

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง

2.1.1 ด้านอุปสงค์การนำเข้า ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ เช่น ในตลาดประเทศญี่ปุ่น ซึ่ง วิทวัส(2529) พบว่า ราคาส่งออกของไทยและรายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออก ทั้งนี้ในเวลาต่อมา นฤมล (2536) ได้ทำการศึกษาในเรื่องเดียวกันและได้ผลการศึกษาเช่นเดียวกัน ในตลาดเดียวกันนี้ ช่วงปี พ.ศ. 2523-2527 โกมล(2539) พบว่า รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์การส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ตาปี (2545) ที่ได้ศึกษาในตลาดเดียวกัน แต่ในขณะเดียวกัน ปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดโลก ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรของโลกยกเว้นประเทศไทยเป็นหลัก ซึ่งถ้าหากจำนวนประชากรโลกเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยเพิ่มขึ้นด้วย โดยที่ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยโดยเปรียบเทียบต้องต่ำกว่าราคาส่งออกของประเทศคู่แข่งรายอื่น ๆ

2.1.2 ด้านอุปทานการส่งออก ของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย มีการศึกษาไว้หลายแนวทาง ซึ่งถ้าแยกพิจารณาในด้านหลักเกณฑ์เรื่องต้นทุนทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic resource cost : DRC) ของชุตติมา(2537) ในช่วงปี พ.ศ. 2528-2537 พบว่า อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นแช่แข็งมีค่า DRC เท่ากับ 18.02 บาท ซึ่งแสดงถึงการผลิตในอุตสาหกรรมนี้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บวรกิจ (2543) ในช่วงเวลาเดียวกัน ในช่วงเวลาต่อมา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2539) พบว่า สถานการณ์การผลิตไก่เนื้อของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 มีแนวโน้มถดถอย ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด โดยเฉพาะการตลาดในต่างประเทศ โดยเกิดจากปัญหาที่สำคัญ คือ ต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับสูง นโยบายที่สำคัญบางประการของรัฐบาล ซึ่งมีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลกอย่างมาก ประกอบกับภาวะการณ์ของอุตสาหกรรมไก่เนื้อของไทยยังต้องพึ่งพาอุปสงค์ของตลาดโลก และพึ่งพาตลาดหลักอย่างประเทศญี่ปุ่น ถึงประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของประเทศ ดังนั้น เสถียรภาพของ

ราคาไก่เนื้อภายในประเทศจึงแปรเปลี่ยนไปตามปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้สภาวะการณ์การผลิตและการตลาดภายในประเทศขาดเสถียรภาพ

2.1.3 ด้านตลาดส่งออก พบว่าตลาดส่งออกมีเพียงไม่กี่ประเทศ โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ ประเทศญี่ปุ่น เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ และมีคู่แข่งที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกาและบราซิล วิทวัส (2529) ได้เคยศึกษาเฉพาะในตลาดประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่กำหนดส่วนแบ่งการตลาดได้แก่อัตราส่วนของราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาและอัตราการพึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศญี่ปุ่นและเมื่อวิเคราะห์กับคู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศหนึ่ง คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่าปัจจัยสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งการตลาดดังกล่าวได้แก่ อุปทานของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง เพื่อการส่งออกระหว่างไทยกับจีนในตลาดประเทศญี่ปุ่น และอัตราการพึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของญี่ปุ่นและในช่วงปี พ.ศ. 2523-2537 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกาและบราซิล ในตลาดประเทศญี่ปุ่นและเยอรมนี โดยการศึกษาของ โกมล (2539) พบว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาด ผลจากการแข่งขันในตลาดและการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ในตลาดโลกพบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกทั้งหมดของโลก ผลจากการแข่งขัน ผลจากการปรับการส่งออกและส่วนผลจากการกระจายตลาด ทำให้การขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดโลกลดลง เช่นเดียวกับที่ศึกษาเฉพาะประเทศญี่ปุ่น จิระนัย (2544) กลับพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2537-2539 เป็นผลมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาดและผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2539 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลับเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

