

บทที่ 2

เค้าโครงร่างทางทฤษฎี

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจเอกสาร

การตรวจเอกสารได้ศึกษางานวิจัยที่มีการศึกษาไว้แล้ว โดยเนื้อหาจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2539) ได้ศึกษาต้นทุนและโอกาสการส่งออก รวมทั้งผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางโดยใช้ข้อมูล 2 ระดับคือ ระดับจุลภาค ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรงและข้อมูลระดับภาพรวม ซึ่งจัดเก็บโดยหน่วยงานต่าง ๆ ในช่วงปี 2525-2536 ผลการศึกษาสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมยางมือน้อยนั้น โครงสร้างอุตสาหกรรมไทย ถูกกำหนดโดยตลาดส่งออกและยางมือน้อยเกือบทั้งหมดถูกส่งออกไปขายยังประเทศที่พัฒนาแล้ว ตลาดยางมือน้อยในประเทศยังมีขนาดเล็กยกเว้นการใช้ในวงการแพทย์และบางอุตสาหกรรม และเมื่อพิจารณาศักยภาพในการแข่งขันในอาเซียน อุตสาหกรรมยางมือน้อยไทยและมาเลเซีย มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น ๆ โดยผู้ผลิตในมาเลเซีย มีความได้เปรียบในการผลิตยางมือน้อยที่ใช้ในการผ่าตัด ส่วนผู้ผลิตไทยมีความได้เปรียบในการผลิตยางมือน้อยประเภทที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและงานครัวเรือน ส่วนผลกระทบของ อาฟต้า (AFTA) ต่อการหันเหทิศทางการค้า (Trade Diversion) คาดว่าจะมีน้อยมากหรือไม่มีเลย สำหรับผลิตภัณฑ์ยาง เนื่องจากตลาดในประเทศอาเซียน มีขนาดเล็ก และมีการคุ้มครองในประเทศสูง อีกทั้งผู้ผลิตในไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย สามารถผลิตสินค้าได้คล้ายกันในการป้อนตลาดในประเทศมูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์ยางระหว่างประเทศในอาเซียนด้วยกันเองจึงมีค่าน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ สนใจตลาดในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และตะวันออกกลาง มากกว่าตลาดอาเซียน ประกอบกับทุกประเทศต่างพยายามรักษาผลประโยชน์ด้านการค้าของตนเอง โดยการจัดสินค้าที่มีศักยภาพการแข่งขันต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้านไว้ในโปรแกรมยกเว้นภาษี เช่น มาเลเซีย จัดผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ทุกชนิด ซึ่งมีศักยภาพการแข่งขันต่ำกว่าประเทศไทยและอินโดนีเซียไว้ในโปรแกรม ยกเว้นการลดภาษี

ชัยวัฒน์ คนจริง (2540) ได้ศึกษาการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออก ในส่วนของอุตสาหกรรมถั่วมืออย่างสามารถสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมผลิตถั่วมืออย่าง สามารถแบ่งได้ เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มถั่วมืออย่างทางการแพทย์ และกลุ่มถั่วมืออย่างเพื่อใช้ในทางอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันมีโรงงานผลิตถั่วมืออย่างที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมี ประมาณ 100 โรง แต่ที่ดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่องมีไม่ถึง 50 โรงงาน เนื่องจากปัญหาทางด้านการค้า ตกต่ำและวัตถุดิบราคาแพง โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตถั่วมืออย่างคือน้ำยางข้น ซึ่งผู้ผลิตถั่วมืออย่าง ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำยางข้นจากโรงงานผลิตน้ำยางข้น ซึ่งจะซื้อน้ำยางดิบจากเกษตรกรมาทำการผลิต ปัญหาที่พบคือ น้ำยางดิบที่ซื้อจากเกษตรกรมีความไม่สะอาด และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรที่ไม่ดีพอ นอกจากนี้ แล้วยังนโยบายการส่งเสริมการร่วมทุนกับต่างชาติไม่เน้นในเรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทำให้บริษัทคนไทยแข่งขันได้ยาก

ฉลองภพ สุสังกรกาญจน์ และคณะ (2541) ได้ศึกษาการส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในตลาดโลกมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบจำลองสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในปี 2540-2553 โดยแยกการพยากรณ์เป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีแรกเป็นการพยากรณ์ ชั้นสูง (High Case) ซึ่งสมมุติว่า อัตราการเติบโตของตัวแปรอิสระ (ร้อยละต่อปี) ขยายตัวเร็ว กรณีที่สองเป็นการพยากรณ์ชั้นต่ำ (Low Case) ซึ่งสมมุติว่าอัตราการเติบโตของตัวแปรอิสระ(ร้อยละต่อปี) ขยายตัวช้าในการศึกษาครั้งนี้ ถั่วมืออย่างเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าที่ทำการศึกษาระยะเวลาศึกษาปี พ.ศ. 2517-2539 แบบจำลองที่ใช้เป็นแบบจำลองทางด้านอุปทานในรูปแบบแบบ Double-log ทำให้สามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นได้ทันที จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ติดกับตัวแปรทางขวามือ แบบจำลองพยากรณ์มูลค่าการส่งออกถั่วมืออย่าง ประกอบด้วยตัวแปรอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ภาคอุตสาหกรรมมูลค่าการลงทุนของผู้ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมถั่วมืออย่าง (เนื่องจากในช่วงประมาณ ปี 2531-2532 อุตสาหกรรมถั่วมืออย่างของไทยเริ่มมีการพัฒนาและขยายตัวอย่างมากและมีบริษัทที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากเกิดการแพร่ระบาดของโรคเอดส์) และผลิตรวมถั่วมน้ำหนักของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยางไทย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ตามแบบจำลองการพยากรณ์มูลค่าส่งออกถั่วมืออย่างไทย ค่าพยากรณ์อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกถั่วมืออย่าง ในกรณีที่ตัวแปรอิสระขยายตัวเร็วอัตราการเติบโตของปี 2540 – 2542 อยู่ที่ ร้อยละ 34.33 ปี 2543 – 2548 อยู่ที่ ร้อยละ 23.37 และปี 2549-2553 อยู่ที่ ร้อยละ 23.37 ต่อปี และกรณีที่ตัวแปรอิสระขยายตัวช้า อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออก ปี 2540-2540, ปี 2543-2548 และปี 2549-2553 ค่าพยากรณ์อยู่ที่ ร้อยละ 7.81, 3.27 และร้อยละ 3.27 ตามลำดับ

ค่าพยากรณ์อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกถั่วเขียว (ร้อยละต่อปี)

| ถั่วเขียว | ปี 2540-2542 | ปี 2543-2548 | ปี 2549-2553 |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| อัตราการเติบโตสูง | 34.33 | 23.37 | 23.37 |
| อัตราการเติบโตต่ำ | 7.81 | 3.27 | 3.27 |

ที่มา : ฉลองภพ ปี 2541

เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์ (2543) ได้ศึกษาอุปสงค์การส่งออกถั่วเขียวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยวิธีเศรษฐมิติ ผลการศึกษาสรุปว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นลบและมากกว่า 1 แสดงว่าหากมีการลดราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นมากกว่า ร้อยละ 1 และในทางตรงกันข้ามหากมีการเพิ่มราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกา ลดลงมากกว่าร้อยละ 1 เช่นกัน โดยที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่เนื่องจากถั่วเขียวของไทยเป็นสินค้าที่มีสินค้าอื่น เช่น ถั่วเขียวประเทศคู่แข่งสำคัญ อาทิ อินโดนีเซียที่สามารถใช้แทนกันได้ดี ดังนั้นเมื่อราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยสูงขึ้นขณะที่ราคาส่งออกถั่วเขียวของอินโดนีเซียคงที่ ผู้ใช้ส่วนหนึ่งในประเทศสหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนไปนำเข้าถั่วเขียวจากประเทศอินโดนีเซียแทนและลดการนำเข้าถั่วเขียวจากไทย ทำให้ปริมาณส่งออกถั่วเขียวของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีต่อรายได้ประชาชาติต่อบุคคลมีค่าเป็นบวก แสดงว่าสินค้าถั่วเขียวจัดเป็นสินค้าปกติ สำหรับชาวอเมริกัน สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกอัตราแลกเปลี่ยนประเทศไทย มีค่าเป็นลบ แสดงว่าถั่วเขียวของอินโดนีเซีย เป็นสินค้าที่สามารถใช้แทนกันได้กับถั่วเขียวของไทยในมุมมองของชาวอเมริกัน นั่นคือเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนของประเทศอินโดนีเซียลดค่าลงมากกว่าอัตราแลกเปลี่ยนของไทย ส่งผลให้ราคานำเข้าถั่วเขียวของถั่วเขียวของประเทศอินโดนีเซียลดค่าลงมากกว่าราคานำเข้าถั่วเขียวของไทย ทำให้มีการนำเข้าถั่วเขียวจากไทยลดลงดังนั้นปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกาจึงลดลง อีกทั้ง การแพร่ระบาดของโรคเอชไอวีที่เกิดขึ้นในปี 2530 ที่ยังไม่มีมาตรการใดหยุดยั้งได้ ทำให้เกิดความหวาดระแวงการติดเชื้อ จึงมีความต้องการสวมถั่วเขียวเพื่อป้องกันการติดเชื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นความต้องการนำเข้าถั่วเขียวของประเทศสหรัฐ-

อเมริกา จึงเพิ่มขึ้นรวมถึงการนำเข้าจากไทยด้วยส่งผลให้ปริมาณการส่งออกถั่วมือยางของไทยไปสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น

ปรากฏทิพย์ บุญศรี (2543) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของถั่วมือยางไทยในต่างประเทศ สรุปว่า ตลาดนำเข้าถั่วมือยางใหญ่ที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าถั่วมือยางทุกชนิด ระหว่าง ปี 2540-2542 ในปริมาณ 10,368 ล้านคู่ 12,648 ล้านคู่ และ 11,664 ล้านคู่ จากทั่วโลกตามลำดับ ผู้ผลิตถั่วมือยางทั่วโลก จะมุ่งส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับแรก ทำให้ตลาดดังกล่าวมีการแข่งขันสูง แต่การนำเข้าเกือบทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา จะนำเข้าจากประเทศในอาเซียนซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกถั่วมือยางใหญ่ที่สุดในโลก สำหรับประเทศที่ส่งออกถั่วมือยางมายังสหรัฐอเมริกามากที่สุด คือ มาเลเซีย กล่าวคือ ในปี 2540 มีสัดส่วนร้อยละ 65 และลดลงเหลือร้อยละ 61.3 ในปี 2541 ส่วนในปี 2542 สัดส่วนลดลงเหลือ ร้อยละ 56.6 ขณะที่ไทยมีสัดส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จากการเปรียบเทียบระหว่างปี 2540-2542 ประเทศไทยมีสัดส่วนมูลค่าในตลาดสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 16 ในปี 2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.1 ในปี 2541 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.7 ในปี 2542 ตามลำดับ ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา เหลือร้อยละ 6 สำหรับตลาดสหภาพยุโรป เป็นตลาดนำเข้าถั่วมือยางสำคัญอันดับสองของโลก ประเทศส่งออกยังสหภาพยุโรปมากที่สุด คือ มาเลเซีย ซึ่งส่งออกร้อยละ 55.2 ของการส่งออกถั่วมือยางทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกเป็นอันดับที่สอง และมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น กล่าวคือ ในปี 2540 จาก ร้อยละ 14.6 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 ในปี 2542 ขณะที่ประเทศศรีลังกา สหรัฐอเมริกา และฮังการี เป็นประเทศ ที่ส่งออกในตลาดสหภาพยุโรป เป็นอันดับที่ 3 ที่ 4 และ ที่ 5 ตามลำดับ ส่วนตลาด ญี่ปุ่น มาเลเซีย ยังคงมีอัตราส่วนของมูลค่าการส่งออกถั่วมือยางนำเข้าเป็นอันดับหนึ่ง ในระหว่าง ปี 2540-2542 สัดส่วนลดลงจาก ร้อยละ 82.3 ในปี 2540 ลดลงเหลือร้อยละ 77.3 ในปี 2542 ในส่วนของประเทศไทยมีขีดความสามารถส่งออกในตลาดญี่ปุ่นมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปี 2540-2542 กล่าวคือ ในปี 2540 มีสัดส่วนตลาด 3.2 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 ในปี 2542 สำหรับเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนมูลค่าร้อยละ 3.6 และ 2.3 ในปี 2542 ตามลำดับ

อติพร ยิ้มประเสริฐ (2545) ศึกษาสู่ทางการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมถั่วมือยางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปว่า อุตสาหกรรมถั่วมือยางรัฐบาลควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือด้านการผลิตได้แก่น้อย่างขึ้น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักมีราคาสูงในช่วงที่รัฐบาลออกมาแทรกแซงราคาอย่างแผ่น ซึ่งผู้ประ

กอบการไม่ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาทำการแทรกแซงราคาขาย ควรปรับปรุงประสิทธิภาพแรงงาน ให้สอดคล้องกับค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น เนื่องจากการผลิตถุงมือยางจัดเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานค่อนข้างมาก การสนับสนุนงานด้านวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการทดสอบคุณสมบัติของน้ำยาง นอกจากนี้ ควรให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ถุงมือยางของไทยให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป การจัดงานส่งเสริมการส่งออก การจัดหาตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย

สุภาพร บัวแก้ว และคณะ (2545) ศึกษาการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมถุงมือยางมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งรายได้จากการส่งออกและค่าจ้างงาน มูลค่าการส่งออกถุงมือยาง ในปี 2545 สูงถึง 16,925 ล้านบาท สูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากมูลค่าการส่งออกยางยานพาหนะ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในระหว่างปี 2541 – 2545 เฉลี่ยร้อยละ 8.4 ตลาดส่งออกถุงมือยางที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ อุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labour Intensive) มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้กว่า 16,000 คน โรงงานผลิตถุงมือยางปัจจุบันมี จำนวน 23 โรง เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่ร่วมทุนกับต่างชาติ (Joint Venture) อยู่ 4 โรง ที่เหลือเป็นโรงงานขนาดกลางและเล็ก ซึ่งเจ้าของกิจการเป็นคนไทยหรือร่วมลงทุนกับไต้หวัน มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย การผลิตถุงมือยางประมาณร้อยละ 95 ส่งออกไปต่างประเทศ ต้นทุนการผลิตมีส่วนประกอบของต้นทุน เป็น Local Content สูง ร้อยละ 40 เป็นน้ำยางข้น ร้อยละ 20 เป็นค่าเชื้อเพลิง และร้อยละ 10 เป็นค่าแรงงาน ปัญหาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ในปัจจุบันคือ โรงงานขนาดกลางและเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนไทยเสียเปรียบ โรงงานขนาดใหญ่ที่เป็นกิจการข้ามชาติ ในแง่ที่ผู้ผลิตขนาดใหญ่ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน (BOI) ได้รับการยกเว้นภาษีเครื่องจักรสารเคมี ที่นำเข้ายกเว้นภาษีรายได้และยังมีเทคนิคการผลิตที่ทันสมัย ทำให้สามารถผลิตในต้นทุนที่ต่ำกว่าและยังเป็นผู้ครองตลาดส่งออกด้วย ขณะที่การผลิตถุงมือยางในปัจจุบันตลาดเป็นของผู้ซื้อปริมาณการผลิตมีมากกว่าความต้องการใช้ ทำให้ราคาถุงมือยางปรับตัวลดลงโดยตลอด สวนทางกับราคาวัตถุดิบน้ำยางข้นที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงตั้งแต่ ปี 2545 เป็นต้นมาผู้ผลิตถุงมือยางขนาดกลางและเล็กได้ร่วมกันลดปริมาณการผลิต ร้อยละ 30 เป็นเวลา 6 เดือน และขอให้รัฐทบทวนนโยบายการใช้ สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนรายใหม่ในอุตสาหกรรมนี้

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2546) ได้กล่าวถึงศักยภาพการแข่งขันใน
อนาคตของถุ้งมือ ยางไทย ดังนี้

1. กระบวนการผลิตถุ้งมือยางของไทยนั้น มีการใช้น้ำยางธรรมชาติในการผลิตเป็น
สัดส่วนที่สูง คือ การใช้น้ำยางชั้นประมาณร้อยละ 90 โดยน้ำหนักรubber เป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติ
ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ขณะที่แหล่งผลิตที่เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ มาเลเซีย มีแนวโน้มลด
ปริมาณการผลิตถุ้งมือยางธรรมชาติลง เนื่องจากมีนโยบายลดปริมาณเนื้อที่ปลูกพืชปาล์มน้ำมัน เพื่อ
ใช้กับอุตสาหกรรมอาหารแทน

2. การส่งออกถุ้งมือยางของไทยในสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 เป็นการส่งออกไปยังตลาด
สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้ถุ้งมือยางสูงมากในแต่ละปี ปัจจุบันไทยสามารถ
เข้าไปครองส่วนแบ่งตลาดถุ้งมือยางในสหรัฐอเมริกา ได้เป็นอันดับสองรองมาจากประเทศ
มาเลเซีย โดยมีส่วนแบ่งร้อยละ 36.8 ขณะที่ประเทศมาเลเซียครองส่วนแบ่ง 44.1 ซึ่งสัดส่วน
ถุ้งมือยางของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีเพิ่มขึ้น ตามลำดับ ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา

3. ราคาของน้ำยางชั้นได้มีการปรับตัวสูงขึ้นมาก จากที่ในช่วงปี 2543-2544 เฉลี่ยที่ 20-
23 บาท/กก. ปี 2545 ปรับเพิ่มเป็น 25.62 บาท/กก. และ 10 เดือนแรกของปี 2546 เฉลี่ย 33.50
บาท/กก. ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตถุ้งมือยางมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ผลิตเองไม่สามารถที่จะ
ปรับราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายได้มากนัก เนื่องจากสภาพการแข่งขันด้านราคาที่มีสูง ซึ่งในที่สุด
ได้มีผลถึงกำไรต่อหน่วยลดลง เพื่อเป็นการลดการขาดทุนจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นคาดว่าผู้ผลิต
เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย จะลดกำลังการผลิตลง ประมาณ ร้อยละ 20

4. ศักยภาพการผลิตและการตลาดถุ้งมือยางไทยคงจะมีการปรับตัวขึ้น เพราะนอกจาก
ความพร้อมด้านวัตถุดิบมีสูงและปัจจัยหลักที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต
แม้ผู้ผลิตของไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก และมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่า
มาเลเซียมากก็ตาม แต่จากการที่มีบริษัทขนาดใหญ่ของบริษัทข้ามชาติที่มีเทคโนโลยีในการปรับ
แต่งน้ำยางสังเคราะห์และมีประสิทธิภาพ การผลิตสูงสู้คู่แข่งอย่างมาเลเซียได้มีความสนใจเข้ามาลง
ทุนในประเทศไทยมากขึ้น ประกอบกับพัฒนาการผลิตดีขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ปัจจุบันมีโรง
งานผลิตถุ้งมือยางภายในประเทศสามารถผลิตได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ
สูงขึ้นมาก เมื่อเทียบกับในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ทำให้คาดว่าในอนาคตส่วนแบ่งตลาดถุ้งมือยางของ
ไทยในตลาดโลกคงจะเพิ่มขึ้นไปอยู่ในระดับที่สูงกว่าร้อยละ 10 จากปัจจุบันที่มีอยู่ในระดับประ
มาณร้อยละ 6 รองจากมาเลเซีย

2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.2.1 วิวัฒนาการแนวคิดด้านการค้าระหว่างประเทศ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศนั้น มีผู้ได้พยายามอธิบายไว้มากมาย ในยุคของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อดัม สมิท ได้แสดงแนวคิดว่าการค้าระหว่างประเทศสองประเทศเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage) นั่นคือถ้าประเทศสองประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากกว่า หรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แล้วนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์

อย่างไรก็ตาม อาจเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งไม่มีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าใดๆ เลยเหนือประเทศอื่นๆ ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกชนิดเหนือประเทศอื่น ต่อมา เดวิด ริคาร์โด ก็ได้อาศัยแนวความคิดของ อดัม สมิท และได้ปรับปรุงให้กว้างขวาง ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายแบบแผนของการค้าได้ชัดเจนขึ้น ริคาร์โดไม่ได้คัดค้านการวิเคราะห์ ของ อดัม สมิท แต่ริคาร์โดเสนอให้การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เป็นตัวกำหนดแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ นั่นคือประเทศควรเลือกและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบมากที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบน้อยที่สุด หรือสินค้าที่ตนเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบมากที่สุด ริคาร์โดยังคงมีความเชื่อเหมือนเดียวกับ อดัม สมิท ในเรื่องนโยบายการค้าว่าควรเป็นนโยบายการค้าเสรีและยึดหลักการกำหนดมูลค่าสินค้าตามทฤษฎีมูลค่าแรงงาน

ในระยะต่อมา ฮาร์เบอร์เลอร์ ได้เสนอแนวคิดในการใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาสมาใช้ในการวิเคราะห์ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ แนวความคิดพื้นฐานของ ฮาร์เบอร์เลอร์ มีอยู่ว่าถ้าประเทศใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ (Factor Endowment) ทำการผลิตสินค้าได้สองชนิด การผลิตสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่ง หน่วยประเทศจะต้องเสียโอกาสในการทำการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ถ้าการผลิตแต่ละขั้นต่อนั้นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ถูกใช้อย่างเต็มที่และเต็มประสิทธิภาพ นั่นคือ แต่ละประเทศควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสในการผลิตน้อยที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสมากที่สุดซึ่งในที่สุดจะทำให้ ทุกประเทศได้ประโยชน์จากการทำการค้าซึ่งกันและกัน

ในทศวรรษ 1930 ได้มีนักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 คน คือ อีไล เฮกเซอร์ และ เบอร์ทิล โอห์ลิน อธิบายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้า คือ ความแตกต่างในปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศต่าง ๆ สาเหตุสำคัญของแนวคิดก็คือ ถ้าประเทศใดเป็น

ประเทศที่มีแรงงานมากประเทศนั้น ก็จะส่งสินค้าที่เน้นใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลัก ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีสินค้าประเภทที่มีทุนมาก

2.2.2 หลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Principle)

ทฤษฎีการได้เปรียบเมื่อของเดวิด ริคาร์โด อาจกล่าวได้ว่าเป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงที่สามารถอธิบาย แบบแผนการค้าระหว่างประเทศได้อย่างชัดเจน สมมุติให้มีประเทศในโลกเพียง 2 ประเทศ คือ ประเทศ A และ B ผลิตสินค้าเพียง 2 ชนิด คือ x และ y ปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิตมีเพียงปัจจัยเดียวคือ แรงงาน

ตารางที่ 2.1 ความต้องการแรงงานต่อหน่วยการผลิต

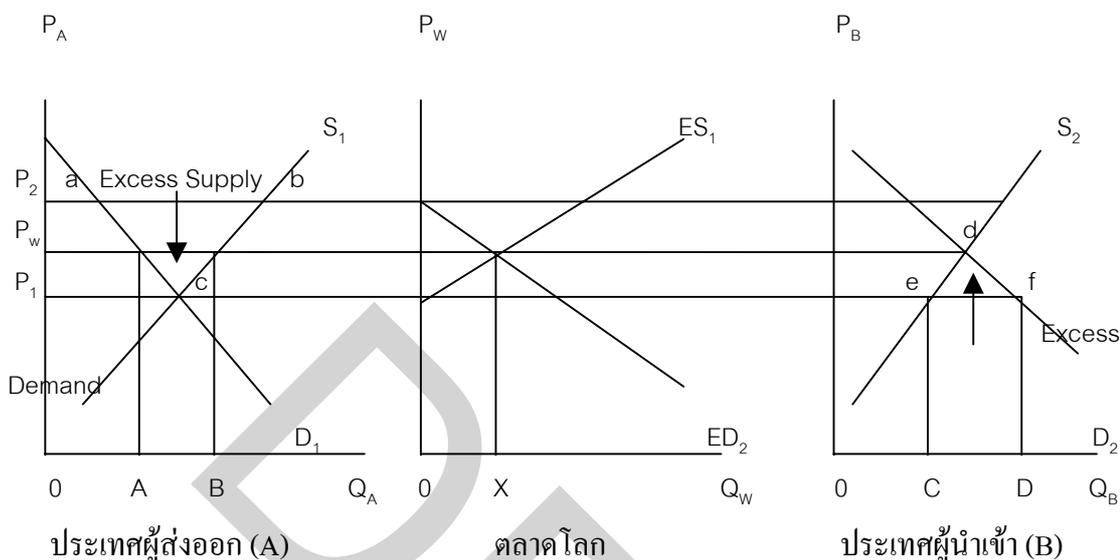
| ประเทศ | สินค้า x | สินค้า y |
|--------|----------|----------|
| A | 120 | 100 |
| B | 80 | 90 |

จากตารางที่ 5 สมมุติให้ประเทศ A ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 120 หน่วย และ ผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 100 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 80 หน่วย และผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 90 หน่วย จะเห็นได้ว่า ในการ ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย ประเทศ A ต้องใช้แรงงาน 120 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ใช้แรงงานเพียง 80 หน่วย และในการผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย ประเทศ A ต้องใช้แรงงานถึง 100 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ใช้แรงงานเพียง 90 หน่วย แสดงว่าประเทศ B มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าโดยใช้ต้นทุนแรงงานต่ำกว่า ประเทศ A ทั้งในการผลิตสินค้า x และ y และหากพิจารณาเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนการผลิตของทั้ง 2 ประเทศ อาจกล่าวได้ว่า ประเทศ B มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า x ($80/120$) มากกว่าการผลิตสินค้า y ($90/100$) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือประเทศ A มีความได้เปรียบ เิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า y ขณะที่ประเทศ B มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า x ดังนั้นประเทศ A ควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้า y ขณะที่ประเทศ B เลือกผลิตและส่งออกสินค้า x จึงจะทำให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2.2.3 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศโดยดุลยภาพบางส่วน (Partial Equilibrium of Trade)

ก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศราคาสินค้าประเทศผู้ผลิตสินค้าส่วนเกิน (ส่งออก) เมื่อเทียบกับประเทศผู้นำเข้าแล้ว จะต่างกันโดยราคาในประเทศผู้นำเข้าจะสูงกว่าในประเทศผู้ส่งออก

ซึ่งจะก่อให้เกิดการเคลื่อนย้าย สินค้าจากราคาต่ำในประเทศผู้ส่งออกไปสู่ประเทศผู้นำเข้า ซึ่งมีราคาสูงกว่า



P_1 = ราคาดุลยภาพของประเทศผู้ส่งออก

P_2 = ราคาดุลยภาพของประเทศผู้นำเข้า

P_w = ราคาดุลยภาพในตลาดโลก

AB = ปริมาณส่งออกของประเทศ A

CD = ปริมาณนำเข้าของประเทศ B

OX = ปริมาณการค้าระหว่างประเทศ

ภาพที่ 2.1 ดุลยภาพบางส่วนของการค้าระหว่างประเทศ

กรณีที่ราคาในประเทศผู้ส่งออกต่ำกว่าราคาในประเทศผู้นำเข้า จะจูงใจให้พ่อค้าจร (Arbitrator) นำสินค้าราคาต่ำมาขายในที่ที่ได้ราคาสูง โดยนำสินค้าจากชายแดนต่างประเทศมาขาย เช่น ในภาพที่ 2.1 ณ ระดับราคา P_1 ในประเทศ B จะเกิดการขาดแคลน (deficit) เท่ากับ ef การขาดแคลนจะเกิดจากราคาที่ต่ำกว่า P_2 ลงมาจนถึง P_1 ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาของประเทศ A สูงขึ้นไปจาก P_1 จนถึง P_2 ก็จะเกิดอุปทานส่วนเกิน (Excess Supply) เท่ากับ ab ทั้งอุปสงค์ส่วนเกินและอุปทานส่วนเกินนี้จะเกิดขึ้นได้เสมอ หากมีการปิดประเทศหรือไม่มีการเปิดการค้าขายระหว่างประเทศ แต่เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศจุดที่เส้นอุปสงค์ส่วนเกินตัดกับเส้นอุปทานส่วนเกิน ก็จะก่อให้เกิดราคาในตลาดโลก P_w ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในจำนวน OX โดยประเทศผู้ส่งออกส่งออกเท่ากับ จำนวน AB และประเทศผู้นำเข้าก็จะนำเข้าเท่ากับจำนวน CD โดยปริมาณ AB จะเท่ากับ CD หรือเท่ากับ OX นั่นเอง ในกรณีที่ราคาในตลาดโลกสูง

ขึ้น ประเทศผู้ส่งออกก็จะส่งออกได้มากขึ้นและสามารถจะขยายส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้นทำนองเดียวกัน หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานสินค้าในประเทศผู้ค้าก็จะมีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่เป็นผู้ส่งออกเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด (Constant Market Share Model : CMS)

เป็นแบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายสาเหตุของการขยายตัวหรือหดตัว ของการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ โดยจะเป็นการคำนวณระดับปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดขนาดของการขยายตัวหรือหดตัวของการส่งออก โดยมีข้อสมมติว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกเกิดจากด้านอุปสงค์ ผู้ที่ได้คิดค้นแบบจำลองในลักษณะเช่นนี้ขึ้นมาเป็นครั้งแรก ได้แก่ H.Tyszynski (World Trade in Manufactured Commodities 1899-1950. The Manchester School. (September 1951) : 272-304) ต่อมา J.David Richardson (Constant Market Share Analysis of Export Growth. Journal of International Economics (August 1971) : 227-250) ได้นำแบบจำลองดังกล่าวมา พัฒนาต่อเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น Edward E.Leamer และ Robert M.Stern (Quantitative International Economics. Boston : Allyn and Bacon Inc., 1972) ได้นำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ มาใช้ในงานวิจัย และ J.David Richardson (Some Sensitivity Tests for a Constant-Market-Share Analysis of Export Growth. The Review of Economics and Statistics (1971) : 300-304) ก็ได้กล่าวอีก ครั้งหนึ่ง จึงถือได้ว่าทั้ง J.David Richardson, Edward E.Leamer และ Robert M.Stern เป็นผู้พัฒนา แบบจำลองนี้ขึ้นมาพร้อมกัน

วิธีการวิเคราะห์ Constant Market Share Model หรือเรียกย่อว่า CMS Model เป็นแบบจำลองหนึ่ง ที่ใช้ในการคำนวณวัดระดับปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัวหรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ซึ่งสร้างขึ้นจากข้อสมมติที่ว่าทุกประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในตลาดเดียวกัน จะพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองได้ เมื่อตลาดมีการขยายตัว กล่าวคือ ซ้อสินค้าจากประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้มากขึ้น โดย จะซื้อจากแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเท่าเทียมกัน คือ สัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดที่เป็นของประเทศผู้ ส่งออกแต่ละรายจะคงที่

นอกจากนี้การวิเคราะห์ CMS ยังเป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดภายใต้ข้อสมมติที่ว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้น เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ทางด้านอุปสงค์ (Demand) โดยอาศัยหลักเกณฑ์ดังกล่าว ทำให้ทราบว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยดังนี้คือ

1. อัตราความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของประเทศผู้นำเข้า
2. สินค้าประเภทที่อุปสงค์มีการขยายตัวในอัตราสูงหรือต่ำนั้น เป็นสินค้าออกที่สำคัญของประเทศผู้ส่งออกมากน้อยเพียงใด

3. ประเทศนั้นส่งสินค้าออกไปขายในตลาดที่มีการขยายตัวช้าหรือเร็ว
4. ประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันที่ได้ผลหรือไม่ได้ผล เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นที่แข่งขันในตลาดเดียวกัน

2.3.1 แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS)

แบบจำลอง CMS มีแนวคิด (Concept) ในการวิเคราะห์คือ พิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิมเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นจริงก็จะคงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากความสามารถในด้านใดบ้าง เช่น การแข่งขันจากส่วนประกอบของรายการผลิตภัณฑ์สินค้าและจากการกระจายตลาด โดยพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงระหว่างสองช่วงเวลาและถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไป แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก ในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก 1) การขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกทั้งหมดของตลาดโลก และ/หรือ 2) เป็นผลของการกระจายตัวของตลาด และ/หรือ 3) เป็นผลเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศส่งออกเอง และ/หรือ 4) เป็นผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิด ซึ่งแสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= [G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &+ [\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ \{ [\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)] - [\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0] \} \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

| | | |
|---|---|---------------------------------|
| X | = | มูลค่าการส่งออก |
| i | = | ประเทศส่งออก i (i = ประเทศไทย) |
| j | = | ประเทศนำเข้า j |
| k | = | ชนิดสินค้า |
| 0 | = | ปีฐาน |
| 1 | = | ปีที่กำลังพิจารณาหรือปีปัจจุบัน |

กำหนดให้

$$\begin{aligned} g &= G - 1 \\ &= \left(\frac{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลก} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_k &= G_k - 1 \\ &= \left(\frac{\sum_i \sum_j X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\ &= \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลก ของสินค้า k ในตลาด j} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_{jk}^* &= 1 - G_{jk}^* \\ &= 1 - \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^0}{\sum_i X_{ijk}^1} \right) \\ &= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกในสินค้า k} \\ &\quad \text{ในตลาด j} \end{aligned}$$

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบด้วย ผล 4 ด้าน คือ

1. ผลจากการขยายตัวทางการค้าโดยทั่วไปของโลก (General World Trade Expansion) เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการค้าของโลก ซึ่งวัดโดยการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าแต่ละชนิด ถ้าความต้องการของโลกเพิ่มสูงขึ้น แสดงว่า สามารถส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากตลาดโลกมีความต้องการสินค้าต่างๆ เพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการส่งออกในตลาดโลกคงที่
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) เป็นผลของการส่งออกถูกทิศทางในตลาดต่างๆ ซึ่งสมมติให้มีการขยายตัว นั่นคือการขยายตัวของการส่งออกไปยังประเทศที่กำหนดให้จะเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกันกับการขยายตัว ของการนำเข้าสินค้านั้นๆของประเทศนั้นภายใต้อัตราที่คาดการณ์ไว้ โดยสมมติให้ส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าแต่ละชนิดในตลาดที่กำหนดยังคงเดิม ในขณะที่

เดียวกันภายใต้ผลจากอัตราการขายตัวส่วนแบ่งตลาดของโลกทั้งหมด (ประเทศนำเข้ารวมทุกประเทศ) ดังนั้นความแตกต่างระหว่างผลทั้ง 2 ด้านนี้ จะแสดงถึงการขยายตัวการส่งออกที่อธิบายโดยความแตกต่างของทิศทางการส่งออก หรือการกระจายของตลาดผลนี้จะมีค่าเป็นบวกถ้าประเทศ i ส่งออกสินค้าของตนส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขายตัวสูง และเป็นลบถ้าหากส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขายตัวต่ำ

3. ผลจากการแข่งขัน (Pure share of competitive effect) ผลต่างระหว่างอัตราการขยายการส่งออกจริงกับอัตราการขยายการส่งออกที่เพียงพอ เพื่อให้ประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกไว้เท่าเดิมในแต่ละสินค้าและแต่ละภูมิภาค ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งตลาดในโลกของประเทศที่กล่าวถึงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นสู่ตลาดโลก
4. ผลจากการปรับการส่งออกหรือทิศทาง (Interaction effect) สะท้อนถึงการที่ประเทศผู้ส่งออกใช้ความพยายามขยายการส่งออกในตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว ซึ่งถ้าเป็นทั้งสองกรณีนี้ผลจากการปรับการส่งออกจะทิศทางซึ่งจะมีค่าเป็นลบ ในทางตรงกันข้าม ค่าของผลนี้จะเป็นบวกถ้าประเทศผู้ส่งออกขยายการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว และลดการส่งออกในตลาดที่หดตัว

2.3.2 การประยุกต์ใช้แบบจำลอง CMS มีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก
2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดใดตลาดหนึ่ง จะกำหนดให้มีค่าคงที่ ตราบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลเนื่อง มาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทาน ภายในประเทศผู้ส่งออก ดังกล่าว
3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (Infimite) นั่นคือประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ
4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค

5. ไม่มีการรวมตัวหรือร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

วิธีการ CMS นี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ในส่วนของข้อดีนั้นก็คือ ใช้คำนวณวัดระดับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัว หรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ทำให้ทราบว่าคุณสมบัติของตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยใดบ้าง สำหรับข้อเสียนั้นก็แก่การที่ CMS ไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงใน Trade flow และ Market share ได้ทั้งหมด ข้อจำกัดก็คือผลของการคำนวณขึ้นอยู่กับทางเลือกฐานเวลา และเลือกลำดับของการคำนวณสัดส่วนแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างออกไป อีกทั้งการใช้ระดับราคาเป็นตัววัดการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกนั้นค่อนข้างจะไม่สมบูรณ์อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมาก นอกจากนี้ข้อสมมติที่ว่าส่วนแบ่งในการส่งออกของประเทศต่างๆ ที่นำมาพิจารณาซึ่งสมมติให้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงนั้นในสภาพที่เป็นจริงแล้วโครงสร้างการค้าของโลกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา