั้งด้านการผลิตและการจัดการ) การวิจัย และการให้ข้อมูล ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละอุตสาหกรรมจะมีปัญหาต่างกันไป จึงควรมีการตั้งสถาบันเชี่ยวชาญพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและเป็นสถาบันที่มีการจัดหาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าว โดยสถาบันต้องไม่เป็นองค์กรราชการ เพื่อให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน มีกรรมการประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชน สถาบันต้องพึ่งตัวเองทางการเงินได้ มีความยืดหยุ่นตามในการจัดตั้งคือสามารถขยายงานได้เมื่อมีความต้องการและยุบเลิกได้ถ้าความจำเป็นหมดไป

ด้านการเงิน

การจะปรับโครงสร้างพัฒนาการผลิตและการจัดการจำเป็นต้องมีการใช้เงินทุน รัฐบาลควรมีการจัดหาสินเชื่อระยะยาวในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการ โดยใช้สถาบันการเงินพิเศษที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์จะมีความสนใจและความชำนาญในสินเชื่อลักษณะนี้ ทั้งนี้จะต้องมีการพัฒนาสถาบันการเงินที่มีอยู่ให้มีขีดความสามารถในการจัดหาเงินทุน การวิเคราะห์และประเมินโครงการ การติดตามการดำเนินงานของลูกค้า ซึ่งอาจต้องขอความช่วยเหลือผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในเรื่องเหล่านี้ นอกจากนี้เนื่องจากเกษตรกรยังมีปัญหาที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ที่ดิน ทำให้เข้าถึงตลาดสินเชื่อยาก จำเป็นต้องเร่งจัดกรรมสิทธิ์ที่ดินของเกษตรกร

รัฐบาลยังสามารถใช้มาตรการทางการคลังจูงใจให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร หรือพัฒนาระบวนการผลิตการจัดการได้ โดยอาจให้มีการหักค่าใช้จ่ายเป็นพิเศษในการคำนวณภาษี หรือใช้อำนาจให้ผู้ประกอบการเร่งการหักค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรให้เร็วขึ้น

การพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน

ภาวะวิกฤติชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยยังขาดวิสัยทัศน์ทางธุรกิจ มีการลงทุนในธุรกิจที่เป็นการเก็งกำไรไม่สร้างผลผลิตภาพการผลิต ไม่มีการปรับปรุงเทคโนโลยี และมีระบบการบัญชีที่ไม่โปร่งใส ซึ่งเมื่อพิจารณาในอนาคต ผู้ประกอบการเองต้องมีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการให้ความรู้อย่างต่อเนื่องในหลายด้านเช่น การผลิตและการจัดการอุตสาหกรรมสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ การบัญชี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาดระหว่างประเทศ ทั้งนี้สถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนควรมีบทบาทสำคัญในการให้การอบรมนี้ โดยผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายไม่จำเป็นต้องมีการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาล เนื่องจากจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ประกอบการเอง อีกทั้งเป็นการทดสอบความต้องการของโครงการอบรมด้วย แต่รัฐบาลอาจจะช่วยในการจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ซึ่งรวมถึงผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศด้วย

ข้อมูลด้านการศึกษาของแรงงานไทยแสดงว่ายังมีระดับการศึกษาต่ำกว่าประเทศอื่นในระดับการพัฒนาเดียวกัน การอบรมคนงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ในช่วงภาวะที่คนงานอุตสาหกรรมมีการว่างงาน เป็นโอกาสที่รัฐบาลจะมีการอบรมเพื่อให้มีทักษะเหมาะกับการทำงานในอนาคต ในระยะต่อไป กระทรวงแรงงานและสถาบันเชี่ยวชาญพิเศษในอุตสาหกรรมที่สำคัญที่จะจัดตั้งขึ้น ต้องร่วมกับภาคเอกชนอบรมแรงงานในโรงงาน การที่ต้องมีการประสานงานทั้งภาครัฐและเอกชนก็เพื่อให้ความรู้ที่ได้สามารถปฏิบัติงานได้จริงสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ ในด้านการศึกษา

กระทรวงศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัยและหน่วยงานการศึกษาต้องมีการดำเนินการให้เป็นเอกภาพ ในการให้การศึกษามีคุณภาพ ผู้สำเร็จการศึกษามีความสามารถในการวิเคราะห์ มีทักษะทางคณิตศาสตร์ ภาษาและคอมพิวเตอร์ สามารถทำงานเป็นทีมได้ดี ผู้ที่สำเร็จด้านอาชีพจะต้องสามารถปฏิบัติงานในโรงงานได้ มีความพร้อมสำหรับสังคมเทคโนโลยีและความรู้ในอนาคต

การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม การจะสร้างความลึกของภาคอุตสาหกรรมให้มีการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ต้องไม่ละเลยอุตสาหกรรมขนาดย่อม การพัฒนาเทคโนโลยี การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน การศึกษาและอบรมที่กล่าวถึงข้างต้นเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมได้ โดยมีโครงการในแต่ละด้านที่เน้นเป็นพิเศษสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยมีเป็นจำนวนมากและกระจายไปตามท้องที่ต่างๆ การให้บริการของรัฐ รวมทั้งการให้ข่าวสารข้อมูลจะทำให้มีประสิทธิภาพขึ้น ถ้าผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมหรือชมรมวิชาชีพ จึงควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งการรวมกลุ่มโดยประสานงานกับหอการค้าและสภาอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมจะพัฒนาไปได้ดี ถ้าสามารถเชื่อมกับอุตสาหกรรมใหญ่ หรือมีการส่งออก ทั้งนี้ผลการวิจัยเบื้องต้นเรื่องการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติร่วมกับธนาคารโลก พบว่าระดับความสามารถทางเทคโนโลยีของโรงงานมีมากขึ้นถ้าเป็นโรงงานที่ทำการส่งออก หรือเป็นโรงงานที่มีการรับช่วงการผลิต รัฐบาลสามารถสร้างความสะดวกในการรับช่วงการผลิต โดยให้ข้อมูลที่จะทำให้มี match-making ได้ ให้แรงจูงใจทางด้านภาษีแก่บริษัทที่มีการรับช่วงการผลิตและให้การอบรมพัฒนาเทคโนโลยีแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม อย่างไรก็ตามรัฐบาลไม่ควรใช้กฎเกณฑ์บังคับให้มีการรับช่วงการผลิต เพราะจะทำให้กระบวนการไม่มีประสิทธิภาพ ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ประกอบการโดยมีพื้นฐานทางธุรกิจ ในด้านการส่งออก การสนับสนุนบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (trading companies) ให้บริการด้านการตลาดการส่งออกแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมเป็นประโยชน์ เนื่องจากเป็นการลดต้นทุนของผู้ประกอบการที่ใหม่ในการส่งออกในการหาข้อมูลรวมทั้งเป็นการลดความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

(2) การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ

การลงทุนจากต่างประเทศเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในหลายด้าน จากการที่การผลิตสินค้าที่สำคัญเป็นลักษณะของเครือข่ายระหว่างประเทศ การที่ต่างชาติมาลงทุนจึงมีส่วนในการสร้างตลาดส่งออกให้กับประเทศเจ้าบ้าน นอกจากนี้ยังมีส่วนในการเสริมสร้างความสามารถในการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพิ่มประสิทธิภาพในระบบเศรษฐกิจโดยกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การจะให้การลงทุนจากต่างประเทศมีประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับความพร้อมของประเทศเจ้าบ้านด้วย โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่มีทักษะทางด้านอุตสาหกรรมและการจัดการที่จะเรียนรู้จากบริษัทจากต่างประเทศ ทั้งนี้มีการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า บริษัทข้ามชาติจะมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางอ้อม (indirect technology transfer) กว้างขวางกว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางตรง โดยการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางอ้อมจะอยู่ใน

รูปของการฝึกงาน การดูงานบริษัทแม่ทางด้านการผลิตการตลาด การเรียนรู้จากการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานของบริษัท ซึ่งเมื่อคนงานหรือฝ่ายจัดการท้องถิ่นของประเทศเจ้าบ้านมีความสามารถที่จะรับการเรียนรู้ลักษณะนี้ ก็สามารถที่จะดำเนินธุรกิจตัวเองหรือทำงานบริษัทอื่น (เมื่อมีการย้ายงาน) อย่างมีประสิทธิภาพได้ ดังนั้นการศึกษาที่ทำให้ผู้ประกอบการและนักการอุตสาหกรรมมีพื้นฐานในการเรียนรู้ จึงเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ผู้ที่ขายชิ้นส่วนหรือรับช่วงการผลิตกับบริษัทต่างประเทศสามารถพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองจากการที่บริษัทต่างประเทศมีการควบคุมคุณภาพ และให้คำแนะนำในการผลิต เนื่องจากบริษัทเองก็ต้องการขึ้นส่วนหรือวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน (Bunluasak 1993; Wong Poh Kam 1991)

การสนับสนุนการลงทุนจากต่างชาติให้มีความเสรีสูงขึ้น จึงเป็นประโยชน์ต่อการปรับโครงสร้างของประเทศ และสอดคล้องกับแนวโน้มของการเจรจาระหว่างประเทศที่จะให้ประเทศต่างลดข้อจำกัดการลงทุนและการเลือกปฏิบัติ อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการลงทุน ไม่ควรให้การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเฉพาะอุตสาหกรรมหรือบริษัทเป็นเครื่องมือหลัก ควรให้การสนับสนุนเป็นการทั่วไป โดยลดกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรค เช่น ข้อจำกัดด้านการถือครองหุ้นและการเคลื่อนย้ายบุคลากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพสำหรับการลงทุน

(3) การตลาด

บทบาทหลักในด้านการตลาดยังต้องเป็นของเอกชนที่จะมีความชำนาญด้านธุรกิจมากกว่ารัฐบาล แต่รัฐบาลก็มีบทบาทสนับสนุนได้ ในกรณีที่กิจกรรมบางอย่างมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะ ประเด็นที่กล่าวถึงกันมากคือการสร้างเครื่องหมายการค้าของตนเอง เนื่องจากสินค้าหลายอย่างที่ผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการผลิต แต่รับจ้างผลิตในเครื่องหมายการค้าของบริษัทต่างประเทศ ความสามารถในการส่งออกจึงถูกตัดสินโดยบริษัทผู้ว่าจ้างให้ทำการผลิต การพัฒนาเครื่องหมายการค้าของเราเองจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสิ่งสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าคือ คุณภาพของสินค้า และการโฆษณา อันเป็นสิ่งที่เอกชนต้องมีการลงทุนเอง ทั้งนี้การสร้างเครื่องหมายการค้าควรจะเริ่มที่ภูมิภาคนี้ โดยเน้นในกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีตลาดใหญ่พอควรเนื่องจากจะมีสมาชิกถึง 10 ประเทศ มีความคุ้นเคยกับสินค้าไทยมากกว่าภูมิภาคอื่น

บทบาทรัฐบาลในด้านนี้ คือการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าของการสร้างเครื่องหมายการค้า การหาผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำด้านนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยยังมีประสบการณ์น้อย รัฐบาลอาจสนับสนุนสินเชื่อในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการสร้างเครื่องหมายการค้าของบริษัท นอกจากนี้ควรมีการเจรจาด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการละเมิดเครื่องหมายการค้าของไทย โดยเฉพาะในประเทศจีนและเวียดนามที่มีการละเมิดเนื่องจากผู้ประกอบการไทยไม่ได้จดทะเบียนการค้าไว้ล่วงหน้าในประเทศที่นำเข้า ทำให้มีการนำทะเบียนการค้าไปจนทะเบียนก่อน ทั้งนี้ควรเจรจาในการจัดทำบัญชีรายชื่อรวม (common list) ของสินค้าที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย (well-known mark) ทำให้เครื่องหมายการค้าของไทยเป็นที่ยอมรับของประเทศเหล่านี้

ในด้านการส่งเสริมการตลาด รัฐบาลมีการส่งเสริมในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะด้านการจัดงานแสดงสินค้า จัด trade mission การให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาด ซึ่งได้ผลพอสมควร แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่องค์กรรัฐยังไม่มีความคล่องตัวด้านงบประมาณ ทักษะด้านการตลาดของบุคลากร รวมทั้งอัตราค่าจ้างที่สูงใจในการทำงาน เนื่องจากการดำเนินการด้านการตลาดเป็นงานที่ต้องการความคล่องตัวตามธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง จึงควรพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างด้าน

การตลาดให้เป็นองค์กรเอกชนหรือกึ่งรัฐบาลกึ่งเอกชน เพื่อให้มีความคล่องตัวขึ้นสามารถดึงนักธุรกิจที่มีประสบการณ์เข้าสู่องค์กรได้³⁰

(4) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ในการพิจารณาส่วนข้างต้นด้านแนวโน้มสภาวะแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ มีแนวโน้มให้เห็นว่าขณะที่การเจรจาการค้าทำให้อัตราภาษีศุลกากรของประเทศต่างๆ ลดลง การกีดกันในรูปแบบที่มีใช้ภาษี เช่น การอ้างการทุ่มตลาด การกำหนดมาตรฐานสินค้ามีมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคการส่งออกนี้ การติดตามกฎระเบียบและมาตรฐานต่างๆ ของประเทศผู้นำเข้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อปฏิบัติให้ถูกต้อง ภาครัฐและเอกชนต้องมีการประสานงานในการที่จะติดตามเผยแพร่ข่าวสารในด้านต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการส่งออกให้แก่ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง รวมทั้งผลการเจรจาการค้าในเวทีต่างๆ ด้วย ทั้งนี้ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น ถ้ามีการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบต่อการแข่งขันของไทย นอกจากข้อมูลด้านกฎระเบียบต่างๆ และข้อมูลด้านการนำเข้า การตลาด ทักษะของผู้บริโภคต่อสินค้าไทยและสินค้าของคู่แข่งในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งทางราชการน่าจะเป็นผู้จัดหาข้อมูลลักษณะนี้ เนื่องจากมีข้าราชการไทยที่ทำงานด้านการพาณิชย์ในต่างประเทศอยู่ แต่ถ้าเป็นข้อมูลด้านการตลาดเฉพาะสินค้าในระดับลึก ผู้ประกอบการควรเป็นผู้จัดหาเอง เพราะจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเฉพาะราย

กติกการค้าโลกทำให้เจ้าหน้าที่ในด้านเจรจาการค้ามีบทบาทมากขึ้นในการรักษาความเป็นธรรมทางการค้า โดยต้องมีการติดตามให้ประเทศต่างๆ ลดภาษีและให้การเข้าสู่ตลาด (market access) ตามความตกลงแก่ตัวรอบอุรุกวัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ส่งออกไทย ขณะเดียวกันก็ต้องดูแลให้ประเทศไทยปฏิบัติตามข้อตกลงเพื่อมิให้กรณีพิพาททางการค้ากับประเทศอื่น นอกจากนี้ป้องกันการกีดกันสินค้าส่งออกของไทย โดยการให้ข้อมูลผู้ประกอบการดังกล่าวแล้ว และยังคงต้องมีการชี้แจงกับผู้ค้าแก่ข้อกล่าวหาที่จะใช้เป็นกรณีกีดกัน รวมทั้งถ้ามีการละเมิดความตกลงทางการค้าก็ต้องมีการร้องเรียนต่อองค์การการค้าโลก

การเจรจาทางการค้าจะมีอย่างต่อเนื่องในทุกระดับ เราคงจะต้องมีการติดตามและเข้าร่วมในเวทีที่เกี่ยวข้องเพื่อลดอุปสรรคทางการค้าและเปิดตลาดให้กับผู้ส่งออกไทย ทั้งนี้เวทีพหุภาคีถือว่าเป็นเวทีการค้าที่ต้องให้ความสนใจสูง เพราะความตกลงเป็นพันธะทางกฎหมายที่ต้องปฏิบัติตาม และมีผลกว้างขวางเพราะครอบคลุมประเทศสมาชิกจำนวนมาก โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีการรวมกลุ่มภูมิภาคสูงขึ้น ความตกลงระดับพหุภาคีจะมีส่วนช่วยให้การรวมกลุ่มมีผลในทางลบต่อประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิกลดลง เราจึงต้องให้ความสนใจติดตาม เนื่องจากไทยเป็นประเทศเล็ก การจะมีส่วนในการเจรจาโดยลำพังจะมีอำนาจต่อรองน้อย จึงจะต้องมีการสร้างพันธมิตรที่มีผลประโยชน์ร่วมกันในการเจรจา และจะต้องเลือกประเด็นการเจรจาที่เป็นประโยชน์มากที่สุดตามความจำกัดของทรัพยากร ซึ่งการวางยุทธศาสตร์การเจรจาว่าจะการเจรจาในประเด็นใดบ้าง แต่ละประเด็นควรมีจุดยืนอย่างไร การสร้างพันธมิตรหรือวิธีในการเจรจาจะอย่างไร เป็นเรื่องที่จะสำคัญมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องความเข้มแข็งของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์การค้าระหว่างประเทศ ที่จะมีบุคลากร องค์ความรู้และสารสนเทศ สอดคล้องกับภาระกิจที่จะเพิ่มขึ้นนี้

³⁰ ขณะที่เขียนรายงานนี้ กระทรวงพาณิชย์ (ในโครงการวิจัยแผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ 2540-2549) กำลังพิจารณาปรับโครงสร้างกรมส่งเสริมการส่งออก โดยอาจให้อยู่ในรูปขององค์กรเอกชน

(5) การปรับบทบาทของรัฐ

แม้ว่ามีแนวโน้มที่ระบบเศรษฐกิจจะต้องลดกฎเกณฑ์การควบคุมธุรกิจลง ให้มีการแข่งขันสูงขึ้นในการค้าการลงทุนเสรีขึ้น แต่มิได้หมายความว่าความสำคัญของรัฐจะลดลง แต่รัฐจะต้องเปลี่ยนบทบาทจากการควบคุมเป็นการกำกับดูแล วางกติกาและดูแลกติกาให้การแข่งขันมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ไม่มีการผูกขาดหรือมีการกีดกันการเข้าถึงตลาดของคู่แข่ง ในกรณีที่มีกิจการที่มีลักษณะที่เป็นการผูกขาดโดยธรรมชาติ เช่น การวางเครือข่ายโทรคมนาคมที่มีการมีผู้ผลิตหลายรายลงทุนซ้ำซ้อนกันทำให้ต้นทุนสูงขึ้น รัฐก็ต้องมีการกำหนดให้เงื่อนไขการให้บริการ การตั้งราคาเป็นธรรม การดูแลนโยบายการแข่งขันจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ระบบเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพจะมีส่วนลดต้นทุนของผู้ส่งออก นอกจากนี้รัฐยังจะต้องมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการวางกฎเกณฑ์ให้ผู้ผลิตรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ของตน ส่งเสริมให้เมืองคึกขงของประชาชนที่จะปกป้องสิทธิของตนเอง ซึ่งการปรับเปลี่ยนบทบาทของรัฐจะต้องทำควบคู่กับการเปิดเสรีลดกฎเกณฑ์ด้านการค้าการลงทุน

การศึกษาด้านความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริการรัฐในส่วนข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออก ในปัจจุบันการจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานยังทำในรูปของรัฐวิสาหกิจเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีแนวคิดดั้งเดิมว่าเป็นหน้าที่ของรัฐบาล แต่ในปัจจุบันมีแนวคิดและหลักฐานว่าการจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานสามารถกระทำได้โดยเอกชน ซึ่งจะมีความคล่องตัวในการหาทุน การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต (World Bank 1994) บทบาทของภาคเอกชนในการดำเนินการด้านโครงสร้างพื้นฐานจึงมีมากขึ้น ทั้งในด้านของโทรคมนาคม การขนส่ง การไฟฟ้า มาตรการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจึงเป็นสิ่งที่ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพราะจะมีผลทั้งในการระดมเงินตราต่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ และการพัฒนาประสิทธิภาพในระยะยาว ทั้งนี้รัฐยังต้องมีบทบาทในการกำหนดกฎเกณฑ์ในการแปรรูปที่เหมาะสม มีการสร้างสถาบันในการกำกับดูแล เพื่อให้มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ไม่ให้มีการลงทุนซ้ำซ้อน ให้ประชาชนเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานในราคาที่เหมาะสม

ในด้านบริการของรัฐบาล เช่นในเรื่องของภาษี การศุลกากร การตรวจสอบมาตรฐาน ควรมีการเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อความสะดวกและโปร่งใสในการให้บริการ พิจารณาความเป็นไปได้ที่จะให้เอกชนมีส่วนในการดำเนินการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพ ไม่ถูกจำกัดด้วยงบประมาณและระเบียบราชการ การบริการของรัฐจะต้องปรับให้เข้ากับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต ไม่เป็นคอขวดในการพัฒนา

รัฐควรมีการปรับโครงสร้างภาษีศุลกากรให้มีความง่ายในการจัดเก็บและไม่เป็นการโน้มเอียงในการจัดสรรทรัพยากร การศึกษาในบทข้างต้น แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างภาษีศุลกากรปกป้องอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมส่งออก ทำให้ต้องมีมาตรการการชดเชยภาษีวัตถุดิบและสิทธิประโยชน์การส่งเสริมการลงทุนเพื่อลดความเสียเปรียบแก่อุตสาหกรรมส่งออก แต่ก็ยังสร้างภาระในการที่ผู้ส่งออกจะต้องขาดสภาพคล่องและยังมีต้นทุนทางธุรกรรมในการดำเนินการขอคืนภาษีหรือขอสิทธิประโยชน์การลงทุน ซึ่งจะไม่มีความจำเป็นเลยถ้าอัตราภาษีไม่สูงและมีน้อยอัตรา นอกจากนี้การมีภาษีหลายอัตรายังทำให้การตัดสินใจสินค้าโดยอยู่ในหมวดที่จะต้องเสียภาษีเท่าใดขึ้นอยู่กับวิจารณ์ของเจ้าหน้าที่ที่แตกต่างกันไป แม้ว่ารัฐบาลจะมีมาตรการปรับโครงสร้างภาษีให้เหลือ 6 อัตราตั้งแต่ปี 2533 แต่การดำเนินการก็ยังไม่แล้วเสร็จ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมใหญ่ ทั้งนี้ความตกลงตามพันธกรณีเขตการค้าเสรีอาเซียน ภาษีศุลกากรสินค้าเข้าจากอาเซียนส่วนใหญ่จะลดลงเหลือร้อยละ 0-5 ในปี 2546 ซึ่งน่าจะพิจารณาต่อไปว่า

ถ้าเราลดในลักษณะ m.f.n. คือ ลดในอัตรานี้เป็นการทั่วไปจะมีผลดีต่อการส่งออกอย่างไร ทั้งนี้จะต้องมีการปรับภาษีอื่นเพื่อให้รัฐบาลมีรายได้ตามที่ต้องการ โดยอาจเพิ่มฐานภาษีใหม่ เช่น ภาษีทรัพย์สิน ภาษีด้านสิ่งแวดล้อม หรือการเพิ่มอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (ซึ่งมีความเป็นกลางสูงกว่า) อย่างไรก็ตามการเพิ่มภาษีคงต้องพิจารณาดำเนินการในอนาคต หลังจากที่ผ่านมาพบว่าที่เศรษฐกิจมีการชะลอตัวอย่างรุนแรงในระยะนี้

โอกาสที่จะมีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์

ประเด็นที่น่าสนใจประเด็นหนึ่งคือ ในยุทธศาสตร์และมาตรการที่จะกล่าวข้างต้น หลายมาตรการได้มีการกล่าวถึงมาเป็นเวลานาน ทำไมจึงไม่มีการดำเนินการและทำไมในระยะปัจจุบันนี้จึงจะสามารถปฏิบัติได้ จะมีวิธีการอย่างไรจึงจะทำให้ยุทธศาสตร์เป็นจริง คำตอบส่วนหนึ่งได้กล่าวมาแล้วข้างต้นคือ ในภาวะที่ไม่มีปัญหาที่เด่นชัดความสนใจในการปรับปรุงการผลิตและการจัดการจะมีน้อย ผู้ประกอบการเองก็ยังไม่ตระหนักถึงปัญหาที่จะพบ แต่ในวิกฤติปัจจุบันผู้ที่เกี่ยวข้องและสาธารณชนเห็นชัดเจนถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวในระดับโครงสร้างจึงมีความตื่นตัว มีพลังผลักดันให้ดำเนินการ เมื่อมีความต้องการแล้วการจัดองค์กรร่วมของรัฐบาลและเอกชน ให้มาตรการมีทิศทางที่ชัดเจนทำให้มีการปรับตัวอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง มีการติดตามประเมินผลของมาตรการ จึงมีโอกาสที่ทำให้ยุทธศาสตร์เป็นจริงได้ ในปัจจุบันมีการจัดตั้งคณะกรรมการปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมและมีแผนปฏิบัติการการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นสิ่งที่เหมาะสม ประเด็นที่จะต้องให้ความสำคัญคือการจัดลำดับความสำคัญการดำเนินงานที่เป็นเอกภาพและความครอบคลุมภาคการผลิตทั้งภาคการเกษตร และบริการ รวมทั้งพิจารณาทางด้านการตลาดด้วย

การที่เศรษฐกิจชะลอตัวก็มีส่วนทำให้การปรับตัวในบางด้านง่ายขึ้น เพราะราคาปัจจัยการผลิตบางประเภทถูกลง เช่น ที่ดิน สำนักงาน ค่าตอบแทนวิศวกรและแรงงานมีทักษะ (ขึ้นอยู่กับตลาดปัจจัยจะมีการปรับตัวเร็วเพียงใด) ต่างจากในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ที่ราคาปัจจัยการผลิตจะมีราคาสูง นอกจากนี้การที่มีอุตสาหกรรมหลายอย่างที่มีกำลังการผลิตเกินความต้องการ เช่น วัสดุก่อสร้าง ปิโตรเคมี ซึ่งถ้าระบบตลาดทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ราคาสินค้าหลายชนิดก็จะมีราคาลดลง เป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรมอื่น ราคาปัจจัยการผลิตและสินค้าสำคัญที่ถูกลงจะช่วยลดต้นทุนในการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม นอกจากนี้ในโรงงานที่มีการลดกำลังการผลิตแรงงาน วิศวกรและฝ่ายจัดการก็มีต้นทุนค่าเสียโอกาสน้อยลงถ้าจะไปอบรมเพิ่มพูนความรู้กับการปรับตัวของอุตสาหกรรม

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้มาตรการต่างๆ มีโอกาสที่จะเป็นไปได้มากกว่าในอดีต ถ้ามีการผนึกกำลังกันดำเนินการคือ การที่ได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศเพื่อปรับโครงสร้างภาคการเงิน ภาคอุตสาหกรรมและภาคราชการ ทั้งรวมเงินทุน และผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งมีความช่วยเหลือทางวิชาการ (Technical Assistance) ขององค์กรต่างประเทศผ่านกรมวิเทศสหการ สำนักนายกรัฐมนตรีที่เดิมกำลังจะหมดไปเนื่องจากผู้ให้พิจารณาว่าประเทศไทยมีระดับรายได้ประชาชาติสูงแล้ว แต่เมื่อมีวิกฤตการณ์ก็หันมาให้ความช่วยเหลือมากขึ้น อย่างไรก็ตามต้องตระหนักว่าเงินทุนเป็นสิ่งที่มีพันธะในอนาคต การจะใช้ต้องให้มีผลต่อการสร้างประสิทธิภาพการผลิต ให้ผลตอบแทนคุ้มกับการกู้เงิน

บรรณานุกรม

- ไชยยงค์ นิตติภัยธรรม. 2534. ความไม่มีประสิทธิภาพของนโยบายสินเชื่อเพื่อการส่งออกของธนาคารแห่งประเทศไทย. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐพงษ์ ทองภักดี และ คณะ. 2534. การศึกษาอุตสาหกรรมรายสาขาและการกระจายอุตสาหกรรมสู่ต่างจังหวัด. งานวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้าในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539). กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ณัฐพงษ์ ทองภักดี และ บัณฑิตศักดิ์ ปุสสะรังษี. 2535. อุตสาหกรรมภูมิภาค: นโยบายชดเชยความเสียเปรียบ. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
- ณัฐพงษ์ ทองภักดี และ ศิริพร ภาวครคุณ. 2540. "สถานการณ์และแนวโน้มการค้าโลก." ฉบับร่างรายงานในโครงการ ศึกษาแนวทางการพัฒนาและคุ้มครองแรงงานไทยตามกระแสการค้าโลก. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ดาว มงคลสมัย และ สมศักดิ์ แด่มบุญเลิศชัย. 2528. "ประสิทธิผลและผลกระทบต่อรายได้รัฐบาลของการใช้ มาตรการทางการคลังในการส่งเสริมการลงทุน." วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ 3, 1 (มีนาคม).
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. 2541. ไทยควรจะส่งเสริมการส่งออกอย่างไร : ข้อเสนอบาง ประการจากการศึกษากรณีของต่างประเทศ. เอกสารประกอบการประชุม ณ โรงแรมรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2541. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2539. รายงานประจำปี 2539. กรุงเทพฯ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. หลายฉบับ. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. กรุงเทพฯ : บริษัท ประชาชน จำกัด.
- ธัญรัตน์ โพธิ์วัฒน์. 2539. การให้ความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อการส่งออก ศึกษากรณี : ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นพรัตน์ จงจำเริญ. 2538. นโยบายการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรของ BOI กับการกระจายอุตสาหกรรมสู่ ภูมิภาค. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- "ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย" 2536. นักอุตสาหกรรม 3, 29 (ธันวาคม): 49-58.
- นิตย จันทรมังคละศรี และ คณะ. 2541. โครงการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการส่งออกและ การพัฒนาระบบการประเมินผลของกรมส่งเสริมการส่งออก. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนา ประเทศไทย.

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2539. รายงานประจำปี 2539. กรุงเทพฯ.

ภาณุพงศ์ นิธิประภา. 2536. "EXIM BANK กับการส่งออกของไทย." เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ณ โรงแรมริเจนท์ กรุงเทพมหานคร วันพุธที่ 6 ตุลาคม 2536, รวบรวมโดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. 2540ก. แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย: ภาคที่สอง: กลยุทธ์อุตสาหกรรมรายสาขา. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

ไมตรี อึ้งภากรณ์. 2538. สามมิติของการเจรจาอุปถุภวีย กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฉไล

วิศาล บุปผเวส. 2534. แนวทางปรับปรุงเครื่องมือกลไกของรัฐเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้า (เล่ม 1). 2 เล่ม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเศรษฐกิจโลก. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์ จำกัด.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. ฝ่ายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. 2540. แนวทางความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียนในอนาคต. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

_____. 2541. "ภาคการค้าระหว่างประเทศ" รายงานความก้าวหน้าครั้งที่หนึ่ง ส่วนหนึ่งของโครงการแผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2540-2549.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ฝ่ายนโยบายเศรษฐกิจส่วนรวม. 2537. เศรษฐกิจไทยบนเส้นทางสายใหม่. การพยากรณ์เศรษฐกิจประจำปี 2538. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา. 2540. การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของกระทรวงอุตสาหกรรมรองรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สุนัย บุษยวิทย์ และ สมบัติ แซ่เฮ้. 2539. การประเมินผลการปรับลดภาษีศุลกากรและผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยในตลาดโลก. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานนายกรัฐมนตรี. 2539. คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน.

"Asia Miracle : Is it over?" 1997. *The Economist* Vol. 341, No.8006 (March): 23-25.

- Boadway, Robin, Frank Flatters, and Jean-Francois Wen. 1992. *Required Returns on Investment by Small and Large Firms in Thailand: Case of Capital Differentials and the Fiscal Environment*. Bangkok: Thailand Development Research Institute.
- Bunluasak Pussarunhsri. 1993. "Effect of Foreign Direct Investment." A paper prepare for Asia-Pacific Economic Relation Project, Thailand Development Research Institute.
- Corsetti Giancarlo, P. Pasenti, N. Roubini. 1998. "What Caused the Asian Currency and Financial Crisis?" A paper downloaded from the Asian Crisis Homepage at www.stern.nyu.edu/nroubini/asia/AsiaHomepage.html.
- David Dollar, and Mary Hallward-Driemeier. 1988. "Crisis, Adjustment, and Reform: Results from the Thailand Industrial Survey." A paper prepared for the Conference on Thailand's Dynamic Economic Recovery and Competitiveness, Bangkok, May 20-21.
- Edwards, S. 1989. *Real Exchange Rates, Devaluation and Adjustment*. Cambridge MA: MIT Press.
- "Executive Brief." 1998. *South East Asia Monitor* Vol. 9, No.5 (May).
- "Get a Grip: Can Thailand's Central Bank Handle the Baht Crisis." 1997. *Far Eastern Economic Review* March: 67-68.
- International Institute for Management Development. 1997. *The World Competitiveness Yearbook*. Switzerland: International Institute for Management Development.
- International Monetary Fund (IMF). 1997. *World Economic Outlook*. May 1997.
- Japan External Trade Organization (JETRO). 1997. *Global Trade in the Era of Information Communications*. JETRO White Paper on International Trade. Japan: JETRO.
- _____. 1998. JETRO White Paper on *Foreign Direct Investment*. Tokyo: JETRO.
- Kline, Lawrence R. 1997. *World Economic Outlook, Solution to Thai Economic Issues and Prospect for a Turnaround*. The Golden Jubilee- Nobel Laureate Lecture.
- Krugman, P. 1994. "The Myth of Asia's Miracle." *Foreign Affairs* 73, November/December 27th: 67-68.
- Smith K.S. 1995. Global Textile Market Opportunity: Year 2000. Paper presented at "Global Textile Market Opportunity: Year 2000," organized by TTIS Co., Ltd. 29 November.

- Suphat Suphachalasai. 1994. *Thailand's Clothing and Textile Exports*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- TDRI Study Group on Economic and Social Issues. 1998. *Structure Adjustment for Competitiveness and Sustainability of the Thai Economy*. Bangkok: TDRI.
- Wisarn Pupphavesa and Emily O. Felt. 1995. "The Rise of China and Its Implications for Thailand in the Future: An Economic Analysis." *TDRI Quarterly Review* 10(2): 3-12.
- Wong Poh Kam. 1991. *Technology Development through Subcontracting Linkages*. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- World Bank. 1994. *World Development Report*. New York: World Bank.
- World Bank, DEC Trade Group. 1998. Trade and the Asian Meltdown: A Background Note (draft).

ภาคผนวก ก.

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทย

กลุ่มที่ 1: สินค้าที่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 และค่าความได้เปรียบนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น			
SITC	รายการ	2526-2528	2536-2538
036	Crustaceans and molluscs, whether in shell or not, fresh (live or dead), chilled, frozen, salted, in brine or dried; crustaceans, in shell, simply boiled in water.	13.05	13.23
592	Starches, inulin and wheat gluten.	0.92	2.83
611	Leather.	1.14	1.52
716	Rotating electric plant and parts thereof, n.e.s.	0.01	1.32
741	Heating and cooling equipment and parts thereof, n.e.s.	0.19	1.61
751	Office machinery	0.00	2.52
752	Automatic data processing machines and units thereof ; magnetic or optical readers, machines for transcribing data onto data media in coded form and machines for processing such data, n.e.s.	0.01	1.66
761	Television receivers(including receivers incorporating radio broadcast receivers or sound records or reproducers)	0.05	3.97
764	Telecommunications equipment, n.e.s.; and parts, n.e.s. of and accessories for the apparatus and equipment falling within division 76	0.03	1.33
771	Electric power machinery(other than the rotating electric plant of heading 716), and parts thereof, n.e.s.	0.24	1.86
773	Equipment for distributing electricity	0.34	1.84
775	Household type, electrical and non-electrical equipment, n.e.s.	0.05	1.67
776	Thermionic, cold cathode and photo-cathode valves and tubes; photo cells; mounted piezo-electric crystal; diodes, transistors and similar semi-conductor devices; electronic microcircuits, and parts thereof, n.e.s.	0.00	1.55
785	Motorcycle, motor scooters and other cycles, motorized and non-motorized; invalid carriages	0.16	1.75
821	Furniture and parts thereof	1.07	1.54
831	Travel goods, shopping bags, handbags, satchels, brief-case, wallets, purses, toilet-cases, tool-cases, tobacco pouches, sheaths, cases, boxes and similar containers, of leather or of composition leather, of vulcanized fibre, of artificial plastic sheeting	1.57	2.95
843	Outer garments, women's, girls' and infants', of textiles fabrics	2.54	2.94
845	Outer garments and other articles, knitted or crocheted, not elastic nor rubberized	2.21	2.33
846	Under garments, knitted or crocheted	3.05	3.14
848	Articles of apparel and clothing accessories of other than textiles fabrics; headgear of all materials	0.96	3.89
851	Footwear	1.59	3.77
881	Photographic apparatus and equipment, n.e.s.	0.03	1.02
885	Watches and clocks	0.73	1.72
893	Articles, n.e.s. of materials of the kinds described in division 58	1.46	2.34
894	Baby carriages, toys, games and sporting goods	0.35	1.77
897	Jewelry, goldsmiths' and silversmiths' wares, and other articles of precious or semi-precious materials, n.e.s.	2.63	4.21

(ต่อหน้า 150)

ภาคผนวก ก. (ต่อ)

กลุ่มที่ 2: สินค้าที่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 แต่ค่าความได้เปรียบนี้มีแนวโน้มลดลง			
SITC	รายการ	2526-2528	2536-2538
011	Meat and edible meat offals, fresh, chilled or frozen.	1.03	1.03
034	Fish, fresh (live or dead), chilled or frozen.	1.95	1.94
037	Fish, crustaceans and molluscs, prepared or preserved, n.e.s	22.81	17.00
042	Rice.	70.78	27.96
054	Vegetables, fresh, chilled, frozen or simply preserved (including dries leguminous vegetables); roots, tubers and other edible vegetable products, n.e.s., fresh or dried.	22.77	2.82
056	Vegetables, roots and tubers, prepared or preserved, n.e.s.	7.66	3.28
058	Fruit, preserved, and fruit preparations	7.85	4.85
061	Sugar and honey.	11.70	6.92
081	Feeding stuff for animals (not including unmilled cereals).	1.93	1.04
098	Edible products and preparations, n.e.s.	2.37	1.52
232	Natural rubber latex; natural rubber and similar natural gums.	33.82	30.07
612	Manufactures of leather or of composition leather, n.e.s.; saddlery and harness; parts of footwear, n.e.s.	3.45	3.36
635	Wood manufactures, n.e.s.	2.79	1.67
651	Textile yarn.	1.53	1.44
652	Cotton fabrics, woven (not including narrow or special fabrics)	2.25	1.14
653	Fabrics, woven, of man-made fibres (not including narrow or special fabrics).	3.87	1.62
658	Made-up articles, wholly or chiefly of textile materials, n.e.s.	2.26	1.09
667	Pearls, precious and semi-precious stones, unwored or worked.	5.48	2.66
772	Electrical apparatus for making and breaking electrical circuits, for the protection of electrical circuits, or for making connections to or in electrical circuits, resistors, fixed or variable, other than heating resistors; printed circuits; switchboards	5.72	1.09
842	Outer garments, men's and boys', of textile fabrics	3.68	3.09
844	Under garments of textile fabrics(other than knitted or crocheted goods)	7.58	2.76
899	Other miscellaneous manufactured articles, n.e.s.	1.71	1.67
กลุ่มที่ 3: สินค้าที่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1 แต่ค่าความได้เปรียบนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น			
SITC	รายการ	2526-2528	2536-2538
334	Petroleum products, refined.	0.08	0.30
533	Pigments, paints, varnishes and related materials.	0.17	0.98
583	Polymerization and copolymerization products (e.g., polyethylene, polytetrahaloethylenes, polyisobutylene, polystyrene, polyvinyl chloride, polyvinyl acetate, polyvinyl chloroacetate and other polyvinyl derivatives, polyacrylix derivatives, coumarone-inden	0.29	0.55
625	Rubber tyres, tyre cases, interchangeable tyre treades, inner tubes and tyre flaps, for wheels of all kinds.	0.52	0.93
665	Glassware.	0.63	0.77
678	Tubes, pipes and fittings, of iron or steel.	0.82	1.00
699	Manufactures of base metal, n.e.s.	0.23	0.57
749	Non-electric parts and accessories of machinery, n.e.s.	0.70	0.89
778	Electrical machinery and apparatus, n.e.s.	0.71	0.92
782	Motor vehicles for the transport of goods or materials and special purpose motor vehicles	0.01	0.33
784	Parts and accessories, n.e.s. of the motor vehicles falling within heading 722,781,782 or 783	0.07	0.21
792	Aircraft and associated equipment, and parts thereof, n.e.s.	0.01	0.50
898	Musical instruments and parts and accessories thereof (including phonograph records and the like)	0.05	0.64
กลุ่มที่ 4: สินค้าที่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1 และค่าความได้เปรียบนี้มีแนวโน้มลดลง			
SITC	รายการ	2526-2528	2536-2538
931	Special transactions and commodities not classified according to kind	0.89	0.45

ที่มา: คำนวณจากข้อมูล Statistics Canada

ภาคผนวก ข.

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดของสินค้า 13 รายการในตลาดสำคัญ

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	33,255	36,100	37,927	44,646					8.56	5.06	17.72
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	China	5,088	4,653	5,025	5,998	15.30	12.89	13.25	13.43	-8.55	7.99	19.36
2	Mexico	1,786	2,779	3,741	5,245	5.37	7.70	9.86	11.75	55.60	34.62	40.22
3	Hong Kong	4,324	4,260	3,927	3,973	13.00	11.80	10.35	8.90	-1.48	-7.82	1.16
4	Dominican Republic	1,536	1,698	1,719	2,189	4.62	4.70	4.53	4.90	10.55	1.24	27.35
5	Taiwan	2,023	1,916	1,826	1,948	6.08	5.31	4.81	4.36	-5.29	-4.70	6.67
6	Honduras	647	932	1239	1,686	1.95	2.58	3.27	3.78	44.05	32.94	36.10
7	Indonesia	1,030	1,190	1,333	1,603	3.10	3.30	3.51	3.59	15.53	12.02	20.24
8	Philippines	1,316	1,489	1,459	1,574	3.96	4.12	3.85	3.52	13.15	-2.01	7.86
9	Korean Republic	1,885	1,661	1,424	1,555	5.67	4.60	3.75	3.48	-11.88	-14.27	9.18
10	India	1,184	1,163	1,250	1,401	3.56	3.22	3.30	3.14	-1.77	7.48	12.06
11	Italy	905	1,074	1,277	1,356	2.72	2.98	3.37	3.04	18.67	18.90	6.22
12	Bangladesh	848	997	1,021	1,331	2.55	2.76	2.69	2.98	17.57	2.41	30.41
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในเอเชีย												
13	Thailand	903	1,041	1,059	1,276	2.72	2.88	2.79	2.86	15.28	1.73	20.47
21	Malaysia	634	675	650	652	1.91	1.87	1.71	1.46	6.47	-3.70	0.38
26	Singapore	470	424	327	287	1.41	1.17	0.86	0.64	-9.79	-22.88	-12.09

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : กุ้งแช่แข็ง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	2,456	2,340	2,137	2,558					-4.72	-8.66	19.74
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Thailand	828	786	619	603	33.72	33.61	28.98	23.58	-5.07	-21.22	-2.64
2	Ecuador	445	443	370	582	18.11	18.92	17.32	22.76	-0.45	-16.39	57.57
3	Mexico	253	341	325	369	10.32	14.56	15.22	14.42	34.78	-4.51	13.39
4	Indonesia	99	56	106	148	4.03	2.40	4.97	5.78	-43.43	89.29	39.08
5	Bangladesh	97	66	110	132	3.97	2.81	5.13	5.17	-31.96	66.81	20.55
6	India	122	94	100	120	4.96	4.03	4.68	4.68	-22.95	6.02	19.72
7	Panama	63	77	68	86	2.57	3.29	3.2	3.36	22.22	-11.15	25.49
8	Venezuela	40	41	48	76	1.63	1.76	2.23	2.97	2.50	15.64	59.50
9	Honduras	77	67	70	70	3.12	2.85	3.28	2.74	-12.99	5.27	0.88
10	China	101	74	31	63	4.09	3.17	1.44	2.46	-26.73	-58.64	104.89
ประเทศในเอเชียบางประเทศ												
12	Philippines	28	21	12	12	1.15	0.90	0.56	0.48	-25.00	-43.8	3.08
14	Vietnam	5	17	28	35	0.21	0.71	1.32	1.38	240.00	69.57	25.34
15	Colombia	29	25	27	29	1.19	1.06	1.24	1.12	-13.79	7.09	7.94
22	Singapore	20	14	5	4	0.80	0.60	0.25	0.17	-30.00	-62.4	-19.18
24	Burma (Myanmar)	7	2	5	7	0.28	0.07	0.25	0.26	-71.43	213.26	26.11
25	Taiwan	5	5	2	2	0.22	0.23	0.08	0.07	0.00	-67.31	0.28
27	Malaysia	11	8	5	2	0.43	0.35	0.23	0.06	-27.27	-40.63	-68.32
30	Hong Kong	0	0	0	0	0.03	0.03	0.01	0.01	-	-58.89	24.98
38	Korean Republic	0	0	0	0	0.03	0.01	0.03	0.00	-	121.55	-94.77

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : รongเท้า

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	11,712	12,098	12,753	14,018					3.30	5.41	9.95
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	China	5,259	5,821	6,394	7,415	44.90	48.12	50.13	52.90	10.69	9.83	16.01
2	Italy	891	1,021	1,212	1,198	7.61	8.44	9.51	8.55	14.59	18.75	-1.08
3	Brazil	1,261	1,122	1,200	1,149	10.77	9.27	9.41	8.19	-11.02	6.99	-4.33
4	Indonesia	884	957	1,056	1,083	7.54	7.91	8.28	7.73	8.26	10.31	2.61
5	Spain	367	369	395	413	3.13	3.05	3.10	2.95	0.54	7.06	4.68
6	Thailand	375	408	345	386	3.20	3.37	2.70	2.76	8.80	-15.42	12.02
7	Mexico	206	236	307	386	1.76	1.95	2.41	2.75	14.56	29.88	25.63
8	Dominican Republic	284	247	255	292	2.42	2.04	2.00	2.08	-13.03	3.11	14.82
9	Korean Republic	680	515	340	235	5.80	4.26	2.67	1.67	-24.26	-33.92	-31.01
10	Taiwan	455	351	257	186	3.88	2.90	2.01	1.32	-22.86	-26.94	-27.69
ประเทศในเอเชียบางประเทศ												
13	India	101	97	97	111	0.86	0.80	0.76	0.79	-3.96	0.19	14.50
14	Philippines	80	86	84	103	0.68	0.71	0.66	0.74	7.50	-2.8	23.22
15	Hong Kong	124	110	74	97	1.06	0.91	0.58	0.69	-11.29	-32.31	29.56
16	Singapore	0	1	1	4	0.00	0.00	0.01	0.03	-	13.04	212.00
46	Malaysia	8	7	3	2	0.07	0.06	0.02	0.02	-12.50	-60.79	-19.87

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : ผลิตภัณฑ์พลาสติก

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	7,059	8,063	8,333	9,105					14.23	3.35	8.48
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Canada	1,487	1,758	1,960	2,226	21.07	21.81	23.51	24.44	18.23	11.45	11.95
2	China	1,332	1,605	1,732	1,958	18.87	19.90	20.78	21.50	20.48	7.92	11.56
3	Japan	826	916	883	859	11.69	11.35	10.59	9.43	10.91	-3.57	-2.83
4	Taiwan	858	805	769	781	12.16	9.98	9.23	8.58	-6.22	-4.42	1.50
5	Mexico	359	462	499	637	5.09	5.72	5.99	6.99	28.47	8.07	21.67
6	Germany	392	448	437	458	5.55	5.56	5.25	5.03	14.39	-2.41	4.55
7	United Kingdom	252	274	295	333	3.58	3.40	3.55	3.65	8.63	7.72	11.16
8	Korean Republic	249	296	280	288	3.53	3.67	3.36	3.16	18.65	-5.22	2.66
9	Italy	130	150	170	174	1.84	1.86	2.04	1.91	15.31	13.34	2.28
10	France	150	179	168	169	2.12	2.22	2.02	1.85	19.83	-6.22	0.45
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในเอเชีย												
11	Hong Kong	131	135	123	131	1.85	1.67	1.48	1.44	3.00	-8.46	6.11
13	Thailand	88	111	80	100	1.24	1.37	0.96	1.10	26.09	-27.99	20.02
17	India	25	40	61	57	0.35	0.49	0.73	0.63	59.07	53.70	-6.19
19	Indonesia	33	41	43	48	0.47	0.50	0.52	0.53	23.59	5.88	11.27
20	Malaysia	44	50	45	43	0.62	0.61	0.54	0.48	13.77	-9.19	-3.56
21	Philippines	43	51	40	43	0.61	0.64	0.48	0.47	18.25	-21.78	6.22
25	Singapore	31	35	30	29	0.44	0.44	0.35	0.32	13.81	-15.76	-1.05

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)			ส่วนแบ่งตลาด (%)			การเปลี่ยนแปลง (%)	
		2538	2539	2540	2538	2539	2540	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	56,374	60,111	68,291				6.63	13.61
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก									
1	Japan	14,804	13,707	14,673	26.26	22.80	21.49	-7.41	7.05
2	Singapore	11,129	12,962	12,950	19.74	21.56	18.96	16.47	-0.10
3	Taiwan	7,106	7,923	9,577	12.61	13.18	14.02	11.50	20.87
4	Mexico	1,930	2,945	4,435	3.42	4.90	6.49	52.63	50.59
5	Malaysia	3,284	3,647	4,172	5.83	6.07	6.11	11.04	14.41
6	Korean Republic	3,854	3,893	4,133	6.84	6.48	6.05	0.99	6.18
7	China	2,252	2,783	3,917	3.99	4.63	5.74	23.57	40.76
8	Canada	4,058	3,376	3,419	7.20	5.62	5.01	-16.80	1.26
9	Thailand	1,827	1,962	2,341	3.24	3.26	3.43	7.38	19.31
10	United Kingdom	1,777	1,893	2,115	3.15	3.15	3.10	6.51	11.71
ประเทศในเอเชียบางประเทศ									
11	Philippines	340	885	1,670	0.60	1.47	2.45	160.38	88.67
16	Hong Kong	526	445	341	0.93	0.74	0.50	-15.32	-23.44
18	Indonesia	135	183	312	0.24	0.30	0.46	35.09	71.11
21	India	79	92	161	0.14	0.15	0.24	16.89	74.08

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : แผงวงจรไฟฟ้า

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	23,777	35,915	33,496	33,080					51.05	-6.74	-1.24
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Japan	6,837	9,616	7,654	6,659	28.75	26.77	22.85	20.13	40.65	-20.40	-13.00
2	Korean Republic	3,873	6,936	6,113	5,863	16.29	19.31	18.25	17.72	79.09	-11.87	-4.09
3	Malaysia	3,116	4,618	4,577	4,607	13.11	12.86	13.66	13.93	48.20	-0.89	0.66
4	Philippines	1,253	1,800	2,277	3,058	5.27	5.01	6.80	9.24	43.66	26.50	34.30
5	Taiwan	1,793	2,796	2,728	2,944	7.54	7.79	8.14	8.90	55.94	-2.43	7.92
6	Singapore	2,002	2,716	2,847	2,416	8.42	7.56	8.50	7.30	35.66	4.82	-15.14
7	Canada	1,314	1,656	2,063	2,202	5.53	4.61	6.16	6.66	26.03	24.58	6.74
8	Hong Kong	616	1,065	1,035	1,246	2.59	2.97	3.09	3.77	72.89	-2.82	20.39
9	Thailand	663	863	899	944	2.79	2.40	2.68	2.85	30.17	4.17	5.01
10	France	362	737	763	599	1.52	2.05	2.28	1.81	103.59	3.53	-21.49
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Mexico	385	486	501	599	1.62	1.35	1.50	1.81	26.23	3.09	19.56
14	Indonesia	54	127	161	201	0.23	0.35	0.48	0.61	135.19	26.77	24.84
15	China	28	99	142	159	0.12	0.28	0.42	0.48	253.57	43.43	11.97
26	India	2	7	8	14	0.01	0.02	0.02	0.04	250.00	14.29	75.00

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : ยางพารา

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	966	1,630	1,467	1,229					68.74	-10.02	-16.19
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Indonesia	573	982	906	735	59.35	60.25	61.77	59.75	71.38	-7.76	-18.91
2	Thailand	201	357	287	265	20.86	21.92	19.56	21.59	77.61	-19.71	-7.51
3	Malaysia	138	205	183	155	14.35	12.58	12.49	12.59	48.55	-10.68	-15.44
4	Nigeria	18	25	24	12	1.85	1.53	1.66	0.99	38.89	-2.36	-49.46
5	Sri Lanka	5	11	11	12	0.56	0.68	0.72	0.97	120.00	-4.69	7.97
6	Cameroon	4	7	10	11	0.42	0.46	0.66	0.92	75.00	30.13	12.55
7	Ivory Coast	8	11	20	11	0.79	0.66	1.34	0.91	37.50	81.83	-44.17
8	Singapore	8	13	6	8	0.86	0.79	0.39	0.65	62.50	-56.06	33.52
9	Guatemala	3	6	8	6	0.35	0.38	0.51	0.48	100.00	22.4	-25.94
10	Canada	0	0	0	4	0.02	0.02	0.05	0.30	-	162.88	-
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในเอเชีย												
11	Vietnam	0	1	0	2	0.03	0.08	0.03	0.17	-	-70.01	-
14	Cambodia	0	3	1	1	0.01	0.19	0.08	0.09	-	-64.89	7.18
15	India	0	2	2	1	0.02	0.1	0.14	0.06	-	21.11	-62.12

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : น้ำตาลทราย

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	627	716	1,047	997					14.19	46.19	-4.82
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Dominican Republic	113	92	139	189	18.01	12.91	13.28	18.94	-18.58	50.37	35.80
2	Brazil	43	94	137	119	6.78	13.06	13.04	11.91	118.60	46.03	-13.40
3	Philippines	44	67	99	101	7.05	9.36	9.42	10.12	52.27	47.01	1.91
4	Guatemala	51	45	92	76	8.21	6.34	8.77	7.67	-11.76	102.26	-16.89
5	Australia	18	56	99	62	2.88	7.77	9.41	6.18	211.11	77.08	-37.83
6	Colombia	18	53	42	44	2.88	7.44	3.97	4.46	194.44	-21.9	5.83
7	El Salvador	15	22	33	34	2.41	3.1	3.11	3.42	46.67	46.62	3.15
8	Argentina	27	42	34	31	4.38	5.8	3.24	3.14	55.56	-18.41	-7.83
9	Peru	29	33	37	31	4.66	4.66	3.57	3.12	13.79	12.06	-15.90
10	Nicaragua	15	16	28	31	2.44	2.29	2.72	3.07	6.67	73.41	9.22
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
14	Mexico	0	9	17	18	0.02	1.33	1.66	1.84	-	83.16	7.83
17	Thailand	6	8	13	12	0.99	1.12	1.26	1.22	33.33	65.21	-6.29
27	India	0	14	6	7	0.01	1.91	0.57	0.74	-	-55.96	22.70

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : อัญมณี

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	15,063	15,715	17,248	19,172					4.33	9.76	11.15
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Israel	2,241	2,424	2,804	3,296	14.88	15.42	16.26	17.19	8.17	15.68	17.54
2	Canada	1,848	1,684	2,125	2,305	12.27	10.72	12.32	12.02	-8.87	26.19	8.49
3	India	1,566	1,716	1,785	2,063	10.40	10.92	10.35	10.76	9.58	4.02	15.55
4	Belgium	1,527	1,488	1,667	2,002	10.14	9.47	9.66	10.44	-2.55	12.03	20.09
5	Italy	1,342	1,295	1,382	1,368	8.91	8.24	8.01	7.14	-3.50	6.72	-1.00
6	South Africa, Rep of	846	911	857	957	5.62	5.80	4.97	4.99	7.68	-5.93	11.68
7	Hong Kong	474	524	598	657	3.15	3.33	3.47	3.43	10.55	14.12	9.81
8	United Kingdom	503	544	545	648	3.34	3.46	3.16	3.38	8.15	0.18	18.92
9	Switzerland	300	412	403	636	1.99	2.62	2.34	3.32	37.33	-2.18	57.81
10	Thailand	582	556	570	572	3.86	3.54	3.30	2.98	-4.47	2.52	0.27
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
12	Mexico	294	395	498	445	1.95	2.51	2.89	2.32	34.35	26.08	-10.64
15	China	210	248	276	350	1.39	1.58	1.60	1.83	18.10	11.29	26.91
18	Korean Republic	198	176	165	179	1.31	1.12	0.96	0.93	-11.11	-6.25	8.20
32	Malaysia	50	58	61	40	0.33	0.37	0.35	0.21	16.00	5.17	-34.06
35	Indonesia	21	22	25	32	0.14	0.14	0.14	0.17	4.76	13.64	26.58
46	Singapore	14	18	20	18	0.09	0.11	0.12	0.10	28.57	11.11	-8.36

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : ข้าว

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	129.88	121.00	156.90	216.74					-6.84	29.67	38.14
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Thailand	93.78	89.48	108.63	146.39	72.21	73.95	69.24	67.54	-4.59	21.41	34.76
2	India	19.00	19.90	28.68	34.16	14.63	16.44	18.28	15.76	4.72	44.15	19.11
3	Vietnam	4.51	0.01	5.80	20.77	3.47	0.00	3.70	9.58	-99.89	115,940.00	257.98
4	Pakistan	4.74	5.44	3.60	5.44	3.65	4.50	2.29	2.51	14.74	-33.88	51.15
5	Italy	3.35	4.35	5.58	5.22	2.58	3.59	3.56	2.41	29.68	28.43	-6.55
6	United Kingdom	1.07	1.03	1.95	1.51	0.82	0.85	1.24	0.70	-3.47	89.59	-22.38
7	Argentina	0.00	0.00	1.28	1.14	0.00	0.00	0.82	0.52	-	-	-11.29
8	Mexico	0.00	0.03	0.16	0.47	0.00	0.02	0.10	0.22	-	520.00	202.46
9	China	2.15	0.21	0.18	0.36	1.66	0.17	0.11	0.17	-90.20	-16.11	104.28
10	Canada	0.45	0.27	0.15	0.25	0.35	0.23	0.10	0.12	-39.33	-44.32	65.86
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	Singapore	0.00	0.00	0.00	0.22	0.00	0.00	0.00	0.10	-100.00	-	-
12	Japan	0.03	0.03	0.05	0.16	0.02	0.02	0.03	0.08	7.14	63.33	235.51
13	Hong Kong	0.02	0.04	0.06	0.11	0.02	0.04	0.04	0.05	86.96	30.23	97.25
18	Indonesia	0.04	0.00	0.00	0.05	0.03	0.00	0.00	0.02	-100.00	-	-
39	Malaysia	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	-	-	-100.00

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	9,743	10,057	9,606	10,384					3.22	-4.48	8.10
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Mexico	3,188	3,614	3,939	4,488	32.72	35.94	41.01	43.22	13.36	8.99	13.93
2	China	1,506	1,600	1,657	2,018	15.46	15.91	17.25	19.44	6.24	3.56	21.81
3	Malaysia	1,780	1,993	1,714	1,428	18.27	19.82	17.84	13.75	11.97	-14.00	-16.69
4	Japan	1,266	1,124	761	653	12.99	11.18	7.92	6.29	-11.22	-32.30	-14.16
5	Thailand	285	235	246	420	2.93	2.34	2.56	4.04	-17.54	4.68	70.61
6	Indonesia	206	260	293	300	2.11	2.59	3.05	2.89	26.21	12.69	2.47
7	Brazil	50	37	86	295	0.51	0.37	0.90	2.85	-26.00	132.43	243.51
8	Korean Republic	473	335	247	236	4.85	3.33	2.57	2.28	-29.18	-26.27	-4.32
9	Singapore	461	310	253	195	4.73	3.08	2.63	1.88	-32.75	-18.39	-23.01
10	Taiwan	177	142	94	94	1.82	1.41	0.98	0.91	-19.77	-33.80	0.25
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	Philippines	162	169	107	82	1.66	1.68	1.11	0.79	4.32	-36.69	-23.24
12	Hong Kong	44	48	51	44	0.45	0.48	0.53	0.42	9.09	6.25	-13.62

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : เครื่องปรับอากาศ

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	952	1,097	1,347	1,256					15.23	22.79	-6.79
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Mexico	300	387	537	465	31.51	35.28	39.87	37.03	29.00	38.76	-13.41
2	Japan	251	250	239	190	26.37	22.79	17.74	15.13	-0.40	-4.40	-20.52
3	Canada	83	60	84	108	8.72	5.47	6.24	8.62	-27.71	40.00	28.79
4	Singapore	82	86	97	98	8.61	7.84	7.20	7.80	4.88	12.79	0.95
5	Thailand	29	43	58	72	3.05	3.92	4.31	5.75	48.28	34.88	24.40
6	Malaysia	42	64	64	62	4.41	5.83	4.75	4.95	52.38	0.00	-2.83
7	Korean Republic	65	63	82	47	6.83	5.74	6.09	3.76	-3.08	30.16	-42.36
8	Brazil	30	44	45	40	3.15	4.01	3.34	3.16	46.67	2.27	-11.88
9	China	2	4	11	39	0.21	0.36	0.82	3.14	100.00	175.00	258.14
10	Switzerland	13	17	21	27	1.37	1.55	1.56	2.14	30.77	23.53	27.86
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในเอเชีย												
14	Taiwan	6	9	10	11	0.63	0.82	0.74	0.84	50.00	11.11	6.05
23	Hong Kong	0	2	1	2	0.00	0.18	0.07	0.18	-	-50.00	131.55
26	Indonesia	3	0	0	1	0.32	0.00	0.00	0.06	-100.00	-	-

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหรัฐอเมริกา : อาหารทะเลกระป๋อง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	497	476	503	562					-4.32	5.65	11.72
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Thailand	237	167	161	185	47.61	35.15	31.98	32.92	-29.36	-3.88	15.01
2	Philippines	38	52	61	85	7.70	10.87	12.22	15.05	35.02	18.79	37.62
3	Ecuador	26	43	62	54	5.16	9.04	12.36	9.60	67.69	44.49	-13.26
4	Canada	28	35	51	53	5.63	7.39	10.15	9.44	25.65	45.09	3.82
5	Indonesia	34	41	35	29	6.80	8.58	7.02	5.24	20.81	-13.53	-16.72
6	Morocco	17	17	17	18	3.48	3.65	3.35	3.21	0.36	-2.85	6.81
7	Japan	14	13	13	15	2.86	2.67	2.61	2.60	-10.68	3.28	11.14
8	Norway	12	14	14	14	2.46	2.95	2.69	2.48	14.77	-3.82	3.14
9	Russia	7	10	11	14	1.45	2.02	2.17	2.45	33.40	13.32	26.24
10	China	3	7	8	13	0.58	1.50	1.52	2.28	144.87	7.11	68.33
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Chile	11	8	9	12	2.15	1.63	1.82	2.11	-27.75	18.61	29.20
12	Mexico	2	3	5	11	0.39	0.69	0.98	1.88	70.30	49.80	114.24
13	Taiwan	17	9	12	10	3.36	1.88	2.36	1.70	-46.63	32.68	-19.29
14	Korean Republic	10	8	8	8	1.93	1.61	1.50	1.44	-20.20	-1.10	6.87
16	Malaysia	6	5	4	5	1.20	0.95	0.76	0.96	-24.20	-15.71	40.80

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	44,202.1	45,478.0	50,118.6	53,842.1					2.89	10.20	7.43
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Italy	4,834.1	4,843.7	5,230.2	5,539.4	10.94	10.65	10.44	10.29	0.20	7.98	5.91
2	China	3,547.3	3,666.5	3,541.3	4,162.9	8.03	8.06	7.07	7.73	3.36	-3.42	17.55
3	Turkey	2,625.9	2,628.5	3,188.4	3,431.4	5.94	5.78	6.36	6.37	0.10	21.30	7.62
4	Germany	2,374.5	2,366.0	3,269.3	3,423.7	5.37	5.20	6.52	6.36	-0.35	38.18	4.72
5	Hong Kong	2,732.1	2,556.8	2,546.0	2,496.6	6.18	5.62	5.08	4.64	-6.42	-0.42	-1.94
6	Portugal	1,923.1	1,991.2	2,303.8	2,380.4	4.35	4.38	4.60	4.42	3.54	15.69	3.33
7	United Kingdom	1,592.9	1,734.2	2,071.3	2,180.4	3.60	3.81	4.13	4.05	8.87	19.44	5.27
8	France	2,002.9	2,002.8	2,111.0	2,098.0	4.53	4.40	4.21	3.90	0.00	5.41	-0.62
9	Belgium and Luxembo	1,499.8	1,616.8	1,733.4	2,076.2	3.39	3.56	3.46	3.86	7.80	7.21	19.77
10	Netherlands	1,613.7	1,660.9	1,729.6	1,973.0	3.65	3.65	3.45	3.66	2.92	4.14	14.07
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
14	India	1,156.0	1,346.4	1,587.8	1,540.7	2.62	2.96	3.17	2.86	16.48	17.92	-2.96
17	Indonesia	956.4	971.5	908.0	973.1	2.16	2.14	1.81	1.81	1.57	-6.54	7.17
23	Thailand	648.5	603.9	545.8	528.9	1.47	1.33	1.09	0.98	-6.87	-9.63	-3.09
32	South Korea	613.6	496.0	407.6	400.4	1.39	1.09	0.81	0.74	-19.17	-17.81	-1.78
34	Vietnam	208.4	234.9	271.4	356.6	0.47	0.52	0.54	0.66	12.72	15.53	31.40
35	Malaysia	419.6	414.8	339.4	352.0	0.95	0.91	0.68	0.65	-1.15	-18.16	3.70
39	Taiwan	334.0	308.1	259.2	285.6	0.76	0.68	0.52	0.53	-7.74	-15.89	10.18
40	Philippines	313.4	293.1	251.8	268.6	0.71	0.64	0.50	0.50	-6.48	-14.09	6.65

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : กุ้งแช่แข็ง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	1,312.5	1,577.1	1,646.7	1,670.0					20.16	4.41	1.42
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Ecuador	140.0	152.5	162.0	173.8	5.52	6.01	6.38	6.85	8.94	6.20	7.31
2	Thailand	116.4	153.5	169.6	150.3	4.59	6.05	6.68	5.92	31.86	10.49	-11.37
3	Denmark	52.1	62.0	83.3	95.5	2.05	2.44	3.28	3.76	19.08	34.36	14.66
4	Bangladesh	61.1	89.5	88.1	85.7	2.41	3.53	3.47	3.37	46.40	-1.59	-2.73
5	India	67.2	101.4	97.9	84.6	2.65	4.00	3.86	3.33	51.01	-3.49	-13.50
6	Greenland	85.2	75.6	68.2	80.9	3.36	2.98	2.69	3.19	-11.30	-9.75	18.59
7	Netherlands	47.2	56.0	52.8	58.6	1.86	2.21	2.08	2.31	18.51	-5.71	11.10
8	Belgium And Luxembo	35.7	54.9	59.8	55.8	1.41	2.16	2.35	2.20	53.66	8.91	-6.69
9	United Kingdom	38.1	46.5	54.2	53.0	1.50	1.83	2.14	2.09	21.91	16.64	-2.24
10	Argentina	89.5	79.2	44.2	51.1	3.53	3.12	1.74	2.01	-11.43	-44.24	15.59
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
15	Malaysia	23.5	31.1	43.3	35.2	0.93	1.23	1.71	1.39	32.31	39.27	-18.64
22	Indonesia	35.0	31.3	27.2	25.0	1.38	1.24	1.07	0.99	-10.44	-13.24	-7.91
29	China	25.0	23.7	27.4	17.1	0.98	0.94	1.08	0.67	-4.84	15.43	-37.54
32	Vietnam	12.3	17.4	15.8	12.0	0.49	0.69	0.62	0.47	41.65	-9.18	-24.35
35	Mexico	na	0.4	5.3	11.6	na	0.01	0.21	0.46	na	1,417.38	117.95

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : รองเท้า

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	10,882.8	11,964.1	12,646.1	1,3951.8					9.94	5.70	10.33
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Portugal	891.4	1,008.5	1,063.1	1,181.7	8.19	8.43	8.41	8.47	13.14	5.41	11.16
2	China	886.7	913.8	848.4	1,148.4	8.15	7.64	6.71	8.23	3.05	-7.15	35.35
3	Spain	625.7	859.7	870.1	880.1	5.75	7.19	6.88	6.31	37.41	1.20	1.16
4	Indonesia	462.2	614.1	673.1	692.3	4.25	5.13	5.32	4.96	32.87	9.61	2.86
5	Germany	462.9	459.1	592.4	623.3	4.25	3.84	4.68	4.47	-0.81	29.03	5.22
6	Vietnam	119.4	256.2	373.7	545.4	1.10	2.14	2.95	3.91	114.53	45.86	45.95
7	Belgium And Luxembo	158.7	166.6	172.2	520.7	1.46	1.39	1.36	3.73	4.94	3.36	202.48
8	France	410.9	406.4	416.6	421.6	3.78	3.40	3.29	3.02	-1.11	2.51	1.22
9	Netherlands	329.6	381.7	389.4	375.3	3.03	3.19	3.08	2.69	15.78	2.03	-3.64
10	Romania	137.8	223.6	308.6	374.3	1.27	1.87	2.44	2.68	62.28	38.00	21.30
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
12	India	262.8	318.2	327.1	345.7	2.41	2.66	2.59	2.48	21.12	2.78	5.68
13	Thailand	361.0	368.4	284.8	263.6	3.32	3.08	2.25	1.89	2.03	-22.70	-7.43
19	Taiwan	197.2	164.0	161.9	155.8	1.81	1.37	1.28	1.12	-16.82	-1.28	-3.77
21	South Korea	408.1	272.0	197.3	135.7	3.75	2.27	1.56	0.97	-33.35	-27.46	-31.24
29	Philippines	60.4	72.9	79.2	74.6	0.55	0.61	0.63	0.53	20.75	8.61	-5.79
35	Malaysia	25.9	31.8	28.0	28.8	0.24	0.27	0.22	0.21	22.59	-11.85	2.76
59	Singapore	7.8	5.8	7.2	6.0	0.07	0.05	0.06	0.04	-25.82	25.10	-16.90

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : ผลิตภัณฑ์พลาสติก

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				ส่วนแบ่งตลาด (%)			การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	21,173	19,066	21,754	26,691				-9.95	14.10	22.69
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก											
1	Germany	4,397	3,777	4,242	5,499	19.81	19.50	20.60	-14.12	12.33	29.63
2	Italy	2,242	1,906	2,220	2,851	10.00	10.20	10.68	-15.01	16.49	28.45
3	Belgium And Luxembo	2,397	2,073	2,325	2,694	10.87	10.69	10.09	-13.50	12.16	15.86
4	France	1,956	1,724	2,032	2,335	9.04	9.34	8.75	-11.87	17.87	14.87
5	Netherlands	2,016	1,535	1,711	2,119	8.05	7.87	7.94	-23.83	11.47	23.84
6	United Kingdom	1,532	1,290	1,485	1,805	6.77	6.83	6.76	-15.77	15.08	21.53
7	United States	1,101	1,173	1,318	1,449	6.15	6.06	5.43	6.52	12.40	9.87
8	Switzerland	na	na	na	1,140	na	na	4.27	na	na	na
9	China	426	534	712	943	2.80	3.27	3.53	25.18	33.44	32.44
10	Denmark	510	395	441	671	2.07	2.03	2.51	-22.53	11.62	52.12
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในเอเชีย											
16	Taiwan	264	253	229	247	1.33	1.05	0.93	-4.25	-9.55	8.19
22	South Korea	100	109	125	154	0.57	0.58	0.58	8.25	15.47	22.70
23	Thailand	100	109	112	137	0.57	0.51	0.51	8.75	2.50	22.28
26	Hong Kong	67	71	70	88	0.37	0.32	0.33	6.41	-1.29	25.58
28	Malaysia	51	47	63	76	0.24	0.29	0.28	-9.44	35.20	20.49
31	Singapore	47	45	40	57	0.23	0.19	0.21	-4.57	-9.55	41.72
32	Indonesia	47	51	43	57	0.27	0.20	0.21	8.88	-15.90	32.11
38	Philippines	7	7	10	22	0.04	0.05	0.08	0.51	54.48	114.76
39	Mexico	8	10	8	14	0.05	0.04	0.05	31.97	-19.19	70.62
50	Vietnam	0	0	1	4	0.00	0.01	0.02	481.82	330.63	190.86

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	47,763.3	54,832.7	67,252.0	71,680.9					14.80	22.65	6.59
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	United States	9,071.0	10,633.1	11,467.4	10,887.2	18.99	19.39	17.05	15.19	17.22	7.85	-5.06
2	Netherlands	5,477.9	6,720.3	8,736.9	9,876.9	11.47	12.26	12.99	13.78	22.68	30.01	13.05
3	United Kingdom	5,580.0	6,200.3	7,724.8	8,228.5	11.68	11.31	11.49	11.48	11.12	24.59	6.52
4	Germany	4,023.4	4,649.2	6,322.6	6,449.1	8.42	8.48	9.40	9.00	15.55	35.99	2.00
5	Japan	4,916.6	5,012.7	5,567.7	5,311.2	10.29	9.14	8.28	7.41	1.96	11.07	-4.61
6	Singapore	2,737.9	3,543.3	3,870.2	4,391.3	5.73	6.46	5.75	6.13	29.42	9.23	13.47
7	France	2,792.4	3,031.0	3,943.8	4,314.3	5.85	5.53	5.86	6.02	8.54	30.12	9.40
8	Taiwan	2,896.0	2,919.3	3,406.1	4,272.3	6.06	5.32	5.06	5.96	0.80	16.68	25.43
9	Ireland	2,526.5	3,220.0	4,048.5	3,608.1	5.29	5.87	6.02	5.03	27.45	25.73	-10.88
10	Italy	2,396.3	2,439.6	2,470.2	2,339.5	5.02	4.45	3.67	3.26	1.81	1.25	-5.29
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	South Korea	585.6	588.0	1,006.1	1,536.9	1.23	1.07	1.50	2.14	0.41	71.12	52.76
12	Malaysia	420.9	656.3	1,072.7	1,521.2	0.88	1.20	1.60	2.12	55.91	63.46	41.81
13	China	422.1	798.8	1,393.3	1,506.1	0.88	1.46	2.07	2.10	89.24	74.43	8.10
14	Thailand	289.8	477.0	793.0	1,091.9	0.61	0.87	1.18	1.52	64.57	66.26	37.68
18	Hong Kong	308.6	326.4	556.0	574.5	0.01	0.01	0.01	0.01	5.77	70.33	3.32
20	Philippines	177.6	130.0	179.2	350.6	0.00	0.00	0.00	0.00	-26.81	37.88	95.64

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : แผงวงจรไฟฟ้า

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	12,795	17,325	23,183	23,963					35.40	33.82	3.36
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	United States	2,360	2,722	3,616	3,704	18.44	15.71	15.60	15.46	15.37	32.81	2.43
2	United Kingdom	1,496	2,315	2,839	3,015	11.69	13.36	12.24	12.58	54.77	22.64	6.22
3	Netherlands	820	1,320	1,803	2,716	6.41	7.62	7.78	11.33	61.08	36.60	50.60
4	Germany	1,429	1,903	2,474	2,085	11.17	10.98	10.67	8.70	33.13	30.03	-15.73
5	Japan	1,235	1,767	2,303	1,931	9.65	10.20	9.93	8.06	43.10	30.32	-16.16
6	France	863	1,042	1,552	1,615	6.74	6.01	6.70	6.74	20.76	48.96	4.02
7	Malaysia	1,016	1,387	1,879	1,447	7.94	8.01	8.10	6.04	36.52	35.44	-22.95
8	Singapore	456	700	971	1,170	3.56	4.04	4.19	4.88	53.55	38.72	20.57
9	South Korea	293	562	968	862	2.29	3.24	4.18	3.60	91.80	72.23	-10.99
10	Philippines	156	234	338	696	1.22	1.35	1.46	2.91	50.40	44.33	105.95
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	Taiwan	344	459	537	442	2.69	2.65	2.32	1.84	33.44	17.04	-17.73
17	Hong Kong	104	135	208	200	0.82	0.78	0.90	0.83	29.37	54.00	-3.87
20	Thailand	59	64	131	168	0.46	0.37	0.56	0.70	8.84	104.14	28.58
22	China	5	12	28	36	0.04	0.07	0.12	0.15	139.65	141.81	29.01

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : ยางพารา

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	668.6	847.4	1,268.8	1,147.9					26.75	49.72	-9.53
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Malaysia	229.0	248.9	388.3	317.7	34.25	29.37	30.60	27.68	8.67	56.02	-18.18
2	Thailand	115.5	181.8	272.8	281.7	17.27	21.45	21.50	24.54	57.47	50.05	3.27
3	Indonesia	119.2	150.0	183.9	162.9	17.84	17.70	14.49	14.20	25.77	22.61	-11.39
4	Nigeria	37.8	48.4	91.5	100.3	5.65	5.71	7.22	8.74	28.23	89.12	9.59
5	Ivory Coast	37.7	43.2	63.5	58.3	5.63	5.10	5.01	5.08	14.68	47.10	-8.31
6	Cameroon	31.9	34.8	49.8	48.9	4.77	4.10	3.92	4.26	9.13	43.13	-1.82
7	Sri Lanka	18.8	22.7	26.6	27.6	2.80	2.68	2.10	2.40	21.26	17.11	3.47
8	Singapore	12.9	31.1	49.1	25.4	1.93	3.67	3.87	2.21	141.04	57.88	-48.23
9	Belgium And Luxembo	1.9	2.3	19.2	20.0	0.29	0.28	1.51	1.75	21.75	717.44	4.56
10	Germany	8.5	12.3	21.2	18.1	1.27	1.45	1.67	1.58	44.69	73.11	-14.76
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Vietnam	1.5	5.2	15.0	14.4	0.22	0.61	1.19	1.26	254.57	191.61	-4.08

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : น้ำตาลทราย

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	1,510.8	1,659.0	2,080.8	2,165.3					9.81	25.42	4.06
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	France	353.1	462.2	717.5	585.6	23.37	27.86	34.48	27.05	30.92	55.23	-18.38
2	Mauritius	266.4	267.2	278.5	313.5	17.64	16.11	13.39	14.48	0.29	4.24	12.55
3	Germany	56.3	99.6	125.3	221.7	3.73	6.00	6.02	10.24	76.82	25.83	76.94
4	Fiji	101.1	91.8	93.2	118.6	6.69	5.53	4.48	5.48	-9.20	1.56	27.18
5	Guyana	89.4	80.2	89.6	117.4	5.92	4.83	4.31	5.42	-10.29	11.73	30.99
6	Swaziland	64.6	65.4	87.3	95.7	4.28	3.94	4.19	4.42	1.21	33.45	9.61
7	Reunion	99.5	86.1	92.8	94.3	6.59	5.19	4.46	4.36	-13.44	7.78	1.60
8	Belgium And Luxembo	48.2	37.8	50.2	88.8	3.19	2.28	2.41	4.10	-21.44	32.67	76.90
9	Jamaica	67.9	72.7	74.0	81.0	4.50	4.38	3.56	3.74	7.08	1.71	9.46
10	United Kingdom	33.8	26.3	73.2	49.7	2.24	1.59	3.52	2.29	-22.23	178.25	-32.15
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
19	India	14.9	0.3	7.8	20.7	0.99	0.02	0.37	0.96	-97.69	2,156.52	165.69
	Asean(6)	0.3	0.3	0.3	0.2	0.02	0.02	0.01	0.01	10.08	2.82	-34.25

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : อัญมณี

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	27,128	27,481	28,415	30,214					1.30	3.40	6.33
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Switzerland	na	na	2,832	5,194	na	na	9.97	17.19	na	na	83.39
2	United Kingdom	2,945	3,120	3,146	3,745	10.85	11.35	11.07	12.39	5.97	0.82	19.04
3	United States	1,492	2,676	2,966	2,828	5.50	9.74	10.44	9.36	79.29	10.84	-4.63
4	South Africa	4,754	2,339	2,610	2,816	17.53	8.51	9.18	9.32	-50.81	11.59	7.89
5	Belgium And Luxembo	551	603	645	1,468	2.03	2.19	2.27	4.86	9.33	7.00	127.67
6	Israel	360	734	812	1,066	1.33	2.67	2.86	3.53	104.11	10.60	31.26
7	Italy	721	784	926	971	2.66	2.85	3.26	3.21	8.73	18.14	4.87
8	Russia	563	851	871	882	2.07	3.10	3.06	2.92	51.26	2.30	1.23
9	Germany	605	749	945	853	2.23	2.73	3.33	2.82	23.80	26.18	-9.72
10	India	651	714	774	852	2.40	2.60	2.72	2.82	9.74	8.40	10.12
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
12	Thailand	381	556	548	533	1.40	2.02	1.93	1.76	45.84	-1.35	-2.83
17	Hong Kong	366	447	427	401	1.35	1.63	1.50	1.33	22.06	-4.45	-6.10
18	Chile	134	193	193	385	0.49	0.70	0.68	1.27	43.97	0.14	99.61
22	China	115	156	179	235	0.42	0.57	0.63	0.78	36.32	14.24	31.52
27	Singapore	73	202	250	202	0.27	0.74	0.88	0.67	178.31	23.65	-19.26
29	Philippines	169	186	144	183	0.62	0.68	0.51	0.61	10.06	-22.53	26.85
31	South Korea	54	37	48	140	0.20	0.14	0.17	0.46	-31.33	27.41	195.26
32	Mexico	33	77	121	137	0.12	0.28	0.43	0.45	133.22	57.16	12.88

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : ข้าว

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	812.3	986.4	958.9	1113.0					21.44	-2.79	16.06
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Italy	249.7	301.5	252.2	266.6	30.75	30.57	26.30	23.95	20.74	-16.37	5.72
2	Netherlands	84.0	110.7	92.0	129.7	10.34	11.22	9.59	11.65	31.79	-16.94	41.01
3	Belgium And Luxembo	86.0	91.0	107.5	114.3	10.59	9.22	11.21	10.27	5.81	18.15	6.33
4	United States	71.4	100.7	98.3	114.0	8.79	10.21	10.25	10.24	40.98	-2.33	15.88
5	Neth. Antilles	42.9	98.3	91.1	111.9	5.28	9.97	9.50	10.05	129.45	-7.34	22.76
6	Spain	68.9	29.4	66.9	67.6	8.48	2.98	6.98	6.07	-57.35	127.67	1.02
7	India	33.0	37.7	39.6	62.6	4.06	3.82	4.13	5.63	14.29	5.15	58.03
8	Thailand	33.2	52.3	36.8	59.0	4.09	5.30	3.84	5.30	57.46	-29.55	60.21
9	France	44.5	38.6	36.3	45.2	5.48	3.91	3.79	4.06	-13.36	-5.78	24.28
10	Germany	26.3	27.1	26.9	34.9	3.24	2.74	2.80	3.13	2.70	-0.69	29.79
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
25	Vietnam	0.0	3.1	0.9	0.6	0.00	0.31	0.09	0.05	7779.49	-70.48	-36.38

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	9013	9291	10534	10652					3.08	13.38	1.12
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	United Kingdom	866	992	1152	1222	9.61	10.68	10.94	11.47	14.58	16.09	6.08
2	China	837	986	919	1017	9.29	10.62	8.73	9.55	17.80	-6.83	10.64
3	Belgium And Luxembo	827	875	945	989	9.17	9.41	8.97	9.29	5.80	8.08	4.65
4	Germany	794	925	1156	930	8.81	9.96	10.98	8.74	16.52	24.98	-19.54
5	France	692	700	878	809	7.68	7.53	8.33	7.60	1.16	25.42	-7.84
6	Malaysia	616	647	714	714	6.83	6.97	6.78	6.70	5.12	10.28	0.04
7	Netherlands	395	432	608	667	4.38	4.65	5.78	6.26	9.45	40.87	9.57
8	Japan	696	557	619	588	7.72	5.99	5.87	5.52	-19.98	11.14	-5.02
9	Spain	379	392	491	586	4.20	4.22	4.66	5.50	3.40	25.28	19.40
10	Austria	342	376	419	422	3.80	4.04	3.98	3.96	9.82	11.52	0.62
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
13	Singapore	396	323	283	222	4.39	3.48	2.69	2.08	-18.35	-12.45	-21.56
14	Hong Kong	177	181	161	172	1.96	1.95	1.53	1.61	2.34	-10.84	6.48
15	South Korea	412	265	214	170	4.57	2.85	2.03	1.60	-35.81	-19.10	-20.54
20	Indonesia	151	165	123	119	1.67	1.78	1.17	1.12	9.43	-25.27	-3.29
21	Thailand	205	125	96	100	2.28	1.34	0.91	0.94	-39.33	-23.14	4.15
27	Philippines	47	70	59	48	0.52	0.75	0.56	0.45	49.03	-15.00	-19.27

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : เครื่องปรับอากาศ

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	1512.3	1637.0	2393.7	3049.4					8.25	46.23	27.39
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Japan	366.0	359.7	490.7	541.2	24.20	21.97	20.50	17.75	-1.73	36.42	10.29
2	Italy	201.8	192.3	290.9	383.3	13.34	11.75	12.15	12.57	-4.71	51.28	31.79
3	France	155.6	204.0	272.5	346.4	10.29	12.46	11.38	11.36	31.13	33.58	27.12
4	Germany	119.2	134.3	209.2	243.6	7.88	8.20	8.74	7.99	12.64	55.77	16.44
5	Belgium And Luxembo	101.8	123.4	158.8	184.8	6.73	7.54	6.63	6.06	21.18	28.70	16.38
6	United States	100.3	95.7	132.5	170.1	6.63	5.85	5.53	5.58	-4.61	38.42	28.39
7	United Kingdom	56.1	68.2	118.3	154.9	3.71	4.17	4.94	5.08	21.61	73.40	30.96
8	Thailand	17.5	22.3	73.8	151.2	1.15	1.36	3.08	4.96	27.97	230.39	104.92
9	South Korea	49.1	40.3	82.1	101.4	3.25	2.46	3.43	3.33	-17.89	103.59	23.52
10	Malaysia	40.5	42.4	75.7	97.4	2.68	2.59	3.16	3.19	4.79	78.46	28.72
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
15	Taiwan	17.7	13.4	22.0	58.5	1.17	0.82	0.92	1.92	-24.32	63.61	166.54
16	China	5.3	6.7	24.8	56.9	0.35	0.41	1.04	1.87	24.43	273.06	129.25
23	Singapore	12.0	7.4	14.6	15.3	0.79	0.45	0.61	0.50	-38.45	97.71	5.32
30	Mexico	0.6	2.1	4.3	4.4	0.04	0.13	0.18	0.14	275.27	103.03	2.57
31	Hong Kong	0.5	1.6	2.5	4.3	0.03	0.10	0.10	0.14	262.83	52.93	71.73

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งการตลาดในสหภาพยุโรป : อาหารทะเลกระป๋อง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (ล้าน ECU)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	37/36	38/37	39/38
	การนำเข้ารวม	1557.7	1701.2	1904.7	2065.4					9.21	11.97	8.43
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Ivory Coast	96.1	103.4	189.8	194.8	6.17	6.08	9.96	9.43	7.60	83.51	2.63
2	Germany	140.1	133.3	173.8	192.4	9.00	7.84	9.12	9.32	-4.86	30.35	10.72
3	Denmark	137.0	148.7	163.3	165.8	8.80	8.74	8.57	8.03	8.50	9.85	1.53
4	Spain	61.5	78.3	110.3	128.4	3.95	4.60	5.79	6.22	27.27	40.90	16.34
5	Thailand	133.0	138.8	129.2	124.0	8.54	8.16	6.78	6.00	4.36	-6.88	-4.02
6	Netherlands	87.3	110.4	102.5	105.1	5.61	6.49	5.38	5.09	26.49	-7.24	2.54
7	United States	92.4	86.1	88.3	90.2	5.93	5.06	4.64	4.37	-6.83	2.55	2.07
8	Morocco	72.9	79.3	69.3	85.3	4.68	4.66	3.64	4.13	8.90	-12.64	23.01
9	Portugal	60.2	74.0	83.3	83.5	3.87	4.35	4.37	4.04	22.80	12.57	0.28
10	France	28.7	38.7	60.3	73.3	1.84	2.28	3.16	3.55	35.06	55.66	21.64
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
12	South Korea	47.6	53.0	65.5	60.4	3.06	3.12	3.44	2.92	11.46	23.49	-7.83
15	Philippines	39.3	39.7	42.3	43.5	2.52	2.34	2.22	2.11	1.17	6.33	3.00
32	Malaysia	7.2	6.6	8.1	12.0	0.46	0.39	0.42	0.58	-7.99	21.44	48.58
33	Indonesia	9.5	11.2	11.3	11.6	0.61	0.66	0.59	0.56	17.61	0.86	2.69

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	1,452.65	1,657.16	2,026.14	1,932.11					14.08	22.27	-4.64
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	China	812.81	967.20	1,235.71	1,239.27	55.95	58.36	60.99	64.14	18.99	27.76	0.29
2	Italy	117.04	139.75	182.09	155.56	8.06	8.43	8.99	8.05	19.41	30.29	-14.57
3	Korean Republic	177.84	155.91	137.23	97.58	12.24	9.41	6.77	5.05	-12.33	-11.98	-28.89
4	United States	85.44	92.55	103.49	84.26	5.88	5.58	5.11	4.36	8.32	11.82	-18.58
5	Vietnam	25.79	34.13	52.33	58.46	1.78	2.06	2.58	3.03	32.34	53.31	11.71
6	Thailand	39.91	44.37	50.48	46.93	2.75	2.68	2.49	2.43	11.16	13.78	-7.03
7	France	26.37	34.08	41.73	40.67	1.81	2.06	2.06	2.11	29.26	22.46	-2.54
8	Indonesia	33.61	35.46	41.76	39.56	2.31	2.14	2.06	2.05	5.51	17.77	-5.26
9	Hong Kong	26.40	29.06	32.42	28.09	1.82	1.75	1.60	1.45	10.07	11.55	-13.36
10	United Kingdom	18.30	20.81	25.63	24.29	1.26	1.26	1.27	1.26	13.70	23.18	-5.22
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Philippines	10.89	14.45	19.80	19.50	0.75	0.87	0.98	1.01	32.68	37.02	-1.49
12	Taiwan	21.54	18.53	19.19	15.00	1.48	1.12	0.95	0.78	-13.96	3.55	-21.83
13	North Korea	8.86	12.05	13.12	11.44	0.61	0.73	0.65	0.59	35.99	8.89	-12.78
14	Malaysia	7.07	8.79	10.60	11.32	0.49	0.53	0.52	0.59	24.22	20.71	6.72
15	India	12.53	13.87	14.45	11.00	0.86	0.84	0.71	0.57	10.65	4.20	-23.88
24	Mexico	.45	.44	.73	2.26	0.03	0.03	0.04	0.12	-2.90	66.28	211.97
27	Singapore	.71	.68	.92	1.14	0.05	0.04	0.05	0.06	-3.96	35.79	24.18

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : กุ้งแช่แข็ง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	338.469	330.660	340.073	357.033					-2.31	2.85	4.99
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Indonesia	81.554	81.399	86.026	89.568	24.09	24.62	25.30	25.09	-0.19	5.68	4.12
2	India	49.737	48.295	59.817	73.138	14.69	14.61	17.59	20.48	-2.90	23.86	22.27
3	Thailand	70.181	68.792	50.602	42.311	20.73	20.80	14.88	11.85	-1.98	-26.44	-16.39
4	Vietnam	20.204	17.915	20.745	29.094	5.97	5.42	6.10	8.15	-11.33	15.80	40.24
5	Philippines	20.574	15.276	12.217	10.984	6.08	4.62	3.59	3.08	-25.75	-20.02	-10.09
6	China	18.320	12.072	12.202	12.565	5.41	3.65	3.59	3.52	-34.10	1.08	2.98
7	Greenland	9.544	9.100	11.257	8.765	2.82	2.75	3.31	2.46	-4.65	23.70	-22.13
8	Australia	11.918	11.438	11.245	13.750	3.52	3.46	3.31	3.85	-4.03	-1.69	22.27
9	Ecuador	1.426	5.952	7.746	7.366	0.42	1.80	2.28	2.06	317.39	30.14	-4.91
10	Canada	4.131	5.425	7.644	8.695	1.22	1.64	2.25	2.44	31.32	40.90	13.75
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
14	Myanmar	1.084	2.42	4.678	6.287	0.32	0.73	1.38	1.76	123.25	93.31	34.39
15	Malaysia	3.27	3.375	4.393	5.063	0.97	1.02	1.29	1.42	3.21	30.16	15.25
18	Brazil	3.808	2.905	3.5	2.581	1.13	0.88	1.03	0.72	-23.71	20.48	-26.25
21	Taiwan	3.536	2.38	1.949	1.918	1.04	0.72	0.57	0.54	-32.69	-18.11	-1.59
23	Mexico	1.344	1.526	1.713	1.736	0.40	0.46	0.50	0.49	13.54	12.25	1.34
30	USA	0.275	0.597	0.532	0.484	0.08	0.18	0.16	0.14	117.09	-10.89	-8.95
33	Korean Republic	0.370	0.620	0.372	0.183	0.11	0.19	0.11	0.05	67.57	-40.00	-50.69
37	Hong Kong	0.396	0.253	0.207	0.029	0.12	0.08	0.06	0.01	-36.11	-18.18	-85.79
44	Singapore	0.109	0.096	0.017	0.111	0.03	0.03	0.00	0.03	-11.93	-82.29	554.95

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : รองเท้า

อันดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้า (พันล้านเยน)				ส่วนแบ่งตลาด (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	38/37	39/38	40/39
	การนำเข้ารวม	242.710	280.131	365.281	383.537	100	100	100	100	15.42	30.40	5.00
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	China	105.690	132.573	183.670	213.045	43.55	47.33	50.28	55.55	25.44	38.54	15.99
2	Italy	27.111	33.153	41.480	37.69	11.17	11.83	11.36	9.83	22.29	25.12	-9.14
3	Korean Republic	40.144	40.230	43.215	31.128	16.54	14.36	11.83	8.12	0.21	7.42	-27.97
4	Indonesia	11.946	13.369	21.277	23.062	4.92	4.77	5.82	6.01	11.91	59.15	8.39
5	USA	8.027	7.624	10.053	15.748	3.31	2.72	2.75	4.11	-5.02	31.86	56.65
6	Taiwan	17.134	14.739	19.861	15.424	7.06	5.26	5.44	4.02	-13.98	34.75	-22.34
7	Vietnam	0.947	1.570	5.236	9.545	0.39	0.56	1.43	2.00	66.00	233.5	82.3
8	Spain	3.610	6.428	8.570	6.707	1.49	2.29	2.35	1.75	78.06	33.32	-21.74
9	Thailand	4.231	4.611	4.968	5.381	1.74	1.65	1.36	1.40	8.98	7.74	8.32
10	United Kingdom	3.523	3.692	3.779	4.227	1.45	1.32	1.03	1.10	4.80	2.36	11.86
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
13	Brazil	1.589	1.994	1.961	2.008	0.65	0.71	0.54	0.52	25.49	-1.65	2.38
14	Philippines	2.243	1.822	2.306	1.961	0.92	0.65	0.63	0.51	-18.77	26.56	-14.94
19	Hong Kong	0.322	0.521	0.667	0.551	0.13	0.19	0.18	0.14	61.8	28.02	-17.38
21	Mexico	0.333	0.437	0.720	0.522	0.14	0.16	0.20	0.14	31.23	64.76	-27.46
24	Malaysia	0.192	0.387	0.358	0.358	0.08	0.14	0.10	0.09	101.56	-7.49	-0.10
31	Canada	0.192	0.221	0.144	0.176	0.08	0.08	0.04	0.05	15.1	-34.84	22.47
34	Singapore	0.198	0.257	0.166	0.130	0.08	0.09	0.05	0.03	29.8	-35.41	-21.82

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : ผลิตภัณฑ์พลาสติก

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	182.25	224.45	291.56	337.44					23.15	29.90	15.74
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	USA	51.12	56.92	79.69	92.04	28.05	25.36	27.33	27.28	11.34	40.01	15.50
2	China	26.16	38.84	52.47	67.94	14.35	17.30	18.00	20.13	48.48	35.09	29.48
3	Taiwan	34.86	39.59	48.10	51.11	19.13	17.64	16.50	15.15	13.56	21.50	6.26
4	Korean Republic	17.42	23.26	28.45	33.54	9.56	10.36	9.76	9.94	33.54	22.30	17.92
5	Thailand	8.73	10.40	12.12	13.60	4.79	4.63	4.16	4.03	19.10	16.57	12.17
6	Germany	8.59	9.65	11.87	11.70	4.71	4.30	4.07	3.47	12.32	23.11	-1.47
7	Indonesia	3.24	4.84	6.64	9.73	1.78	2.16	2.28	2.88	49.23	37.20	46.47
8	Malaysia	4.83	7.01	7.51	8.14	2.65	3.12	2.58	2.41	44.97	7.24	8.42
9	United Kingdom	4.18	4.82	5.95	7.05	2.29	2.15	2.04	2.09	15.16	23.66	18.33
10	Philippines	2.71	3.05	4.45	6.04	1.48	1.36	1.53	1.79	12.57	46.11	35.80
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	Singapore	3.81	4.95	5.65	5.70	2.09	2.21	1.94	1.69	29.82	14.22	0.79
14	Hong Kong	2.29	2.67	2.34	2.70	1.26	1.19	0.80	0.80	16.22	-12.35	15.67
21	Vietnam	.18	.27	.57	1.34	0.10	0.12	0.20	0.40	51.69	110.74	134.71
26	Sri Lanka	.20	.18	.29	0.50	0.11	0.08	0.10	0.15	-13.37	67.43	69.40
30	Mexico	.05	.07	.16	0.23	0.03	0.03	0.06	0.07	48.94	130.00	43.78
32	India	.02	.04	.04	0.09	0.01	0.02	0.01	0.03	116.67	5.13	121.55

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540p	2537	2538	2539	2540p	2538	2539	2540p
	การนำเข้ารวม	596.397	1,442.021	1,998.063	2,203.375				100.00	141.79	38.56	10.28
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	United States	292.700	455.257	636.341	728.793	49.08	31.57	31.85	33.08	55.54	39.78	14.53
2	Taiwan	75.214	208.953	301.040	262.449	12.61	14.49	15.07	11.91	177.81	44.07	-12.82
3	Singapore	140.604	255.660	281.432	244.278	23.58	17.73	14.09	11.09	81.83	10.08	-13.20
4	Philippines	20.456	43.683	135.078	183.240	3.43	3.03	6.76	8.32	113.55	209.22	35.66
5	China	20.901	44.952	101.524	143.726	3.50	3.12	5.08	6.52	115.07	125.85	41.57
6	Malaysia	29.221	62.872	98.872	138.155	4.90	4.36	4.95	6.27	115.16	57.26	39.73
7	United Kingdom	48.444	79.917	109.839	125.728	8.12	5.54	5.50	5.71	64.97	37.44	14.47
8	Thailand	47.606	87.656	127.000	125.437	7.98	6.08	6.36	5.69	84.13	44.88	-1.23
9	Ireland	21.787	35.614	32.646	61.811	3.65	2.47	1.63	2.81	63.46	-8.33	89.34
10	Korean Republic	22.097	47.295	51.774	52.700	3.71	3.28	2.59	2.39	114.03	9.47	1.79
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
12	Indonesia	.042	4.774	19.213	15.493	0.01	0.33	0.96	0.70	11,266.67	302.45	-19.36
13	Hong Kong	10.832	18.359	13.226	11.885	1.82	1.27	0.66	0.54	69.49	-27.96	-10.14
15	Canada	8.103	10.168	9.244	10.275	1.36	0.71	0.46	0.47	25.48	-9.09	11.15
24	Mexico	.053	4.113	1.609	3.101	0.01	0.29	0.08	0.14	7660.38	-60.88	92.72

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : ข้าว

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	146.786	2.089	29.046	40.020					-98.58	1290.33	37.78
ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ												
1	United States	35.381	0.314	14.773	20.602	24.10	15.03	50.86	51.48	-99.11	4603.90	39.46
2	Australia	13.651	1.623	5.093	8.681	9.30	77.67	17.53	21.69	-88.11	213.86	70.46
3	Thailand	39.990	0.076	6.654	7.696	27.24	3.62	22.91	19.23	-99.81	8704.02	15.66
4	China	57.763	0.065	2.462	2.797	39.35	3.10	8.47	6.99	-99.89	3,697.06	13.64
5	Uruguay	0.00	0.00	0.00	0.16	0.00	0.21	0.00	0.40	0.00	-100.00	0.00
6	Vietnam	0.00	0.00	0.01	0.04	0.00	0.00	0.05	0.10	0.00	0.00	183.60
7	Egypt	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00
8	Pakistan	0.00	0.01	0.02	0.01	0.00	0.33	0.08	0.02	0.00	252.79	-63.55
9	Italy	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.00	0.08	0.02	0.00	0.00	-69.77
10	Colombia		0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : นํ้าตาล

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				อัตราการขยายตัว (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	50.458	57.967	58.481	62.149					14.88	0.89	6.27
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Australia	20.410	24.358	20.478	23.655	40.45	42.02	35.02	38.06	19.34	-15.93	15.52
2	Thailand	21.402	19.077	25.230	23.331	42.42	32.91	43.14	37.54	-10.86	32.25	-7.53
3	Cuba	3.500	5.435	3.768	7.857	6.94	9.38	6.44	12.64	55.29	-30.67	108.52
4	South Africa	0.784	6.104	5.519	5.207	1.55	10.53	9.44	8.38	678.61	-9.59	-5.66
5	Fiji	2.767	1.468	2.629	1.020	5.48	2.53	4.49	1.64	-46.94	79.03	-61.19
6	China	0.293	0.447	0.474	0.515	0.58	0.77	0.81	0.83	52.47	6.13	8.56
7	France	0.077	0.070	0.120	0.142	0.15	0.12	0.20	0.23	-8.54	69.70	18.90
8	Belgium	0.002	0.006	0.035	0.129	0.00	0.01	0.06	0.21	218.85	450.81	266.39
9	Bolivia	0.000	0.037	0.050	0.112	0.00	0.06	0.09	0.18	#DIV/0!	34.37	123.07
10	Korean Republic	0.057	0.022	0.056	0.065	0.11	0.04	0.10	0.10	-60.58	148.09	16.34
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
13	Philippines	1.114	0.037	0.019	0.016	2.21	0.06	0.03	0.03	-96.72	-48.77	-14.89
15	Indonesia	0.000	0.011	0.009	0.010	0.00	0.02	0.01	0.02	#DIV/0!	-20.50	16.69
16	Taiwan	0.048	0.014	0.013	0.005	0.10	0.02	0.02	0.01	-70.38	-9.95	-60.99

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : ยางพารา

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านบาท)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	68.176	102.881	115.757	107.597					50.91	12.52	-7.05
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Thailand	51.401	79.050	81.635	74.972	75.39	76.84	70.52	69.68	53.79	3.27	-8.16
2	Indonesia	6.897	10.428	20.679	20.351	10.12	10.14	17.86	18.91	51.20	98.30	-1.59
3	Malaysia	7.855	10.670	9.972	8.987	11.52	10.37	8.61	8.35	35.84	-6.54	-9.87
4	Singapore	0.714	1.228	1.340	1.202	1.05	1.19	1.16	1.12	71.99	9.12	-10.30
5	Sri Lanka	0.376	0.556	0.743	0.737	0.55	0.54	0.64	0.69	47.87	33.63	-0.75
6	Vietnam	0.317	0.543	0.592	0.555	0.46	0.53	0.51	0.52	71.29	9.02	-6.17
7	Mexico	0.219	0.199	0.497	0.543	0.32	0.19	0.43	0.50	-9.13	149.75	9.32
8	Guatemala	0.216	0.099	0.143	0.133	0.32	0.10	0.12	0.12	-54.17	44.44	-6.79
9	Philippines	0.058	0.000	0.051	0.031	0.09	0.00	0.04	0.03	-100.00	-	-39.12
10	China	0.001	0.006	0.043	0.025	0.00	0.01	0.04	0.02	500.00	616.67	-42.44
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	United States	0.000	0.009	0.034	0.015	0.00	0.01	0.03	0.01	-	277.78	-55.24
12	Korean Republic	0.003	0.007	0.016	0.012	0.00	0.01	0.01	0.01	133.33	128.57	-22.26
13	Taiwan	0.000	0.000	0.011	0.012	0.00	0.00	0.01	0.01	-	-	6.40

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : เครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านบาท)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	180.300	233.368	264.330	261.649					29.43	13.27	-1.01
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Malaysia	49.737	65.749	79.962	80.213	27.59	28.17	30.25	30.66	32.19	21.62	0.31
2	China	23.044	40.027	50.062	55.819	12.78	17.15	18.94	21.33	73.70	25.07	11.50
3	Thailand	17.908	26.993	31.898	34.848	9.93	11.57	12.07	13.32	50.73	18.17	9.25
4	Philippines	4.901	10.611	14.956	19.805	2.72	4.55	5.66	7.57	116.50	40.95	32.42
5	Singapore	19.086	24.278	26.039	18.755	10.59	10.40	9.85	7.17	27.20	7.25	-27.97
6	Korean Republic	30.091	35.322	27.303	18.162	16.69	15.14	10.33	6.94	17.38	-22.70	-33.48
7	United States	17.361	11.862	16.533	11.443	9.63	5.08	6.25	4.37	-31.67	39.38	-30.79
8	Indonesia	1.108	.902	.878	8.563	0.61	0.39	0.33	3.27	-18.63	-2.58	874.86
9	Mexico	2.340	3.153	3.365	4.440	1.30	1.35	1.27	1.70	34.73	6.74	31.94
10	Taiwan	11.262	9.797	6.995	3.563	6.25	4.20	2.65	1.36	-13.01	-28.60	-49.06
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
11	Vietnam	.000	.001	.611	1.611	0.00	0.00	0.23	0.62	0.00	85,682.58	163.83
14	Hong Kong	.897	2.404	1.919	.638	0.50	1.03	0.73	0.24	168.02	-20.20	-66.73
22	India	.000	.012	.038	.042	0.00	0.01	0.01	0.02	0.00	208.73	11.89

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : อัญมณี

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านบาท)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	860.927	921.33	835.94	779.59					7.02	-9.27	-6.74
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	South Africa	71.422	76.91	84.70	105.61	8.30	8.35	10.13	13.55	7.68	10.13	24.68
2	United States	50.746	72.84	72.16	73.09	5.89	7.91	8.63	9.38	43.53	-0.92	1.28
3	Israel	69.32	82.46	86.85	65.75	8.05	8.95	10.39	8.43	18.95	5.32	-24.29
4	Russia	65.222	82.84	59.41	62.47	7.58	8.99	7.11	8.01	27.01	-28.28	5.14
5	India	77.269	80.22	78.24	57.51	8.98	8.71	9.36	7.38	3.82	-2.46	-26.50
6	Australia	127.969	97.73	69.06	56.20	14.86	10.61	8.26	7.21	-23.63	-29.34	-18.62
7	Belgium	60.948	60.24	54.90	37.43	7.08	6.54	6.57	4.80	-1.16	-8.86	-31.83
8	Switzerland	48.781	70.59	28.09	33.70	5.67	7.66	3.36	4.32	44.72	-60.20	19.97
9	Hong Kong	33.54	34.85	34.72	28.82	3.90	3.78	4.15	3.70	3.90	-0.38	-16.98
10	Thailand	38.217	36.62	37.98	27.71	4.44	3.97	4.54	3.55	-4.18	3.73	-27.04
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
13	Korean Republic	10.542	15.77	19.62	21.54	1.22	1.71	2.35	2.76	49.61	24.42	9.76
17	Singapore	4.424	5.62	7.88	12.50	0.51	0.61	0.94	1.60	26.94	40.28	58.71
18	Mexico	7.841	8.09	9.29	12.38	0.91	0.88	1.11	1.59	3.23	14.74	33.31
22	China	3.722	4.24	5.90	6.55	0.43	0.46	0.71	0.84	13.86	39.27	10.99
23	Indonesia	7.63	5.76	5.49	5.90	0.89	0.63	0.66	0.76	-24.53	-4.74	7.63
27	Malaysia	0.404	0.56	1.50	3.36	0.05	0.06	0.18	0.43	37.74	169.53	123.94
28	Taiwan	4.759	3.19	2.68	3.31	0.55	0.35	0.32	0.42	-32.90	-16.00	23.37
29	Sri Lanka	5.04	4.65	4.28	3.10	0.59	0.50	0.51	0.40	-7.74	-7.99	-27.50
30	Uzbekistan	0	8.41	4.58	2.52	0.00	0.91	0.55	0.32	0.00	-45.53	-45.00
31	Philippines	1.181	1.41	2.96	1.91	0.14	0.15	0.35	0.24	19.60	109.81	-35.60
34	Chile	0.003	0.00	0.55	1.24	0.00	0.00	0.07	0.16	-75.03	72899.33	126.12

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : แผงวงจรไฟฟ้า

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	623.00	1,021.00	1,280.00	1,344.26					63.88	25.37	5.02
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	United States	332.00	494.00	662.00	683.96	53.29	48.38	51.72	50.88	48.80	34.01	3.32
2	Korean Republic	156.00	282.00	235.00	218.77	25.04	27.62	18.36	16.27	80.77	-16.67	-6.90
3	Taiwan	28.00	63.00	81.00	98.50	4.49	6.17	6.33	7.33	125.00	28.57	21.60
4	Singapore	36.00	67.00	104.00	77.55	5.78	6.56	8.13	5.77	86.11	55.22	-25.44
5	Malaysia	18.00	28.00	64.00	67.81	2.89	2.74	5.00	5.04	55.56	128.57	5.95
6	Philippines	10.00	17.00	27.00	49.15	1.61	1.67	2.11	3.66	70.00	58.82	82.05
7	Hong Kong	5.00	24.00	25.00	33.26	0.80	2.35	1.95	2.47	380.00	4.17	33.04
8	Thailand	6.00	7.00	10.00	17.34	0.96	0.69	0.78	1.29	16.67	42.86	73.40
9	United Kingdom	9.00	10.00	15.00	16.00	1.44	0.98	1.17	1.19	11.11	50.00	6.65
10	Mexico	0.00	0.00	14.00	12.14	0.00	0.00	1.09	0.90	-	-	-13.32
ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ												
13	China	0.00	1.00	4.00	9.25	0.00	0.10	0.31	0.69	-	300.00	131.32
17	Canada	2.00	4.00	4.00	5.65	0.32	0.39	0.31	0.42	100.00	0.00	41.36
18	Indonesia	0.00	0.00	2.00	4.32	0.00	0.00	0.16	0.32	-	-	116.11

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : ปลากระป๋อง

ลำดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
	การนำเข้ารวม	134.684	144.021	175.938	194.054					6.93	22.16	10.30
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	China	57.566	76.846	103.433	125.406	42.74	53.36	58.79	64.62	33.49	34.60	21.24
2	Thailand	9.867	11.912	12.651	14.497	7.33	8.27	7.19	7.47	20.73	6.20	14.60
3	Korean Republic	12.412	13.067	15.599	13.900	9.22	9.07	8.87	7.16	5.28	19.38	-10.89
4	Taiwan	31.949	19.066	16.391	11.293	23.72	13.24	9.32	5.82	-40.33	-14.03	-31.10
5	Indonesia	6.514	6.362	9.844	11.197	4.84	4.42	5.60	5.77	-2.34	54.75	13.74
6	United States	3.893	4.980	5.531	4.551	2.89	3.46	3.14	2.35	27.92	11.07	-17.71
7	Malaysia	4.829	3.572	3.432	2.760	3.59	2.48	1.95	1.42	-26.04	-3.91	-19.57
8	Philippines	1.126	1.649	1.429	1.779	0.84	1.15	0.81	0.92	46.46	-13.33	24.44
9	Russia	1.532	1.327	1.194	1.316	1.14	0.92	0.68	0.68	-13.35	-10.02	10.18
10	Costa Rica	0.432	1.034	1.189	1.225	0.32	0.72	0.68	0.63	139.35	14.95	3.08
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Vietnam	0.073	0.225	0.739	1.051	0.05	0.16	0.42	0.54	207.71	229.09	42.13
15	Hong Kong	0.207	0.188	0.166	0.532	0.15	0.13	0.09	0.27	-9.11	-11.63	219.81
17	Chile	0.076	0.086	0.011	0.333	0.06	0.06	0.01	0.17	13.46	-87.45	2975.79
19	Brazil	0.158	0.043	0.039	0.165	0.12	0.03	0.02	0.08	-72.82	-9.32	323.32

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่น : เครื่องปรับอากาศ

	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (พันล้านเยน)				สัดส่วน (%)				การเปลี่ยนแปลง (%)		
		2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540
อันดับ	การนำเข้ารวม	20.607	29.057	35.941	38.979					41.01	23.69	8.45
ประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก												
1	Thailand	5.022	8.447	10.886	8.948	24.37	29.07	30.29	22.96	68.20	28.87	-17.80
2	Malaysia	6.466	9.913	10.531	8.623	31.38	34.12	29.30	22.12	53.31	6.23	-18.12
3	United States	6.221	4.403	4.438	7.363	30.19	15.15	12.35	18.89	-29.22	0.79	65.89
4	China	0.374	1.892	3.399	7.351	1.81	6.51	9.46	18.86	406.00	79.63	116.25
5	Taiwan	0.791	1.830	2.568	3.383	3.84	6.30	7.15	8.68	131.32	40.35	31.72
6	Korean Republic	0.089	0.495	1.398	0.657	0.43	1.70	3.89	1.68	455.71	182.73	-53.04
7	Germany	0.481	0.834	0.833	0.919	2.33	2.87	2.32	2.36	73.35	-0.15	10.44
8	Hong Kong	0.044	0.029	0.438	0.016	0.21	0.10	1.22	0.04	-34.60	420.89	-96.30
9	Sweden	0.043	0.100	0.295	0.330	0.21	0.34	0.82	0.85	133.06	194.56	11.95
10	Australia	0.526	0.326	0.263	0.304	2.55	1.12	0.73	0.78	-37.95	-19.41	15.46
ประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ												
11	Indonesia	0.065	0.100	0.206	0.178	0.32	0.34	0.57	0.46	53.74	106.36	-13.79
13	Singapore	0.210	0.273	0.143	0.082	1.02	0.94	0.40	0.21	30.20	-47.85	-42.71
15	Philippines	0.038	0.071	0.062	0.078	0.18	0.24	0.17	0.20	87.15	-12.69	25.19
30	India	0.000	0.001	0.001	0.026	0.00	0.00	0.00	0.07	0.00	-41.13	3,252.36
39	Mexico	0.003	0.004	0.000	0.033	0.01	0.01	0.00	0.09	18.27	-100.00	0.00

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ภาคผนวก ค.

ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า 5 รายการที่เลือกศึกษาทางเศรษฐกิจมิติ

ก. เสื้อผ้าสำเร็จรูป

เสื้อผ้าสำเร็จรูปจัดได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกของไทยที่มีอัตราการส่งออกสูงในลำดับต้นๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาประมาณพันล้านบาท ไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 13 ในตลาดญี่ปุ่นประมาณห้าสิบล้านบาท ไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 6 และในตลาดสหภาพยุโรปประมาณห้าร้อยล้านบาท ไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 23 ในสามตลาดมียอดรวมทั้งสิ้นประมาณ 1600 ล้านบาท

ในตลาดสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศจีน เม็กซิโก และฮ่องกงเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ ประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงสุดคือ เม็กซิโก เห็นได้จากอัตราการขยายตัวร้อยละ 55.6 ในปี 2538 34.6 ในปี 2539 และ 40.22 ในปี 2540 จึงทำให้สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดมาจากฮ่องกง ไต้หวัน และเกาหลี ซึ่งเคยมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงมาได้ ส่วนประเทศไทยนั้นมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงมาไม่มากนักในปี 2539 แต่ก็สามารถกลับมาฟื้นตัวได้ในปี 2540 โดยภาพรวมแล้วอาจกล่าวได้ว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยยังค่อนข้างคงที่ในตลาดอเมริกา

ตลาดญี่ปุ่น มีการขยายตัวในปี 2538 และ 2539 แต่มีการหดตัวในปี 2540 ร้อยละ 4.6 จากปีก่อน ประเทศที่เป็นผู้ส่งออกหลักได้แก่ จีน อิตาลี และเกาหลี แต่เกาหลีมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงทุกปี โดยส่วนหนึ่งได้สูญเสียตลาดให้กับประเทศเวียดนาม ซึ่งเวียดนามมีศักยภาพการเติบโตที่สูงในตลาดนี้ สำหรับประเทศไทยพบว่ามีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเรื่อย ๆ จากร้อยละ 2.75 ในปี 2537 มาเป็น 2.43 ในปี 2540

ตลาดสหภาพยุโรป มีการขยายตัวทุกปี ประเทศที่เป็นผู้ส่งออกอันดับแรกๆ คือ อิตาลี จีน ตุรกี และเยอรมัน โดยอิตาลีและจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง ส่วนตุรกีและเยอรมันมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างมากก็คือ ฮ่องกง และไทย โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 1.47 ในปี 2538 มาเป็น 0.98 ในปี 2539

โดยสรุปกล่าวได้ว่า ไทยสูญเสียตลาดบางส่วนในญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป สำหรับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียนพบว่า อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ลดลงในญี่ปุ่น ขณะที่ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในสหรัฐอเมริกา แต่เพิ่มขึ้นในญี่ปุ่น ส่วนในตลาดสหภาพยุโรปพบว่าอินโดนีเซียและมาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง มีเวียดนามประเทศเดียวที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น

ข. คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนเป็นสินค้าที่มีอัตราการส่งออกที่สูง โดยในปี 2539 ตลาดอเมริกามีการนำเข้าจากไทยประมาณสี่หมื่นสี่พันล้านบาท มีไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 9 ตลาดญี่ปุ่นนำเข้าจากไทยประมาณสองหมื่นเจ็ดพันล้าน

บาท มีไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 8 และตลาดสหภาพยุโรปนำเข้าจากไทยประมาณสามหมื่นเจ็ดพันล้านบาท โดยไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 14 ในตลาดทั้งสามไทยมียอดรวมการส่งออกทั้งสิ้นกว่าแสนล้านบาท

การนำเข้ารวมของตลาดทั้งสามมีการขยายตัว ในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และไต้หวัน เป็นประเทศผู้ส่งออกหลักในตลาดนี้ ญี่ปุ่นและแคนาดามีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ขณะที่ไต้หวัน เม็กซิโก จีน และฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นมาก สำหรับประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย

สำหรับตลาดญี่ปุ่น มีสหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และสิงคโปร์เป็นผู้ส่งออกอันดับแรกในตลาดนี้ ทั้งสามประเทศนี้มีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ขณะที่ฟิลิปปินส์ จีน และมาเลเซียจะมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้น ส่วนไทยถึงแม้ว่าจะมีมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้น แต่มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 7.98 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 5.69 ในปี 2540

ในตลาดสหภาพยุโรป มีผู้ส่งออกรายใหญ่คือ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และอังกฤษ ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงคือ อเมริกาและญี่ปุ่น ส่วนมาเลเซีย จีน และไทยเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นสูง โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มจาก 0.61 ในปี 2536 เป็น 1.52 ในปี 2539

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่าส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้น ยกเว้นสิงคโปร์และไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดญี่ปุ่น และสิงคโปร์ยังมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่ไม่แน่นอนในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดสหภาพยุโรป นอกจากนี้ยังพบว่ามาเลเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงในทั้งสามตลาด

ค. กุ้งแช่แข็ง

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกกุ้งแช่แข็งรายใหญ่ของโลก มียอดการส่งออกสูงสุดในสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่าสี่หมื่นเจ็ดพันล้านบาท เป็นผู้ส่งออกลำดับที่สามในตลาดญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าส่งออกประมาณหนึ่งหมื่นล้านบาท และเป็นผู้ส่งออกลำดับที่สองในตลาดสหภาพยุโรป มีมูลค่าการส่งออกห้าพันล้านบาท รวมทั้งสามตลาดมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้นหกหมื่นสามพันล้านบาท

การนำเข้ากุ้งแช่แข็งของสหรัฐอเมริกามีการหดตัวมาโดยตลอด แต่ในปี 2540 กลับมีการเติบโตสูงขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวเป็นร้อยละ 19.74 สำหรับประเทศไทยที่เป็นผู้ส่งออกอันดับแรกมาตลอดมีการหดตัวการส่งออกมากกว่าการหดตัวของการนำเข้ารวมของตลาด และยังคงหดตัวในปี 2540 แม้ว่าการนำเข้ารวมจะขยายตัว ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง โดยในปี 2538 มีส่วนแบ่งตลาดเป็นร้อยละ 33.61 ส่วนในปี 2539 และ 2540 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็นร้อยละ 28.98 และ 23.58 ตามลำดับ ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และบังคลาเทศ ทำให้ประเทศออสเตรเลียมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเกือบเท่ากับไทย คือจากร้อยละ 18.92 ในปี 2538 มาเป็นร้อยละ 22.76 ในปี 2540

สำหรับในตลาดญี่ปุ่น มีการขยายตัวการนำเข้ากุ้งแช่แข็งเล็กน้อยในปี 2539 และ 2540 แต่การส่งออกของไทยไปยังตลาดนี้หดตัวลงอย่างมากทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเกือบครึ่งหนึ่ง โดยในปี 2538 มีส่วนแบ่งตลาดเป็นร้อยละ 20.80 และในปี 2540 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็นร้อยละ 11.85 ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นมากได้แก่

อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับ 3 และ 4 ตามลำดับ ส่วนอินโดนีเซียซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งในตลาดนี้ก็ยังมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นแต่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

ตลาดสหภาพยุโรป มีการขยายตัวที่ลดลงในปี 2538 และ 2539 ประเทศไทยก็เช่นกันเพียงการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมีทิศทางที่รุนแรงกว่าคือช่วงที่มีการขยายตัวจะมีการขยายตัวสูงกว่าตลาด แต่ช่วงที่ตลาดมีการขยายตัวน้อยไทยจะมีการหดตัวการส่งออก ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2539 ลดลงจากปี 2538 มีข้อที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือ การกระจายส่วนแบ่งตลาดของตลาดสหภาพยุโรปจะกระจายตัวมากกว่าส่วนแบ่งตลาดของตลาดอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าไทยจะเป็นผู้ส่งออกอันดับที่สองแต่มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 5.92 สำหรับประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ ออสเตรเลีย เดนมาร์ก และกรีนแลนด์

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศในกลุ่มอาเซียนพบว่า อินโดนีเซีย และเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้น ส่วนฟิลิปปินส์และไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง ในทั้งตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น สำหรับมาเลเซีย และสิงคโปร์มีส่วนแบ่งตลาดที่ต่ำลงในตลาดอเมริกา และมาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดญี่ปุ่น ส่วนแบ่งตลาดของประเทศในกลุ่มอาเซียนในตลาดสหภาพยุโรปมีลักษณะที่แตกต่างไปจากตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น โดยอินโดนีเซีย และเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง ส่วนมาเลเซียและไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างคงที่

ง. ผลกระทบพลาสติก

ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นมูลค่าหนึ่งพันแปดร้อยล้านบาท เป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 13 และส่งออกไปยังญี่ปุ่นเป็นมูลค่าสองพันหกร้อยล้านบาท เป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 5 สำหรับการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีมูลค่าสี่พันหกร้อยล้านบาท โดยไทยเป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 23 ในตลาดนี้ รวมยอดการส่งออกทั้งสามตลาดมีมูลค่าประมาณเก้าพันล้านบาท

ตลาดผลิตภัณฑ์พลาสติกในสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวมาตลอด แต่มีชะลอตัวในปี 2539 ผู้ส่งออกรายใหญ่ในตลาดนี้ได้แก่ แคนาดา และ จีน โดยที่ผ่านมาส่วนแบ่งตลาดของทั้งสองประเทศนี้ได้เพิ่มสูงขึ้น แย่งส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกลำดับถัดไปคือ ญี่ปุ่น และได้หันให้มีส่วนแบ่งตลาดลดลง สำหรับประเทศไทย การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังตลาดอเมริกามีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง

ขณะที่ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัว ไทยกลับมีการส่งออกที่ชะลอตัวส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดลดลง ผู้ส่งออกรายใหญ่ในตลาดนี้คือ สหรัฐอเมริกา จีน และได้หัน จีนมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น แต่อเมริกาและไต้หวันมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง

สำหรับตลาดสหภาพยุโรป ผู้ส่งออกรายใหญ่ในตลาดนี้คือ เยอรมัน อิตาลี เบลเยียมและลักเซมเบิร์ก โดยเยอรมัน และอิตาลีมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนเบลเยียมและลักเซมเบิร์ก มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเล็กน้อย ส่วนไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างคงที่

ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่แตกต่างกันออกไปดังนี้ ไทย และสิงคโปร์ มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงทั้งในตลาดอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรป สำหรับอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น และมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงในตลาดสหภาพยุโรป ส่วนมาเลเซียมีส่วนแบ่ง

ตลาดที่เปลี่ยนแปลงสวนทางกับอินโดนีเซีย ฟิlippินส์มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหภาพยุโรป แต่ลดลงในตลาดอเมริกา

จ. รองเท้า

ไทยส่งออกรองเท้าไปอเมริกาเป็นมูลค่าเจ็ดพันเจ็ดร้อยล้านบาท โดยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 6 และส่งออกไปยังญี่ปุ่นคิดเป็นมูลค่าหนึ่งพันล้านบาท เป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 9 นอกจากนี้ยังส่งออกไปสหภาพยุโรปอีกนับเป็นมูลค่าเก้าพันล้านบาท และเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 13 ทั้งนี้มีมูลค่ารวมทั้งสามตลาดเป็นมูลค่าแสนเจ็ดพันล้านบาท

การนำเข้ารองเท้าของทั้งสามตลาดมีการเติบโต แต่ในตลาดญี่ปุ่นมีการชะลอตัวลงบ้าง ในตลาดอเมริกา จีนเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดโดยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 52.9 และที่ผ่านมามีส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงมากคือ บราซิล อิตาลี เกาหลี และไต้หวัน ส่วนประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดต่ำลงเช่นกัน

สำหรับตลาดญี่ปุ่น ประเทศจีนก็ยังคงเป็นผู้ส่งออกหลัก มีส่วนแบ่งตลาดเป็นร้อยละ 55.65 และมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกับในตลาดอเมริกา เกาหลี และอิตาลี ซึ่งเป็นผู้ส่งออกในลำดับถัดมามีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงสูง สำหรับไทยพบว่ามีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงพอสมควร

ในตลาดสหภาพยุโรป มีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างกระจาย ผู้ส่งออกลำดับต้น ๆ ได้แก่ โปรตุเกส และจีน เป็นผู้ส่งออกที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย ประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นมากคือ ประเทศเวียดนาม เบลเยียม และลักเซมเบิร์ก และสเปน และประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงได้แก่ ไทย และ เกาหลีใต้

สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน อินโดนีเซียจัดว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการเติบโตส่วนแบ่งตลาดรองเท้าในทั้งสามตลาด ขณะที่ไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงทั้งสามตลาด ส่วนฟิลิปปินส์และสิงคโปร์ มีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในอเมริกา แต่ลดลงในญี่ปุ่นและตลาดสหภาพยุโรป สำหรับมาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในตลาดญี่ปุ่น แต่ลดลงในตลาดอเมริกาและสหภาพยุโรป

ภาคผนวก ง.

แบบสอบถาม

ปัญหาการส่งออกและแนวโน้มของอุตสาหกรรมในอนาคต

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

วัตถุประสงค์ของการจัดสำรวจครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกที่ชะลอตัวลงมาก รวมถึงภาพรวมการส่งออกในทศวรรษหน้า เพื่อเสนอแนะนโยบายที่จะแก้ไขด้านการส่งออกทั้งระยะสั้นและระยะยาว

I. ข้อมูลทั่วไป

1. ประเภทของสินค้าที่ส่งออก.....
2. ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญ.....
3. สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ..... สัญชาติผู้ถือหุ้น.....

II ปัญหาในการส่งออก

1. กรุณาลำดับปัญหาสำคัญที่มีผลกระทบต่อการส่งออกของท่านจากมากไปน้อย

หากตัวเลือกใดไม่ถือว่าเป็นปัญหาก็ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ และไม่ต้องจัดลำดับ

- | | | |
|--|---------------|---------------------------------------|
| ก. ขาดสภาพคล่อง | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ข. ถูกกีดกันทางการค้า | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ค. ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น / ขาดแคลนวัตถุดิบ | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ง. ขาดแคลนแรงงานหรือต้นทุนแรงงานสูงขึ้น | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| จ. วิธีการศุลกากรการนำเข้าและการส่งออกเป็นอุปสรรค
และอัตราภาษีอากรไม่เอื้อต่อการแข่งขัน | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ฉ. ขาดการเจาะตลาด และความเข้าใจในตลาด | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ช. กระบวนการผลิต, การจัดการ, เทคโนโลยี และเครื่องจักรไม่ทันสมัย | ลำดับที่..... | ☐ ไม่เป็นปัญหา |
| ปัญหาอื่นที่ไม่มีในตัวเลือก | | |

2. หากการขาดสภาพคล่องถือเป็นปัญหาในการส่งออก ข้อใดเป็นสาเหตุหลักของปัญหาการขาดสภาพคล่อง (เลือก 1 ข้อ)

- ☐ ขาดแคลนแหล่งเงินทุน ☐ อัตราดอกเบี้ยสูง ☐ ขาดความสะดวกในการรับเงินกู้
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. หากการถูกกีดกันทางการค้าเป็นปัญหาในการส่งออก ประเภทของการกีดกันทางการค้าได้แก่อะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ Anti-Dumping | ☐ การตั้งมาตรฐานการผลิตสินค้าสูง |
| ☐ การตั้งมาตรฐานสินค้าสูง | ☐ การยกปัญหาสิ่งแวดล้อม |
| ☐ ความไม่สะดวกในพิธีศุลกากรในประเทศนำเข้า | ☐ การกำหนดโควตาการนำเข้า |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

4. หากต้นทุนที่สูงขึ้นเป็นปัญหาในการส่งออก

4.1 หลังเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน ต้นทุนวัตถุดิบและชิ้นส่วนสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ

4.2 มีการปรับลดสัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนหรือไม่ ☐ มี ☐ ไม่มี

สัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนในปัจจุบันเป็นเท่าไร.....

หากมีการปรับลด

สัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบก่อนปรับลดเป็นเท่าไร.....

5. การคืนภาษีของรัฐใช้เวลาอย่างไร

5.1 โดยทั่วไป ภาษีมูลค่าเพิ่มสามารถได้คืนภายในเวลาเท่าใด

☐ 1 ถึง 3 เดือน ☐ 3 ถึง 6 เดือน ☐ 6 ถึง 12 เดือน ☐ เกิน 1 ปี ระบุ

5.2 ยอดคงค้างของภาษีมูลค่าเพิ่มในปัจจุบัน (โปรดระบุจำนวน)

5.3 การคืนภาษีนำเข้าวัตถุดิบของกรมศุลกากร ตามมาตรา 19 ทวิ ใช้ระยะเวลาเท่าใด

☐ 1 ถึง 3 เดือน ☐ 3 ถึง 6 เดือน ☐ 6 ถึง 12 เดือน ☐ เกิน 1 ปี ระบุ

5.4 การขดเชยภาษีอากร (ภาษีมูลค่าเพิ่ม) ใช้ระยะเวลาเท่าใด

☐ น้อยกว่า 1 เดือน ☐ 1 ถึง 3 เดือน ☐ 3 ถึง 6 เดือน ☐ 6 เดือนขึ้นไป ระบุ

5.4 ยอดคงค้างของการคืนภาษีนำเข้า (ตามมาตรา 19 ทวิ และ มูลค่าเพิ่ม) ในปัจจุบัน (โปรดระบุจำนวน)

.....

5.5 มาตรการเร่งรัดคืนภาษีของรัฐได้ผลเพียงใด

☐ ดีขึ้นมาก ☐ ดีขึ้น ☐ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ☐ แย่ลง

6. การนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วน ใช้เวลาเท่าใด (นับจากเรือเทียบท่า จนบริษัทได้รับสินค้า)

☐ 1 สัปดาห์ ☐ 2 สัปดาห์ ☐ 3 สัปดาห์ ☐ 3 สัปดาห์ขึ้นไป

III. แนวโน้มในอนาคต

1. ในระยะ 2 ปีข้างหน้า ท่านมีนโยบายการลงทุนอย่างไร

☐ เพิ่มการลงทุน ☐ ลดการลงทุน ☐ ไม่เปลี่ยนแปลง ☐ ไม่แน่ใจ

2. ในระยะยาว (10 ปีข้างหน้า) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของท่าน สามารถส่งออกและแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้หรือไม่

☐ ได้ ☐ ไม่ได้ ☐ ไม่แน่ใจ

3. ท่านคิดว่า ต้องมีการยกระดับ (Upgrade) การผลิตและการปรับปรุงเทคโนโลยี รวมถึงการยกระดับสินค้า หรือไม่

☐ ควรปรับปรุง-ยกระดับ

☐ ยังไม่ควรปรับปรุง

☐ ไม่แน่ใจ

4. อุปสรรคในการยกระดับอุตสาหกรรม คือ อะไร

☐ มีเงินลงทุนไม่เพียงพอ

☐ ไม่มี/ไม่สามารถจัดหาเทคโนโลยีที่เหมาะสม

☐ ขาดผู้เชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

☐ มีปัญหาการปรับโครงสร้างแรงงานให้เหมาะสม

☐ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ

☐ อื่นๆ ระบุ

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก จ.

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล

- | | | |
|-----|---|---|
| 1. | คุณสวราช สัจจมารค์ | กรรมการเลขาธิการ หอการค้าไทย |
| 2. | คุณประพัทธ์โชติ งามขำ | ผู้ช่วยผู้อำนวยการ หอการค้าไทย |
| 3. | คุณสมศักดิ์ กิจระภูมิ | ผู้ช่วยผู้อำนวยการ หอการค้าไทย |
| 4. | คุณสิทธิชัย ไกรสิทธิรินทร์ | นายกสมาคมแช่เยือกแข็งไทย |
| 5. | คณะกรรมการบริหารสมาคมแช่เยือกแข็งไทย | |
| 6. | คุณชาติรี ตั้งจิตตานนท์ | นายกสมาคมรองเท้าไทย |
| 7. | คุณไพศาล กิจการเลิศอุดม | อุปนายกสมาคมรองเท้าไทย |
| 8. | คุณพรเทพ เตชะสมบูรณากิจ | อุปนายกสมาคมรองเท้าไทย |
| 9. | คุณอันสุวิศ พัฒนาางกุล | กรรมการสมาคมรองเท้าไทย |
| 10. | คุณสมชัย วงศ์วีรนนท์ชัย | กรรมการสมาคมรองเท้าไทย |
| 11. | คุณอังคณา ชัยสุขสังข์ | กรรมการสมาคมรองเท้าไทย |
| 12. | คุณศิริพรรณ กิติประวัติ | แทนเลขาธิการสมาคมรองเท้าไทย |
| 13. | คุณสุพรรณิ มนูญพร | ผู้จัดการสมาคมรองเท้าไทย |
| 14. | Mr.T.S.Suh | Managing Director
Philips Semiconductors (Thailand) |
| 15. | คุณไพศาล พรหมโมเมศ | Human Resources & Facility Director
Philips Semiconductors (Thailand) |
| 16. | คุณสมศักดิ์ ลิมาลัย | Purchasing & Business Affairs Director
Philips Semiconductors (Thailand) |
| 17. | Mr.Masao Suzuki | Managing Director
Fujitsu (Thailand) |
| 18. | คุณอุดม ชาติยานนท์ | ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ |
| 19. | ดร.พิชิต อัครติตย์ | ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยคณะกรรมการกำกับและดูแล
ตลาดหลักทรัพย์ |
| 20. | คุณสมชาย กรุสวนสมบัติ | หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ |
| 21. | คณะกรรมการสมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ | |
| 22. | ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ | |
| 23. | ฝ่ายวิชาการและแผนงาน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย | |
| 24. | ฝ่ายนโยบายและวางแผน บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย | |
| 25. | ฝ่ายกำกับสถาบันการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย | |
| 26. | ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย | |



Thailand Development Research Institute Foundation

565 Ramkhamhaeng 39, Wangthonglang, Bangkok 10310 Thailand

Tel: (662) 7185460; Fax: (662) 7185461-62; Web site: <http://www.info.tdri.or.th>