2.1.4 ด้านศักยภาพในการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2538) ได้จัดทำทิศทางการพัฒนาปศุสัตว์ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 พบว่า เมื่อพิจารณาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ส่งออกจากประเทศไทยแล้ว ไม่พบว่าธุรกิจส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจะมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งที่สำคัญ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะด้านต้นทุนการผลิตของ

ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศจีนอยู่มาก จึงเป็นไปได้ว่า ธุรกิจส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจะเติบโตช้าลงอีกใน 5-10 ปีข้างหน้าและจะปรับทิศทางมาเป็นการผลิตเพื่อตลาดภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ในเวลาต่อมา อภิจิตตรา (2543) ได้ศึกษาศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2520-2540 พบว่า ในตลาดประเทศญี่ปุ่น มีคู่แข่งที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีนและบราซิล ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยและสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่จีน บราซิลมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นและสหรัฐอเมริกาคู่แข่งที่มีความสำคัญมากที่สุดในด้านราคาการส่งออก ส่วนในตลาดเยอรมัน คู่แข่งที่สำคัญคือ เนเธอร์แลนด์ ฮังการีและบราซิล ทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีแนวโน้มลดลง เช่นเดียวกันกับในตลาดประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในโครงการศึกษาตลาดสินค้าเกษตรต่างประเทศและพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2543) พบว่าดัชนีความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่สำคัญลดลงเช่นเดียวกันและในช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือปี พ.ศ. 2534-2541 จิระนัย (2544) ก็พบว่าในตลาดโลกและในตลาดประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งสองประเทศ แต่ไม่สามารถระบุได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าว ประเทศใดมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่ากัน

โดยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในภาพรวมและในตลาดที่สำคัญบางประเทศ ซึ่งพอที่จะสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการผลิตภายในประเทศพบว่าต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากต้นทุนทางตรงและนโยบายบางประการของรัฐบาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย
2. ด้านอุปสงค์ตลาดต่างประเทศที่สำคัญบางประเทศให้ความสำคัญกับรายได้ประชาชาติ กับราคานำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากประเทศไทยและคู่แข่งขึ้นเป็นสำคัญ
3. ด้านการตลาดส่งออก ประเทศไทยมีการพึ่งพาดลาคำนำเข้าเพียงไม่กี่ประเทศเท่านั้น อีกทั้งยังต้องประสบกับปัญหาการเข้ามาแบ่งส่วนแบ่งการตลาดกับคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ ความยากลำบากในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดกับคู่แข่งรายเดิม และที่สำคัญต้องประสบกับปัญหาการกีดกันการนำเข้าจากประเทศผู้นำเข้าทั้งที่เป็นภานี และไม่ใช่ภานี
4. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาด โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นผลมาจากการขยายตัวเพิ่มขึ้นของตลาดโลก ซึ่งเป็นการขยายตัวโดยเฉลี่ยการส่งออกทั้งหมดของโลก ซึ่งมีใช้การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งอย่างแท้จริง

5. ด้านการความสามารถในการแข่งขัน โดยคู่แข่งที่สำคัญของไทยคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกาและบราซิล โดยไทยมีแนวโน้มที่จะเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับประเทศเหล่านี้ และความสามารถในการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยมีแนวโน้มที่ลดลงเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

ในผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งที่ประเทศไทยส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดโลกนั้น ได้มีการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่เป็นมุสลิม โดยเฉพาะ ซึ่งจัดอยู่ในหมวดที่มีชื่อเรียกโดยเฉพาะว่าอาหาร “ฮาลาล” (Halal food) ซึ่งประเทศไทยได้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมาเป็นเวลานานแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางซึ่งมีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ต้องการและได้มีการส่งออกไปยังประเทศมุสลิมหลายประเทศจนเป็นที่นิยมแพร่หลาย สำหรับตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่สำคัญได้แก่ ประเทศคูเวต ซาอุดีอาระเบีย และสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นั้น การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดนั้นจะไม่มีกรเก็บภาษี และในปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ปรากฏว่าประเทศ ที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางได้มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น เช่น กาตาร์ โอมาน เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่องทางที่ดีในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยต่อไปในกลุ่มประเทศนี้ ทั้งนี้ สุดาพร(2541) ได้วิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยใน 3 ประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง คือ สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และคูเวต พบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทที่ต่างกันในแต่ละประเทศ ในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้า ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยและคู่แข่งได้แก่ รายได้ประชาชาติของสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัวและราคาเนื้อแกะที่ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้า รวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ในกรณีประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ารายได้ประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับประเทศคูเวตปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้า คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากประเทศไทยและคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศคูเวต ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ประเทศคูเวตนำเข้า จำนวนประชากร

ของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการวิเคราะห์
 ความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่ม
 ประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ พบว่า การขาดเสถียรภาพจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่
 เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับอามีเรตส์และคูเวตมีสาเหตุมาจาก
 การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ กรณีของประเทศ
 ซาอุดีอาระเบียพบว่า มีสาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงอุปทาน โดยที่อุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูงและ
 คงที่ สำหรับแนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศ
 ตะวันออกกลางยังมีช่องทางที่แจ่มใส โดยผลการพยากรณ์ส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่แข็งของไทย
 ในทั้ง 3 ประเทศในช่วงปี พ.ศ.2539-2543 พบว่า ส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยไป
 ประเทศสาธารณรัฐอาหรับอามีเรตส์และคูเวตมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ทำการ
 พยากรณ์ ส่วนการพยากรณ์ในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า ส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่
 เย็นแช่แข็งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 มีแนวโน้มที่ลดลง แต่ในปี พ.ศ.2543 มีการขยายตัว
 เพิ่มขึ้น จากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการผลิตสาขาศุสสัตว์ นอกจากนี้การผลิตปศุสัตว์โดยรวมก็มี
 แนวโน้มเพิ่มขึ้นตามปริมาณความต้องการเพื่อการบริโภคภายในประเทศไทย และการเพิ่มขึ้นของ
 จำนวนประชากร สำหรับการส่งออกปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์นั้นยังมีปริมาณน้อย เมื่อ
 เปรียบเทียบกับปริมาณการผลิต ยกเว้น ไก่เนื้อ แต่โอกาสในการพัฒนาเพื่อเพิ่มและขยายปริมาณการ
 ส่งออกปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ยังมีช่องทางที่เป็นไปได้หากสามารถแก้ไขปัญหาและข้อจำกัด
 ต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาและเลือกเอกสารงานวิจัยที่ได้นำเอาแบบจำลองในการ
 วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาของผู้ศึกษาบางท่านและบาง
 แบบจำลอง ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 แบบจำลองที่นิยมใช้ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันบางแบบจำลอง

Qualitative Model		Quantitative Model	
Market view	Factors view	Market view	Factors view
-	Diamond model	Econometrics	Econometrics
-	Balance score model	Policy analysis matrix (PAM)	Domestic resource cost (DRC)
-	Score-model	Revealed comparative Advantage (RCA)	Hecksher-ohlin vaneck Equations.
-		Market share analysis (MSA)	Social cost benefit (SCB)
-		Constance market share (CMS)	Import cost resource (ICR)

การศึกษาความสามารถในการแข่งขัน มีผู้ศึกษาวิจัยได้เลือกแบบจำลองมาใช้ในการศึกษาดังนี้ ชุตินา (2537) ได้ใช้หลักเกณฑ์เรื่องต้นทุนทรัพยากรในประเทศ (Domestic resource cost: DRC) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมการผลิตไก่สดแช่แข็งแช่เย็นในประเทศไทย ในเวลาต่อมา บวรกิจ (2543) ได้ใช้หลักเกณฑ์เดียวกันนี้ ทำการศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งแช่เย็นเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

แบบจำลองลำดับต่อมาได้แก่ แบบจำลองที่วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดย มาฆะสิริและคณะ (2540) ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed comparative advantage: RCA) ร่วมกับ แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant market share: CMS) ในการศึกษาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เช่นเดียวกับการศึกษาของ ชโยดม และคณะ(2542)ได้ใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการศึกษาศักยภาพสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการ อีกทั้งต่อมา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2543) ได้ใช้วิธีการศึกษาเดียวกับมาฆะสิริและคณะ (2540) ในการศึกษาตลาดสินค้าเกษตรต่างประเทศและพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก กรณีของอภิจิตตรา (2543) ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบร่วมกับ แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณศึกษาศักยภาพการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย เช่นเดียวกันกับ จิระนัย (2544) ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบร่วมกับแบบจำลองนี้ วิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปแช่แข็งแช่เย็นของประเทศไทยในตลาดโลกและญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่ามีการใช้แบบจำลองร่วมกันในการศึกษา เพื่อให้ครอบคลุม

ถึงประเด็นต่าง ๆ ทั้งในด้านส่วนแบ่งการตลาด และ ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนใช้แบบจำลองศึกษาร่วมกันกับวัตถุประสงค์อื่น ๆ ดังเช่น วิทวัส (2529) ได้ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ ร่วมกับวิธีการทางเศรษฐมิติ ศึกษาถึงเศรษฐกิจการส่งออกไก่เนื้อของประเทศไทย

แบบจำลองที่ใช้ศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาดนอกจากจะมี แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่แล้ว ยังมีแบบจำลองที่ศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาดในลักษณะเดียวกัน แต่ต่างกันที่ตัวแปรอีกแบบจำลองหนึ่งคือ แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด (Market share analysis: MSA) ซึ่งโกมล (2539) ได้ใช้แบบจำลองนี้ร่วมกับวิธีการทางเศรษฐมิติ วิเคราะห์ตลาดส่งออกเนื้อไก่สดแช่แข็งแช่เย็นของไทย แบบจำลองอีกแบบหนึ่งที่สำคัญและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ แบบจำลอง Diamond model ของ ศาสตราจารย์ Michel E. Porter ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(2546) ได้ใช้แบบจำลองนี้ในโครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย

การศึกษาในต่างประเทศพบว่า ต้นทุนทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) ก็ได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษา แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาร่วมกับแบบจำลองอื่นๆ เพื่อให้ได้คำตอบครอบคลุม และชัดเจนยิ่งขึ้นโดย Liefert (2002) ได้ใช้แบบจำลองต้นทุนทรัพยากรภายในประเทศร่วมกับแบบจำลอง ต้นทุน-กำไรทางสังคม(Social cost-benefit: SCB) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการเกษตรของรัสเซีย เช่นเดียวกับ Hong Ling(1999) ได้ใช้แบบจำลองต้นทุน-กำไรทางสังคมนี้ ประมาณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศผู้ผลิตและส่งออกกุ้งไปยังตลาดญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เช่นเดียวกับ Mlangeni (2000) ได้ใช้แต่เพียงแบบจำลองความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบศึกษา ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มประเทศพัฒนาในแถบแอฟริกาใต้

แบบจำลองอีกแบบจำลองที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันคือ แบบจำลองเศรษฐมิติ มีงานวิจัยงานชิ้นที่ได้ใช้แบบจำลองนี้ในการศึกษาเช่น June และ Rhomberg (1973) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ระหว่างประเทศอุตสาหกรรม ในเวลาต่อมา Sanchez และ Mekinley (1995) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของกฎระเบียบในสินค้าที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจทั่วไปของโลก และ Kalaitzandonakes (2000) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการเกษตรชีวภาพและความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากแบบจำลองดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีอีกบางแบบจำลองโดย Lifert (1994) ได้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการเกษตรของประเทศอิสระใหม่ในส่วนของ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้ใช้เครื่องมือที่เรียกว่า “อัตราส่วนต้นทุนการนำเข้า” (Import Cost Ratio: ICR) เป็นตัวชี้วัด ในขณะที่ Hudson และ Ethridge (1999) ได้ศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรประเภทฝ้ายและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากฝ้ายในสหรัฐอเมริกา โดยใช้วิธีการเศรษฐมิติที่ชื่อ Full information maximum likelihood และทำที่สุดเป็นวิธีการที่ง่ายและไม่เป็นที่นิยมใช้กันนักในหมู่นักเศรษฐศาสตร์ คือ การใช้วิธีการพรรณนา (descriptive) โดย Sharples(1990) ได้ใช้วิธีการนี้ ศึกษาถึงต้นทุนการผลิตและผลิตภาพการผลิตในการวิเคราะห์ถึงการค้าระหว่างประเทศและความสามารถในการแข่งขัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved