

382.63
ป48ป
ร.3

ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน



บทคัดย่อ
ของ
นายประเสริฐ คุร์ไพพัฒน์

22 เม.ย. 2545

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546

h 15331a

ประเสริฐ คุรุพิพัฒน์. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน*.

สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน และเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก ได้แก่ ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้านำเข้าเม็ดพลาสติก ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศ ได้แก่ ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล และปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือจำนวนผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกไปยังประเทศจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป นับจากวันที่ 1 มกราคม 2544 มีจำนวนทั้งหมด 116 รายโดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีมากกว่าสองกลุ่มโดยใช้สูตรค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก พบว่า ด้านขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงกว่าบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง ด้านระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด ด้านจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกจำนวน 5 ประเภท จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด และด้านประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก ลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด

2. ด้านปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนในระดับดี คือด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล ส่วนทางด้านราคาเม็ดพลาสติกในประเทศ ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนในระดับไม่แน่ใจ

3. ด้านปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนในระดับดีคือ ด้านมาตรการทางการค้าของจีน ส่วนทางด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน และด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนในระดับไม่แน่ใจ ส่วนทางด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนในระดับไม่ดี

4. ด้านขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก ด้านระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก ด้านจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และด้านประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก ที่แตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ด้านปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วยมาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีน และความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทางด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่นจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน พบว่า ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีนมีความสำคัญมากที่สุด อันดับที่ 2 คือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองในจีน อันดับที่ 3 คือ ความไม่แน่นอนของลูกค้าเกี่ยวกับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกและความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีน อันดับที่ 4 คือ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในจีนและต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น และอันดับที่ 5 คือ ความเสียหายระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติกและคุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

FACTORS AFFECTING THE TREND OF PLASTIC RESIN EXPORTS TO CHINA

AN ABSTRACT

BY

MR. PRASERT KURPIPAT

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University**

March 2003

Prasert Kurpipat . (2003). *Factors Affecting the Trend of Plastic Resin Exports to China*. Master Project , M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc.Prof. Sirivan Serirat.

This research had aims to study about the factors affecting the trend of the export of plastic Resin of Thailand to China, and to study the personal data of plastic resin exporting companies, namely: the size of plastic resin exporting companies, the period of engagement in the plastic resin exporting business, the number of categories of plastic resin exported and the category of plastic resin importing customers that affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China, and to study about the domestic factors, namely: the price of plastic resin exported, the quality of plastic resin exported, the supply of domestic resin and the granting of aid from public sector organizations, and the exotic factors, namely: the potentials of competitors from other countries, the trade measure of China, the economic situation of China, the demands for plastic resin of customers in China and the fluctuations of the exchange rate that affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China, including to study the recommendations of exporters of plastic resin of Thailand that affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China. The samples used in this research study were a total of 116 exporters of plastic resin of Thailand who exported to China as from the year 2001 onwards, counting from January 1, 2001, whose names were obtained from the Department of Business Economics through cooperation from the Customs Department. The tool used in data collection was a questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, testing of the difference between the mean of more than two sample groups by using F-test, and testing of relations by using the Pearson formula of the coefficient of correlation.

As the research result, it was found that:

1. Regarding the personal data of plastic resin exporting companies, it was found that regarding the size of plastic resin exporting companies, companies having a registered capital greater than or equal to 11 million baht, which were large companies, would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China more than small and medium companies; regarding the period of engagement in the plastic resin exporting business, companies having a period of engagement in the plastic resin exporting business greater than or equal to 11 years would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China most; regarding the number of categories of plastic resin exported, companies exporting plastic resin of Thailand having a number of 5 categories of plastic resin exported would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China most, and regarding the category of plastic resin importing customers, plastic resin importing customers of the category of both agents and plastic injection plants would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China most.

2. The aspect of the domestic factors affecting the trend of the export of plastic resin of Thailand to China at the level of good was the aspect of the granting of aid from public sector organizations, whereas the aspect of the price of domestic plastic resin, the aspect of the quality of plastic resin and the aspect of the quantity of domestic plastic resin would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China at the level of not sure.

3. The aspect of the domestic factors affecting the trend of the export of plastic resin of Thailand at the level of good was the aspect of the trade measures of China; whereas the aspect of the potentials of competitors from foreign countries, the aspect of the economic situation of China and the aspect of the demands for plastic resin of customers in China would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China at the level of not sure, while the aspect of the fluctuations of the exchange rate would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China at the level of not good.

4. The aspect of the size of plastic resin exporting companies, the aspect of the period of engagement in the plastic resin exporting business, the aspect of the number of categories of plastic resin exported and the aspect of the categories of plastic resin importing customers that were different from each other would affect the trend of the export of plastic resin of Thailand to China differently with statistical significance at the level of .01.

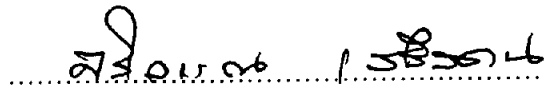
5. The aspect of the domestic factors, consisting of the price of plastic resin exported, the quality of plastic resin exported, the supply of domestic plastic resin and the granting of aid from government sector organizations, would have relations with the trend of the export of plastic resin of Thailand to China with no statistical significance at the level of .05.

6. The aspect of the exotic factors, consisting of the trade measures of China, the economic situation of China and the demands for plastic resin of customers in China, would have relations with the trend of the export of plastic resin of Thailand to China with statistical significance at the level of .01. and the aspect of the fluctuations of the exchange rate would have relations with the trend of the export of plastic resin of Thailand to China with statistical significance at the level of .05. whereas the aspect of the potentials of competitors from other countries would have relations with the trend of the export of plastic resin of Thailand to China with no statistic significance at the level of .05.

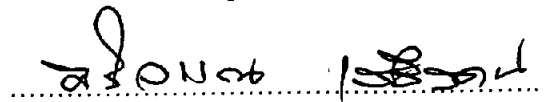
7. Regarding the additional recommendations of plastic resin exporters on the factors affecting the trend of the export of plastic resin of Thailand to China, it was found that the price of plastic resin in China had the greatest importance; the second rank was political security in China; the third rank was the uncertainty of customers concerning the volume of plastic resin use and the dishonesty of customers in China; the fourth rank was communication with customers in China and the rising transport cost, and the fifth rank was damage in the course of the transport of plastic resins and the plastic resin quality failing to meet the requirement of the customers.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

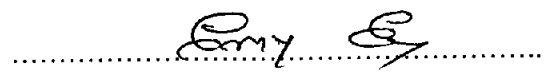

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

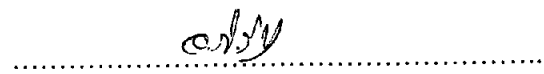
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

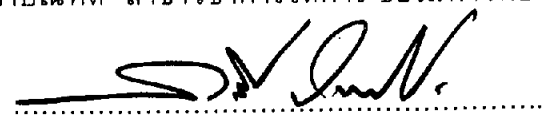
คณะกรรมการสอบ


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์) ประธาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา) กรรมการ


(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำ) กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)
วันที่.....๗.....เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๖

ประกาศขอบคุณการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสามารถของรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการวิจัยอย่างดียิ่งตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อโอภาส – คุณแม่สิริลักษณ์ กุร์พิพัฒน์ และญาติพี่น้อง ตลอดจนเพื่อนๆ MBA การจัดการ รุ่นที่ 2 ทุกคน ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการทำวิจัยมาโดยตลอด และทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นพยายามจนประสบความสำเร็จ

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้บิดา มารดาที่ได้อบรมสั่งสอนปลูกฝังคุณงามความดี และความมานะ อดทน ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ประเสริฐ กุร์พิพัฒน์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
	สมมติฐานในการทำวิจัย.....	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ.....	9
	วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ.....	12
	แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ.....	13
	สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ.....	20
	ความหมายและประเภทของพลาสติก.....	23
	กระบวนการในการผลิตเม็ดพลาสติก	
	และการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมพลาสติก.....	25
	อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทยและการส่งออกไปต่างประเทศ.....	27
	บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออก	
	อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย.....	29
	ข้อมูลทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.....	30
	ผลของการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน.....	32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	
	การกำหนดประชากรที่จะศึกษาและการเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่าง.....	39
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	66
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย.....	66
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	69
การอภิปรายผล.....	74
ข้อเสนอแนะ.....	79
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	80
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	84
ภาคผนวก ก.....	85
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	86
ภาคผนวก ข.....	92
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	93
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	94
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย.....	95
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	102

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ	97
2 มูลค่าการค้า การส่งออกและนำเข้าระหว่างไทยกับจีน	98
3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากไทย.....	99
4 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากตลาดโลก	100
5 ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย.....	101
6 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากไทยในปี 2545.....	102
7 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามขนาด ของบริษัทโดยวัดจากทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์.....	46
8 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามระยะ เวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก.....	46
9 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตาม จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก.....	47
10 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตาม ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก.....	48
11 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยภายในประเทศ.....	49
12 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยภายนอกประเทศ.....	51
13 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปริมาณการส่งออกเม็ด พลาสติกของไทยในจีนในช่วง 2 ไตรมาสแรก และแนวโน้มปริมาณการส่ง ออกเม็ดพลาสติกโดยเปรียบเทียบ 2 ไตรมาสแรก.....	53
14 สรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน.....	53
15 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนตัวของบริษัท ส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของ ไทยไปจีน(จำแนกตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก).....	55
16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ด พลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนก ตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก).....	55
17 การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ด พลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก).....	56
18 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนตัวของบริษัท ส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของ ไทยไปจีน(จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ด พลาสติก).....	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

19	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก).....	57
20	การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก).....	58
21	ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก).....	59
22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก).....	59
23	การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก).....	60
24	ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก).....	61
25	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก).....	62
26	การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก).....	62
27	การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปญี่ปุ่น.....	63
28	การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศ กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปญี่ปุ่น.....	64

บทที่ 1

ภูมิหลัง

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศใหญ่ที่โดดเด่น และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกเป็นอย่างมาก ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง จึงเป็นเรื่องที่นานาชาติให้ความสนใจ รวมทั้งต้องเตรียมป้องกันและติดตามผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้การดำเนินความสัมพันธ์กับจีนทางด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนให้ได้ผลประโยชน์ต่อประเทศตนมากที่สุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544:1)

ความสำเร็จของประเทศจีนดังกล่าว เป็นผลมาจากการใช้มาตรการผลักดันด้านเศรษฐกิจ และการพัฒนาขยายโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยี ดังนั้นการปฏิรูปทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศของจีน นับว่าได้ดำเนินมาถูกทางแล้ว เพราะว่าการที่จีนจะเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจได้นั้น จะต้องมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้มแข็ง มีการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักกฎหมายในการปกครองประเทศ เท่ากับว่าเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนานาชาติในการตัดสินใจเข้ามาทำการค้าและลงทุนในประเทศจีน เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบในด้านจำนวนประชากรที่มีถึงกว่า 1,200 ล้านคน ซึ่งนับเป็นตลาดขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของโลก และมีสภาพแวดล้อมของการลงทุนที่ดี แม้ว่าประเทศจีนจะได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย แต่เศรษฐกิจของจีนยังคงพัฒนาไปอย่างเข้มแข็งและมีเสถียรภาพ และจากการที่จีนพยายามไม่ลดค่าเงินหยวน ได้สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับนานาชาติ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียเป็นไปด้วยความราบรื่น และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน การปฏิรูปเศรษฐกิจและเปิดประเทศไม่เพียงทำให้เศรษฐกิจของจีนขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่จะทำให้เศรษฐกิจของจีนกับเศรษฐกิจของโลกผูกพันกันมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยประเทศจีนได้มีการตั้งเป้าหมายไว้ว่า ภายใน 20 ปีข้างหน้า จีนจะผงาดขึ้นเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจของทวีปเอเชีย แทนที่ประเทศญี่ปุ่นที่กำลังประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอยู่ในขณะนี้

ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับประเทศจีนมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานทั้งในด้านการทูตและด้านเศรษฐกิจการค้า ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งสองได้พัฒนาไปด้วยดีอย่างต่อเนื่อง และใกล้ชิดตลอดมา โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้ความสัมพันธ์ของประเทศไทยและจีนไม่ได้พัฒนาอยู่แต่เฉพาะในระดับทวิภาคี เท่านั้น แต่ได้มีความเห็นพ้องที่จะกระชับความร่วมมือในระดับภูมิภาคและพหุภาคีระหว่างประเทศให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือในกรอบของ ASEAN (Association of South-East Asian Nations) , APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) หรือ WTO (Worldtrade Organizations) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสันติภาพ เสถียรภาพ ความมั่นคง และการพัฒนาทางเศรษฐกิจของภูมิภาคและของโลกโดยรวม (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2544:6)

ปัจจุบันประเทศจีนเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 5 และเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 4 ของไทยในปี พ.ศ. 2544 โดยที่ปริมาณการค้าระหว่างไทยกับจีนเป็นไปในทางที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดมา ซึ่งในปี พ.ศ. 2543 และ 2544 การส่งออกของไทยไปจีนได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คือ 60.52% และ 12.31%(ตาราง 1) ตามลำดับ ยกเว้นในปี พ.ศ. 2542 การส่งออกของไทยไปจีนมีอัตราการขยายตัวที่ลดลง 3.12% เป็นผลมาจากวิกฤติเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียและในประเทศไทย โดยทั้งนี้ประเทศไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้กับประเทศจีนมาโดยตลอด (ตาราง 2) และเมื่อพิจารณาถึงสินค้าส่งออก

ออก 10 อันดับแรกของไทยที่ส่งไปประเทศจีนจะพบว่า สินค้าประเภทเม็ดพลาสติก มีปริมาณการส่งออกในอันดับที่ 3 จากสินค้าส่งออกทั้งหมดของไทยไปจีน โดยมีมูลค่าการส่งออก 504.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2544 (ตาราง 3) และจาก(ตาราง 4) จะเห็นว่า สินค้าประเภทเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นสินค้าที่สำคัญ อันดับที่ 4 ที่จีนนำเข้าจากตลาดโลกในปี พ.ศ.2544 ซึ่งความต้องการเม็ดพลาสติกในจีนนั้นมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจาก การขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง และเม็ดพลาสติกก็เป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิตสินค้าหรือเป็นชิ้นส่วนประกอบในตัวสินค้าเกือบทุกประเภท ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ส่งออกของไทยในการพัฒนาคุณภาพของเม็ดพลาสติก เพื่อที่จะสามารถขยายตลาดในประเทศจีนได้มากยิ่งขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งต่างชาติได้ เช่น ไต้หวัน , ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ปัญหาที่สำคัญของผู้ส่งออกของไทย คือ การขาดข้อมูลที่เพียงพอในการขยายตลาดและความไม่ชัดเจนของนโยบายทางการค้าของจีน

และเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2544 ประเทศจีนได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก(WTO) อย่างเป็นทางการโดยสมบูรณ์ ซึ่งหลังจากการเจรจารอบอุรุกวัยในปี พ.ศ. 2529-2536 และมีการจัดตั้งองค์การการค้าโลก(WTO) ขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2538 ได้เป็นแรงผลักดันให้ประเทศจีนพยายามเข้าเป็นสมาชิกของ WTO โดยเร็ว เพื่อเข้าไปมีบทบาทในเวทีการค้าโลก ในขณะเดียวกัน จีนต้องเร่งปรับกฎระเบียบการค้าภายในประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับระบบการค้าพหุภาคี ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการเตรียมความพร้อมของจีนที่จะทำให้การรวมระบบเศรษฐกิจของจีนกับฮ่องกงและไต้หวัน ให้เป็นหนึ่งเดียวตามความมุ่งมั่นของจีนให้บรรลุผลได้เร็วยิ่งขึ้นอีกด้วย (สายตรงตลาดต่างประเทศ. 2544:1)

ซึ่งเมื่อประเทศจีนได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO โดยสมบูรณ์แล้ว จีนจะได้รับการปฏิบัติในเรื่องกฎระเบียบและมาตรการทางเศรษฐกิจการค้าอย่างทัดเทียมให้หมู่ประเทศสมาชิก WTO ด้วยกัน และในขณะเดียวกันข้อผูกพันของจีนกับ WTO จะทำให้จีนต้องเปิดตลาดในประเทศให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้มีการแข่งขันในตลาดอย่างเข้มข้นและรุนแรง (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2544:5) นอกจากนี้ การแก้ไขกฎระเบียบด้านเศรษฐกิจการค้าให้สอดคล้องกับ กฎระเบียบข้อบังคับของ WTO จะช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจในประเทศจีนและเป็นการดึงดูดทางการค้า การส่งออกและนำเข้า รวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศ ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศจีนด้วย ดังนั้นจากโอกาสที่เปิดกว้างมากขึ้นในประเทศจีน หลังจากที่ยุคจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว จะเป็นผลดีต่อผู้ส่งออกของไทยในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ จนถึงขนาดเล็ก ในเรื่องของกำแพงภาษีนำเข้าสินค้าของจีนที่มีอัตราที่สูง ซึ่งจีนจะต้องมีการปรับลดอัตราภาษีลงให้อยู่ภายใต้เงื่อนไขของ WTO รวมถึงการปฏิบัติกับประเทศคู่ค้าที่เป็นธรรมและด้วยความโปร่งใสทางด้านกฎระเบียบทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำการค้าและการลงทุนระหว่างกัน ทั้งที่เป็นโอกาสของฝ่ายจีนเองและของประเทศสมาชิก WTO อื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน ภายหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกของ WTO แล้ว โดยจะมีการออกแบบแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกที่ทำธุรกิจส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งเสริมและปัญหาของผู้ส่งออกที่เป็นอุปสรรคต่อปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีน หลังจากจีนเป็นสมาชิก WTO ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ส่งออกของไทยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในจีน ที่มีปริมาณความต้องการเม็ดพลาสติกที่สูงมากเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะช่วยให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ผู้ส่งออกรายใหม่ และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ตลอดจนประชาชนที่สนใจ ได้ทราบถึง

1. โอกาสและอุปสรรคในการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
2. ความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรการทางการค้าในจีน
3. เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้ส่งออก ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากว่า ประเทศจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มาก และมีกำลังซื้อมหาศาล
4. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ส่งออกที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพของเม็ดพลาสติก และช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกไปยังประเทศจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป นับจากวันที่ 1 มกราคม 2544 มีจำนวนทั้งหมด 116 รายโดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

คือ จำนวนประชากรในการวิจัยทั้งหมด (เนื่องจากว่าจำนวนประชากรผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนมีจำนวนน้อย)

3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก

3.1.1.1 ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก

3.1.1.2 ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก

3.1.1.3 จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

3.1.1.4 ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก

3.1.2 ปัจจัยภายในประเทศ

3.1.2.1 ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

1.1.2.2 คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

1.1.2.3 ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ

1.1.2.4 การให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล

3.1.3 ปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.3.1 ศักยภาพของกลุ่มแข่งขันจากประเทศอื่น

3.1.3.2 มาตรการทางการค้าของประเทศจีน

3.1.3.2 สภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีน

3.1.3.3 ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน

3.1.3.4 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.2 ตัวแปรตาม

แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง โดยกระทำได้ทั้งทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศซึ่งในที่นี้หมายถึงการส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังประเทศจีน

2. ประเทศจีน หมายถึง ประเทศที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศไทย มีประชากรทั้งสิ้น 1,295.33 ล้านคน(2543) มีพื้นที่ทั้งหมด 9,596,960 ตารางกิโลเมตร มีระบบการปกครองแบบสังคมนิยมโดยมีพรรคคอมมิวนิสต์เป็นสถาบันทางการเมืองที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ มีเขตการปกครอง ซึ่งจะแบ่งเป็น 22 มณฑล 5 เขตปกครองตนเอง 4 มหานคร และ 2 เขตการปกครองพิเศษ มีเมืองหลวงคือ เมืองปักกิ่ง (Beijing) โดยใช้ภาษาจีนกลาง(Mandarin) เป็นภาษาราชการ

3. ผู้ส่งออก หมายถึง นักธุรกิจหรือบริษัทที่มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งในที่นี้ผู้ส่งออก หมายถึง บริษัทของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังประเทศจีน โดยในการศึกษานี้จะจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามเจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัทหรือเจ้าของกิจการ

4. แนวโน้มการส่งออก หมายถึง ทิศทางของปริมาณการส่งออกสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่างๆ เช่น ราคา , คุณภาพ เป็นต้น

5. ความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกนึกคิดของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย โดยอาศัย ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับการส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา

6. เม็ดพลาสติก หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์โดยอาศัยการแปรรูปพลาสติกโดยการหลอมพลาสติก เพื่อให้ได้ชิ้นงานตามที่ต้องการ

7. ประเภทของเม็ดพลาสติก หมายถึง ลักษณะที่แตกต่างกันของเม็ดพลาสติก โดยพิจารณาจากพอลิเมอร์ตามการประยุกต์ใช้งาน ซึ่งจะแบ่งเป็น 3 ชนิดคือ พอลิเมอร์ใช้งานในปริมาณสูง , พอลิเมอร์ที่ใช้ในงานวิศวกรรม , พอลิเมอร์ที่ใช้ในงานสมรรถนะสูง

8. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออก หมายถึง ข้อมูลบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่ทำการส่งออกเม็ดพลาสติกไปประเทศจีน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนในที่นี้จะประกอบด้วย

1. ขนาดของบริษัท
2. ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก
3. จำนวนประเภทเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
4. ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก

9. ปัจจัยภายในประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายในประเทศไทยเท่านั้น จะประกอบด้วย

1. ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
2. คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
3. ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ
4. การให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล

10. ปัจจัยภายนอกประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเกิดขึ้นในประเทศจีนเท่านั้น จะประกอบด้วย

1. ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น
2. มาตรการทางการค้าของประเทศจีน
3. สภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีน
4. ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน
5. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

สมมติฐานในการทำวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกัน (ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก) ส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกัน
2. ปัจจัยภายในประเทศ (ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
3. ปัจจัยภายนอกประเทศ (ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ
2. วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ
3. แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
4. สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ
5. ความหมายและประเภทของพลาสติก
6. กระบวนการในการผลิตเม็ดพลาสติกและการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมพลาสติก
7. อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทยและการส่งออกไปต่างประเทศ
8. บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย
9. ข้อมูลทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
10. ผลของการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

เป็นที่ทราบกันดีว่าในปัจจุบันนี้ การจัดการทางด้านธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการด้านธุรกิจระหว่างประเทศ อันเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคมได้เชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารทั่วโลกเข้าด้วยกันทำให้การแพร่กระจายข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง ดังนั้นการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศจึงมีการขยายขอบเขตกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งด้านการแสวงหาแหล่งทรัพยากร การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ในขั้นตอนของกระบวนการผลิต รวมถึงการเพิ่มยอดขายให้แก่องค์กร สำหรับประเทศไทยนั้น ยังคงต้องพึ่งพาการส่งออก และการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ และจากสภาวะทางการค้าแบบเสรีภายใต้กฎระเบียบและข้อบังคับของ WTO ส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงและมากขึ้นเรื่อยๆ ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการจัดการระหว่างประเทศให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและกฎระเบียบของแต่ละประเทศ เพื่อความอยู่รอดภายใต้รูปแบบของการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

ความหมายของคำว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความและสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2543:58) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมขององค์การที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่าหนึ่งประเทศโดยเป็นบริษัทซึ่งผูกมัดกับการค้าระหว่างประเทศหรือการลงทุนข้ามเขตแดนหรือข้ามประเทศ

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง(2543:13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการดำเนินธุรกรรมทุกประเภททั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2543:1) ได้ให้ความหมายว่า เป็นธุรกิจต่างๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาลซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่างๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ

บัญญัติ จุลนาพันธุ์(2527:7) ให้ความหมายว่า เป็นการทำหน้าที่ทางการตลาดข้ามเขตไปยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งไม่จำเป็นต้องให้สินค้าย้ายข้ามเขตจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเสมอไป

บอล(ศิริพร ปัญญาบาล, 2535:1;อ้างอิงจาก Ball.n.d.) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นธุรกิจซึ่งมีกิจกรรมเกี่ยวพันกับการข้ามพรมแดนของชาติ และมีได้ประกอบขึ้นเฉพาะการค้าและการผลิตระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านอุตสาหกรรม เช่น การขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การก่อสร้าง การค้าปลีก การค้าส่ง และการติดต่อสื่อสาร

ดังนั้นจะกล่าวโดยสรุปว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ จะหมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดยที่จะเป็นการทำการตลาดข้ามเขตแดนซึ่งจะมุ่งหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไรในการดำเนินกิจกรรมก็ได้

วิธีการของการดำเนินการทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) โดยจะต้องพิจารณารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สินค้าส่งออก (Merchandise Exports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่ส่งออกจากประเทศใดประเทศหนึ่ง
2. สินค้านำเข้า (Merchandise Imports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่นำเข้าจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

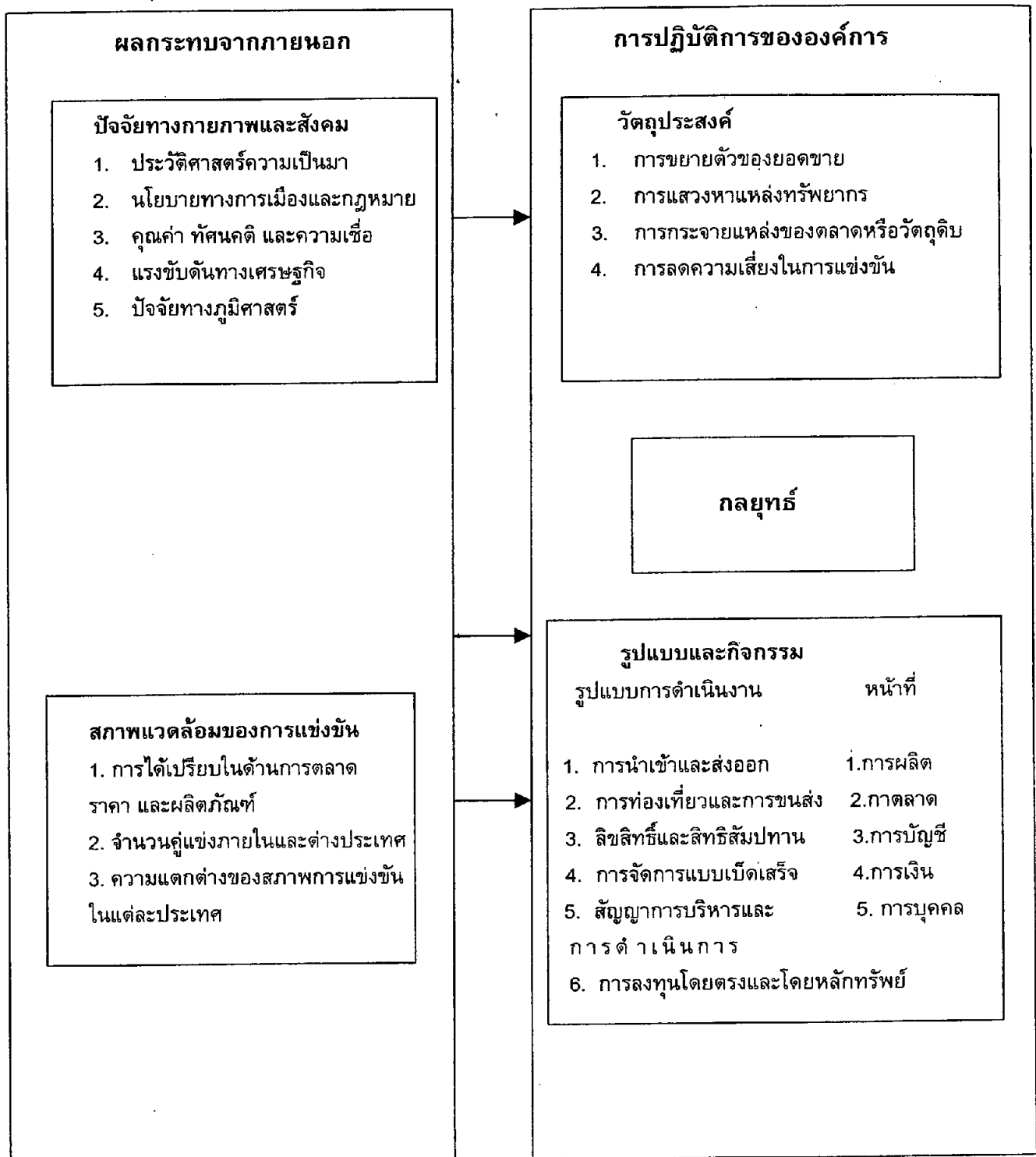
ดังนั้น สินค้าที่ส่งออกและนำเข้านั้นเป็นสินค้าที่เป็นสิ่งของที่ผลิตขึ้น โดยเป็นสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ (Visible) ไม่ใช่บริการ จึงเรียกว่า สินค้า

ความจำเป็นที่ต้องมีการนำเข้าและการส่งออกในแต่ละประเทศ คือ

1. แต่ละประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรที่แตกต่างกันและมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Speacialization) แตกต่างกัน ทำให้ความสามารถในการผลิตสินค้าแตกต่างกันจึงทำให้มีการนำเข้าและการส่งออกซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตนขาดแคลนและมีความต้องการ
2. การสั่งซื้อสินค้าบางอย่างจากต่างประเทศ (นำเข้า) อาจมีราคาถูกกว่าที่จะผลิตขึ้นเองภายในประเทศ
3. การส่งออกสินค้าต่างๆ เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถระบายสินค้าคงเหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน
4. การนำเข้าและการส่งออก มีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและรัฐเองก็มีรายได้สูงขึ้นในรูปแบบต่างๆ ที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการ
5. แต่ละประเทศจะได้ประโยชน์ จากหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และเป็นภาสร้างความสัมพันธ์เข้าใจ อันดีระหว่างประเทศคู่ค้า
6. ประเทศต่างๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าทุกชนิดตามที่ตนต้องการใช้เองภายในประเทศได้
7. ประเทศต่างๆ มีความต้องการภายในประเทศเกินกว่าความสามารถในการผลิตจึงต้องมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

ดังนั้นจะสามารถสรุปได้ว่า การส่งออก หมายถึง การขนส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศที่ทำการผลิตซึ่งเป็นผู้ผลิตส่งออกไปจำหน่ายยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งเป็นผู้บริโภค

ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้ (Daniels and Radebaugh, 1998:10)



วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ

ในการดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศนั้น องค์การจำเป็นต้องทราบถึงภาพรวมของธุรกิจระหว่างประเทศให้ครอบคลุมธุรกิจส่วนใหญ่ของโลก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม เพราะต่างก็มีผลกระทบต่อสถานการณ์และการแข่งขันในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อ และการจัดจำหน่ายระดับโลก ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้องค์กรต่างๆ มีความสนใจที่จะดำเนินกิจการทางการค้าระหว่างประเทศ มีดังนี้

(Daniels and Radebaugh. 2001:4)

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย (Expand Sales) ด้วยเหตุที่ว่า ความต้องการและจำนวนของผู้บริโภคทั่วโลกมีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเดียว ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและมีกำไรสูงขึ้น โดยสามารถกำหนดตลาดที่ชัดเจน ในลักษณะของธุรกิจระหว่างประเทศได้
2. การแสวงหาแหล่งทรัพยากร (Acquire Resources) ผู้ประกอบกิจการระหว่างประเทศ จะต้องแสวงหาสินค้า บริการ และส่วนประกอบในการผลิต หรือวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ ตลอดจนมองหาแหล่งเงินทุน เทคโนโลยี ข้อมูลจากต่างประเทศที่สำคัญ และรายละเอียดต่างๆ เพื่อจะใช้ในกิจการของประเทศตนเองและเพื่อลดค่าใช้จ่าย ทำให้บริษัทได้รับผลกำไรมากขึ้นจากต้นทุนที่ถูกลง
3. กระจายแหล่งขายและปัจจัยการผลิต (Diversify Sources of Sales and Supplies) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้อยอดขายและกำไรเปลี่ยนแปลงไป บริษัทควรจัดหาตลาดและแหล่งปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เพื่อที่จะทำให้บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของราคาของสินค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศใดประเทศหนึ่ง
4. ลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด (Minimize Competitive Risk) บริษัทจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินการ ในต่างประเทศ เพื่อที่จะปกป้องตนเองในตลาดภายในประเทศ โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาบริษัทเพื่อลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด

ไซเนียร์ อีแอล(Kahal. 1994:65) ได้กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจในการก้าวสู่การค้าระหว่างประเทศคือ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าทางการค้า
2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร
3. การลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด
4. การแบ่งงานกันทำ
5. ผู้บริโภคได้ราคาที่ต่ำลง

พืที เอลป์ (Worth and Leith. 1984 : 77) ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าระหว่างประเทศ คือ เป็นการสนับสนุนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งเป็นการจัดแบ่งให้เกิดโอกาสสำหรับแต่ละประเทศที่จะนำเข้าสินค้าและแลกเปลี่ยนกับการส่งออกสินค้าที่ตนผลิตได้ราคาถูกลง ซึ่งทำให้ประเทศมีการประหยัดจากการใช้ทรัพยากรส่งผลให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากกว่าที่จะมีการผลิตสินค้าทั้งหมดด้วยตนเอง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นได้ อันเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้คือ

1. การขยายตัวของเทคโนโลยี(Expansion of Technology) เทคโนโลยีมีอิทธิพลมหาศาลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ เมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นมีผลทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารให้รวดเร็วยิ่งขึ้น
2. เสรีภาพแบบข้ามพรมแดน (Liberalization of Cross-border Movements) สามารถมีส่วนช่วยให้องค์การดำเนินการทางการค้าระหว่างประเทศได้สะดวกขึ้น เช่น การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และทรัพยากร ทำให้องค์การมีข้อได้เปรียบจากธุรกิจระหว่างประเทศ
3. การพัฒนาบริการที่ให้การสนับสนุนต่างๆ (Development of Supporting Services) การพัฒนาเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ได้เกิดจากการขยายตัวทางเทคโนโลยีเพียงปัจจัยเดียว แต่เป็นผลมาจากการพัฒนาความร่วมมือทั้งจากสถาบันของรัฐบาลและเอกชน ที่ช่วยให้การค้าระหว่างประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลคุ้มค่า
4. การเพิ่มการแข่งขันทางการค้าระดับโลก(Increase in Global Competition) ความกดดันจากการเพิ่มจำนวนของการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ทำให้เกิดแรงจูงใจให้บริษัทขยายธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว สามารถทำได้ง่ายขึ้น เพราะมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และระบบราชการ

แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

1. ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Micheal E. Porter ซึ่งมีการเรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดย สุรัช รัตนกิจตระกูล มีแนวความคิดว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้นขึ้นกับปัจจัยต่างๆ หลายชนิดทั้งปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่มีไม่ราคา ซึ่งการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะพิจารณาแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้เปรียบเชิงแข่งขัน 4 ตัว คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (ภาพประกอบ 1)

1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition)

ตามแนวคิดนี้ จะเห็นว่าปัจจัยการผลิตต่างๆ มีได้เหมือนกันหมด แต่ละปัจจัยการผลิตก็มีด้วยกันหลายชนิด เช่น ปัจจัยด้านแรงงานก็อาจจะมีระดับต่างกันออกไปโดยประเทศจะมีความได้เปรียบในตัวสินค้าใดนั้น จะต้องพิจารณาหลายๆ ประเด็นเช่น ทรัพยากรธรรมชาติ(Natural Resource) ในประเทศว่าเป็นอย่างไร เช่น ถ้าประเทศมีน้ำมันดิบมากก็สามารถที่จะส่งออกน้ำมันดิบได้ ระดับการศึกษาของประเทศ ว่าประเทศมีระดับการศึกษาหรือทักษะของแรงงาน (Education & Skill Levels) อย่างไร และต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ว่ามีความอุดมสมบูรณ์และมีราคาของปัจจัยการผลิต

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตมี 2 แบบ คือ แบบปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง และแบบปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะ

1. ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน จะประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานไร้ทักษะ(Unskill Labor) ปัจจัยพื้นฐานหลายชนิดสามารถถูกทดแทนด้วย ปัจจัยอื่นภายในประเทศ หรือปัจจัยอื่นๆ ในต่างประเทศ

1.2 ปัจจัยขั้นสูง จะประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมสมัยใหม่ แรงงานมีทักษะ(Skill Labor) และปัจจัยขั้นสูงนี้ มีความสำคัญมากต่อการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

2. ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

2.1 ปัจจัยทั่วไป จะประกอบด้วย ระบบถนน แหล่งเงินทุน แรงงานในสาขาทั่วไป ปัจจัยทั่วไปจะเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบในการแข่งขันขั้นต่ำ

2.2 ปัจจัยเฉพาะทาง จะประกอบด้วย บุคลากรที่ได้รับการศึกษามาเฉพาะทาง เช่น วิศวกร แพทย์ นักวิทยาศาสตร์ ปัจจัยเฉพาะทางจะก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไปหากประเทศมีปัจจัยการผลิตพร้อมอุดมสมบูรณ์ ก็จะมีแนวโน้มว่าจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตนั้น

1.2 สถานภาพทางอุปสงค์ (Demand Condition)

ในด้านของอุปสงค์นั้นสิ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน จะประกอบด้วย

1.2.1 ขนาดของตลาด (Size of Market) ถ้าขนาดตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ก็แสดงว่า มีตลาดภายในประเทศที่สามารถรองรับการผลิตได้ การผลิตมีการประหยัดจากการขยายขนาด (Economy of Scale) ได้มากขึ้น ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าขายในประเทศจนเกิดความชำนาญในการผลิต มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทำให้การผลิตในประเทศมีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

1.2.2 ผู้ซื้อที่จริงจัง หากผู้บริโภคมีความละเอียดในการเลือกซื้อสินค้า จะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงคุณภาพ ลักษณะของสินค้าภายในประเทศว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไร ประเทศใดมีผู้บริโภคไม่ละเอียด มีรสนิยมที่ราบเรียบ ประเทศนั้นก็มีความชำนาญในการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ ถึงปานกลาง หรือกล่าวได้ว่าประเทศใดมีความสลับซับซ้อนของผู้บริโภคในระดับใดทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบในตัวสินค้าในระดับนั้น

1.2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น จะทำให้มีโอกาสที่ผู้ซื้อในประเทศ รู้จริงกว่าผู้ซื้อในประเทศอื่นที่มีอุปสงค์เกิดขึ้นภายหลัง ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ของประเทศใดมีความล่าช้าก็จะทำให้ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบในด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

1.2.4 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดอาจมีหลายส่วน บางส่วนคล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก บริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาด ส่วนที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้น สูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันในประเทศอื่น

1.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การผลิตสินค้าชนิดใด หากในประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่แข็งแกร่งมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ประเทศสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุน

การผลิตต่ำ มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่จะนำมาซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุน จะประกอบด้วย

- 1.3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพจะทำให้มีโอกาสที่จะเข้าถึงที่ดีกว่าประเทศอื่น ซึ่งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันให้ถึงประเทศ
- 1.3.2 ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร
- 1.3.3 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ทำให้เกิดมุมมองและเทคโนโลยีใหม่ๆ การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ปัญหา แลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่างๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรือใช้บางกิจกรรมในโซ่คุณค่าร่วมกัน หรืออุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีสินค้าที่เสริมกัน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์กับซอฟต์แวร์ กิจกรรมที่ใช้ร่วมกันอาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยี การตลาด การผลิต การจัดจำหน่าย เป็นต้น ประเทศหนึ่งจะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้าประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมนั้น

1.4 กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท(Company Strategy Structure and Rivaluy)

ภาวะการแข่งขันในประเทศหรือจำนวนผู้ผลิตภายในประเทศ หากตลาดมีผู้ขายมากรายก็就会有การแข่งขันในสินค้านั้นๆ มีมาก ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงให้การผลิตของตนมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีสินค้าที่มีคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งถ้ามีกลยุทธ์ในการผลิตที่ดี ก็จะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกไปแข่งขันในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์การการผลิตว่า อุตสาหกรรมใดเหมาะกับองค์กรชนิดใดระหว่างภาคเอกชนหรือภาครัฐบาล การที่มีองค์กรที่เหมาะสมนั้นจะช่วยให้การผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะช่วยให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นๆ ของประเทศแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

นอกจากทั้ง 4 กลุ่มปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกอีก 2 ปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ

1. รัฐบาล

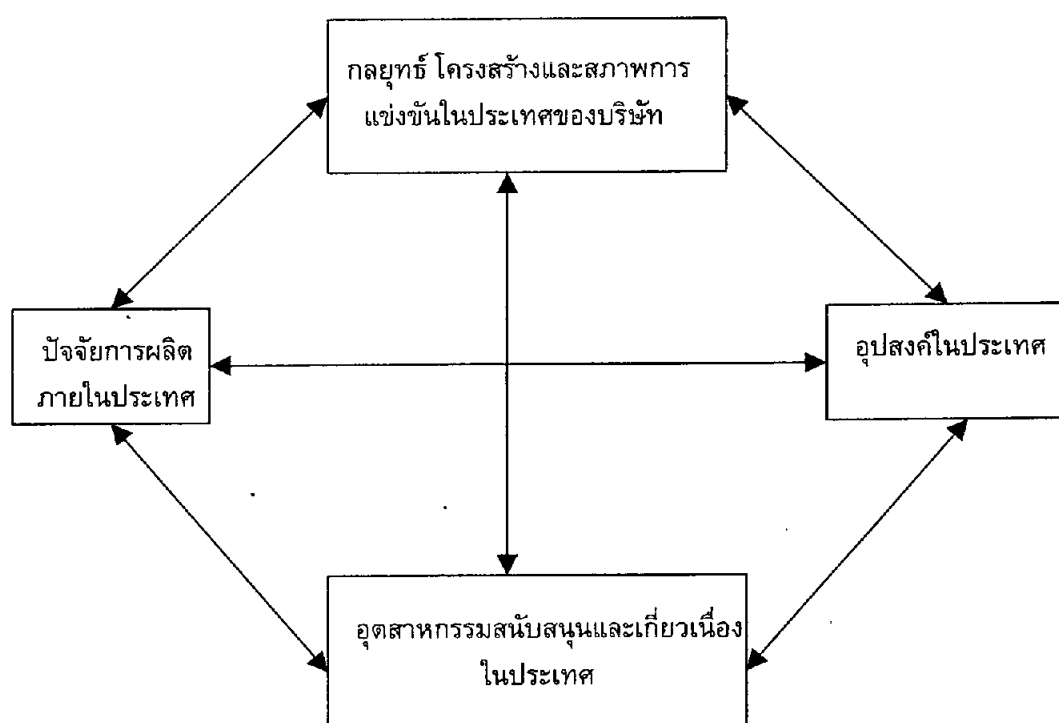
ภาครัฐบาลถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอย่างยิ่ง หากรัฐบาลให้การส่งเสริม เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การลดภาษีวัตถุดิบ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนที่ต่ำลง หากรัฐบาลดำเนินนโยบายที่ผิดพลาด ก็จะทำให้ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศลดลง อุตสาหกรรมก็ไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

2. เหตุสุตวิสัย

เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรม

ไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงตลาดเงินของโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่น ๆ และสงคราม เหตุสุดวิสัยจะเป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรม เหตุสุดวิสัยอาจลงข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม เกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่น สามารถเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ ขณะเดียวกัน ประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน และทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เมื่อมีการผสมผสานกัน เพื่อประกอบการพิจารณา ถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

ดังนั้นทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เป็นทฤษฎีที่มีมุมมองกว้างขึ้น ซึ่งไม่ได้พิจารณาเฉพาะต้นทุน หรือปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่มีการพิจารณาถึงสถานะของอุปสงค์ การแข่งขัน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง บทบาทของภาครัฐ รวมถึงเหตุสุดวิสัยด้วย



ภาพประกอบ 1 ตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ

ที่มา : สุรัชย์ ลิขนะไพบูลย์.(2539). การส่งออกหนึ่งพอกสำเร็จรูปของประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.ถ่ายเอกสาร.

2. ทฤษฎีอุปสงค์ (วันรักษ์.2534)

อุปสงค์(Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ราคาส่งๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งความต้องการในนี้จะต้องมีอำนาจซื้อ (Ability to Pay) อยู่ด้วย โดยที่กฎของอุปสงค์กล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น” กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นอุปสงค์จะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลงอุปสงค์ก็จะเพิ่มขึ้น

การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเมื่อราคาสินค้าลดลง และซื้อสินค้าลดลงเมื่อราคาเพิ่มขึ้น หรือที่เรียกว่า “ผลของราคา” (Price Effect) เนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการคือ

1. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณค่าชนิดนั้นมีราคาถูกเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าชนิดอื่นๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดอื่นลง แล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มแทนการบริโภคสินค้าชนิดอื่น ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณค่าชนิดนั้นมีราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่นๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลง แล้วไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ แทน จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาเปรียบเทียบ(Relative Price) ของสินค้าว่า “ผลของการใช้แทนกัน” (Substitution Effect)

2. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกเหมือนว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเท่าเดิม แต่มีอำนาจซื้อมากขึ้น ดังนั้น จึงซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเหมือนว่ามีรายได้ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากว่ารายได้จำนวนเดิมจะซื้อสินค้าได้น้อยลง ดังนั้นจึงซื้อสินค้าลดลง จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในอำนาจซื้อของเงินรายได้ว่า “ผลของรายได้” (Income Effect)

ดังนั้นผลของราคาที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคปรับปริมาณการซื้อสินค้า เมื่อราคาสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไปจะเป็นผลรวมของการใช้แทนกันและผลของรายได้ นั่นเอง

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค(Quantity Demand) ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ซึ่งเรียกว่า ตัวกำหนดอุปสงค์(Demand Determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยปัจจัยนี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณการซื้อจะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณการซื้อจะเพิ่มขึ้น

2. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อโดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันเพิ่มขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเพิ่มขึ้น และถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันลดลงปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นก็จะลดลง

3. จำนวนผู้บริโภคในตลาด โดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้ามีจำนวนประชากรมากปริมาณความต้องการซื้อจะมากขึ้นและถ้าจำนวนประชากรลดลง ปริมาณความต้องการซื้อจะลดลงเช่นกัน

3. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์-โอห์ลีน(HECKSCHER – OHLIN THEORY)

เป็นทฤษฎีตามแนวความคิดของ HECKSCHER และ OHLIN ซึ่งพอสรุปได้ว่า “ความแตกต่างในต้นทุนการผลิตได้เปรียบเทียบกับผลมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตด้วยสัดส่วนที่แตกต่างกันในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด” จากข้อความดังกล่าวจึงบอกได้ว่าการค้าเกิดขึ้นจาก

1. ประเทศต่างๆ มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยการผลิต(Factor Endowment) ที่แตกต่างกัน
2. การผลิตสินค้าแต่ละชนิดต้องการปัจจัยต่างๆ เป็นสัดส่วนต่างกันในการผลิต (Different Factor Intensity) ดังนั้นแต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าซึ่งผลิตขึ้นมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีความอุดมสมบูรณ์มากกว่าการใช้ปัจจัยชนิดอื่นที่ตนมีไม่สมบูรณ์เท่าและจะนำเข้าสินค้าที่ได้จากการผลิตด้วยปัจจัยการผลิตที่ซึ่งตนเองมีปัจจัยชนิดนั้นในปริมาณน้อยหรือไม่มีเลย

4. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์(The Product Life Cycle)

ทฤษฎีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เป็นทฤษฎีใหม่ซึ่งเกิดขึ้นมาประมาณปลายปี ค.ศ. 1960 ซึ่งได้อธิบายถึงการตลาดระหว่างประเทศและรูปแบบการลงทุนที่มีขั้นตอนตามชีวิตของผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ PRODUCT LIFE CYCLE MODEL ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นและนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ประเทศผู้ผลิตคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดภายในประเทศโดยจำหน่ายเข้าสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มรายได้สูงและต่อมาจะถูกส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศในขั้นตอนนี้ประเทศผู้ผลิตคิดค้นอยู่ในตำแหน่งผู้นำตลาดกล่าวคือ เป็นประเทศเดียวเท่านั้นที่สามารถผลิตสินค้าประเภทนี้ได้ตลาดส่วนใหญ่จึงอยู่ในประเทศ สำหรับตลาดต่างประเทศถ้าหากลูกค้ามีความต้องการก็จะได้รับผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการโดยการสั่งเข้าจากประเทศผู้ผลิตเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ประเทศที่พัฒนาแล้วลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์เดียวกัน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์เจริญเติบโต เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางในประเทศต่างๆ ทั่วโลกธุรกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว เริ่มที่จะลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันโดยที่เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเริ่มแพร่หลายและสามารถที่จะถ่ายทอดไปได้อย่างสะดวกจากประเทศผู้ผลิตคิดค้นซึ่งต่อมาผู้ผลิตจากประเทศต่างๆ ที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปนั้นสามารถแข่งขันเอาชนะประเทศผู้ผลิตคิดค้นที่ได้ส่งออกสินค้ามายังประเทศของตน ทั้งนี้เพราะค่าแรงที่ถูกกว่าและค่าขนส่งที่ประหยัด

ขั้นตอนที่ 3 ประเทศที่พัฒนาแล้วแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดโลกที่สามในขั้นตอนนี้ผู้ผลิตต่างประเทศเริ่มที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดของประเทศในโลที่สาม(คือประเทศที่กำลังพัฒนาหรือประเทศที่ด้อยการพัฒนา) ซึ่งเคยเป็นตลาดของประเทศผู้ผลิตคิดค้นมาก่อน ส่งผลให้ยอดขายการส่งออกของประเทศผู้ผลิตคิดค้นลดลงในระหว่างขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 3 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นเริ่มที่จะมองหาทางลงทุนโดยตรงในตลาดต่างประเทศ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำทางตลาด

ขั้นตอนที่ 4 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ตนคิดค้น ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตต่างประเทศมีความแข็งแกร่งในประเทศของตนเองและในตลาดส่งออกซึ่งผู้ผลิตต่างประเทศสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในการผลิตจำนวนมาก เกิดความประหยัดจากขนาด(Economies Of Scale) และเริ่มขยายตลาดเข้าสู่ตลาดในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นจนสามารถแข่งขันในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ในการส่งออก

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยทั่วไปจะอธิบายในเชิงเศรษฐศาสตร์และจะเน้นด้านโครงสร้างเป็นสำคัญซึ่งมักจะเป็นปัจจัยทางด้านมหภาค แต่ทฤษฎีที่จะกล่าวถึงเป็นเรื่องของพฤติกรรมในระดับจุลภาค ซึ่งอยู่ในระดับของการตัดสินใจของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ ว่าการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศนั้นจะสามารถก่อให้เกิดผลกระทบอะไรต่อกิจการได้บ้าง แนวความคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงมูลเหตุจูงใจในการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการคือ

1. เกิดจากแรงผลักดันของตลาดภายในประเทศที่เริ่มมีปัญหา เช่น ตลาดอิ่มตัว การแข่งขันสูง กำลังการผลิตใช้ไม่ได้เต็มที่ มีผลผลิตเหลือ เป็นต้น การเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจึงเป็นทางออกของการแก้ไขปัญหา
2. เกิดจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น ถ้าหากกิจการก้าวเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ นั้นหมายถึงยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกิดจากแรงกระตุ้นของรัฐบาลการเห็นตัวอย่างผู้ประกอบการรายอื่น หรือ การเดินทางดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

6. ทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage)

เป็นทฤษฎีที่ตั้งขึ้นโดยนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก ชื่อ อדם สมิท ซึ่งเชื่อว่าประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีความเชี่ยวชาญและส่งออกสินค้าที่ผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า(ต้นทุนต่ำกว่า) เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตนเองต้องการ Adam Smith ได้พัฒนาทฤษฎีการค้าได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ โดยเชื่อว่าแต่ละประเทศจะผลิตเฉพาะสินค้าและบริการที่ตนมีความได้เปรียบกว่าประเทศต่างๆ โดยที่ประสิทธิภาพการผลิตของโลกจะเพิ่มขึ้นด้วยระบบการค้าเสรี จากทฤษฎีดังกล่าวเขาเชื่อว่า ประชาชนในประเทศจะซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศ เมื่อสินค้าที่ผลิตในประเทศมีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ

Smith ได้ชี้ให้เห็นว่า ถ้าหากการค้าของโลกไม่มีข้อจำกัด แต่ละประเทศจะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ในการใช้ทรัพยากรของแต่ละประเทศ ควรจะมีทิศทางการประกอบอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความชำนาญ ซึ่งในการสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน(Specialization) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเนื่องจากเหตุผล 3 ประการคือ

1. ความชำนาญเฉพาะด้านของแรงงาน ซึ่งเกิดจากการทำงานแบบเดียวกันซ้ำๆ
2. แรงงานจะไม่เสียเวลาในการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าประเภทหนึ่งไปผลิตสินค้าประเภทอื่น
3. การผลิตในระยะยาวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

7. ทฤษฎีความได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

ทฤษฎีนี้เขียนขึ้นโดย David Ricardo ในปี ค.ศ. 1819 เป็นหนังสือชื่อ On the Principles of Political Economy and Taxation โดยใช้พื้นฐานแนวคิดของ Adam Smith มาพัฒนาต่อเนื่องออกไปว่า ถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรจะผลิตสินค้าที่ตน

ผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แล้วซื้อสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น ทฤษฎี Comparative Advantage จะมีประสิทธิผลเต็มที่ภายใต้ข้อสมมติฐานของการใช้ความชำนาญเฉพาะดังต่อไปนี้

1. การว่าจ้างแรงงานเต็มที่ไม่มีว่างงาน ซึ่งแสดงถึงการใช้ทรัพยากรเต็มที่ ถ้ามีการว่างงานเกิดขึ้นจะมีการลดการนำเข้าลง เพื่อให้แรงงานที่ว่างงานอยู่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า

2. การมุ่งวัตถุประสงค์ของประเทศ บางครั้งประเทศไม่ได้มีวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐกิจหรือต้องการกำไรสูงสุดเสมอไป นอกจากนั้นรัฐบาลได้เล็งเห็นว่า การเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในสินค้าเฉพาะอย่างเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการขึ้นลงของราคาของสินค้านั้น จึงควรผลิตสินค้าที่ตนไม่ได้เปรียบด้วยเพื่อกระจายความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

3. การคิดค่าขนส่ง ไม่มีทฤษฎีใดคำนึงถึงค่าขนส่งซึ่งต้องสัมพันธ์กับระยะทางที่เคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างประเทศ ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าค่าขนส่งรวมกับค่าสินค้าแล้วสูงกว่าต้นทุนที่ประเทศผู้ผลิตเอง เพราะจะทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่เกิดขึ้น ความชำนาญและการได้เปรียบเฉพาะสินค้าจะหมดความหมายไปในที่สุด

สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ

1. สภาพแวดล้อมทางการเมือง

เป็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและนโยบายของรัฐบาล (Zikmund / d' and Amico. 2001 : 654) สภาพแวดล้อมทางการเมืองจะประกอบด้วย ปัจจัย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองด้านการเมืองของประเทศเจ้าบ้าน(Host – country Political environment)

ประเทศต่างๆ ต้องการที่จะรักษาและเพิ่มพูนเอกราชของชาติตนเอง กิจกรรมของต่างประเทศมักจะถูกมองว่าเป็นการคุกคามเอกราชภายในประเทศ หรือมีผลเสียต่อธุรกิจในประเทศ ดังนั้นในช่วงที่เกิดการจลาจลวุ่นวาย กิจกรรมต่างประเทศหรือสถานทูตต่างประเทศจะเป็นเป้าหมายที่จะโดนโจมตีมากที่สุด ดังนั้น ในแต่ละประเทศจึงต้องการที่จะปกป้องความมั่นคงของชาติตนเอง (National Security) โดยปกติรัฐบาลจะห้ามกิจกรรมต่างประเทศดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศ หรืออุตสาหกรรมที่เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ เช่น การป้องกันประเทศ(Defense) การสื่อสาร (Communication) พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรธรรมชาติ(Energy and Resources)

1.2 การควบคุมโดยประเทศเจ้าบ้าน (Host – country Controls)

ประเทศเจ้าบ้านจะมีค่านิยม(Goodwill) ให้กิจการต่างประเทศช่วยให้บรรลุเป้าหมายของประเทศตนเอง รัฐบาลอาจใช้เครื่องมือต่างๆ ในการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาและส่งเสริมพฤติกรรมที่ปรารถนาที่เกิดจากกิจการต่างประเทศ ซึ่งวิธีการที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมมี 5 วิธีดังนี้

1.2.1 การจำกัดการนำเข้า (Entry Restrictions)

ถ้าอนุญาตให้ธุรกิจเข้าประเทศได้ กิจกรรมก็จะถูกจำกัดในอุตสาหกรรมที่เข้ามา เช่น ไม่มีการอนุญาตให้เป็นเจ้าของ 100% โดยถูกจำกัดในรูปแบบของการร่วมลงทุน (Joint venture) กับกิจการภายในประเทศ

1.2.2 การควบคุมราคา (Price Controls)

เป็นระเบียบข้อบังคับของรัฐเพื่อควบคุมราคาสินค้าและบริการไม่ให้สูงเกินกว่าที่กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้ค่าครองชีพสูงต่อเนื่องไปเป็นลูกโซ่ มักจะใช้ในช่วงต่อต้านปัญหาภาวะเงินเฟ้อ การควบคุมราคานี้มักจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพบางชนิด และมักใช้ในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้น โดยเฉพาะประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี เพื่อมิให้กระทบต่อกลไกตลาดมากนัก (ศิริพร สัจจามันท์. 2543 : 235) ดังนั้นกิจการต่างประเทศจึงต้องเผชิญกับข้อจำกัดอย่างมาก สิ่งที่มีเหมือนกันมากที่สุดคือ การควบคุมราคาให้ต่ำ ซึ่งถ้าเศรษฐกิจมีภาวะเงินเฟ้อทำให้ต้นทุนสูงจะจำกัดกำไรอย่างมาก

1.2.3 การจำกัดการนำเข้า (Quotas)

เป็นการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือปริมาณสินค้านำเข้า และปริมาณการส่งออกสินค้าในแต่ละปี (Daniels and Radebaugh. 2001 : 784) การเก็บภาษีศุลกากร (Tariffs) เป็นภาษีที่เก็บสำหรับสินค้านำเข้าในประเทศ ดังนั้นการจำกัดการนำเข้าและการเก็บภาษีศุลกากรอาจจะจำกัดตามความสามารถของกิจการในการนำเข้า เครื่องมือ เครื่องจักร (Equipment) ชิ้นส่วนประกอบ (Components) และผลิตภัณฑ์ (Products) การจำกัดดังกล่าวเพื่อจะเพิ่มจำนวนวัตถุดิบในประเทศมากกว่าจำนวนที่กิจการต่างประเทศต้องการ

1.2.4 การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Control)

ในหลายประเทศจะประสบปัญหาการขาดดุลการชำระเงิน (Balance of Payments) การขาดดุลเรื้อรัง ซึ่งทำให้เกิดการขาดแคลนของเงินตราต่างประเทศ

1.2.5 การเวนคืน (Expropriation)

หมายถึง การเวนคืนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินของธุรกิจเอกชน โดยรัฐบาลของประเทศใดประเทศหนึ่ง (Daniels and Radebaugh. 2001 : 777) โดยการบังคับอย่างเป็นทางการในทรัพย์สินของกิจการต่างประเทศ การเวนคืนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมกิจการต่างประเทศ

2. สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย

กฎหมายของประเทศและกฎที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของกิจการต่างประเทศ กิจการต้องทราบสภาพแวดล้อมทางกฎหมายในแต่ละตลาด เพราะว่ากฎหมายนั้นถือว่าเป็นกฎของเกมส์ (Rules of the Game) ในขณะเดียวกันกิจการต้องทราบว่าสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองเป็นอย่างไร กฎหมายนั้นมีผลบังคับใช้อย่างไรและระบุทิศทางของกฎหมายใหม่ด้วย สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน กฎหมายที่สำคัญ มี 3 ประการคือ 1. กฎหมายของประเทศแม่ (Home 's Laws) 2. กฎหมายระหว่างประเทศ (International Law) 3. กฎหมายภายในประเทศที่บริษัทได้ไปดำเนินการในต่างประเทศหรือในประเทศนั้นๆ

3. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

อิทธิพลด้านเศรษฐกิจจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น การเข้าใจถึง

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจของประเทศและตลาดต่างประเทศจะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และสามารถพยากรณ์แนวโน้มที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานในอนาคต รายละเอียดอิทธิพลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ (Key Economic Forces) จะประกอบด้วย

- 3.1 โครงสร้างงานทางเศรษฐกิจของประเทศ(Economic Framework)
- 3.2 ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ(Economic Stability)
- 3.3 ความสำคัญและอิทธิพลของตลาดเงินทุน(Existence and Influence of Capital Markets)
- 3.4 สมรรถภาพของปัจจัยการผลิต(Factor Endowments)
- 3.5 ขนาดของตลาด(Market Size)
- 3.6 ความสามารถในการจัดหาสาธารณูปโภค(Availability of Economic Infrastructure)

4. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

การคำนึงถึงวัฒนธรรม (Cultural Awareness) : คือการรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ที่จะเข้าไปทำธุรกิจ เนื่องจากมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นธุรกิจจะต้องปรับตัว และตัดสินใจว่า จะนำสิ่งที่เคยปฏิบัติในประเทศของตนเองไปใช้ในสภาพแวดล้อมต่างประเทศได้หรือไม่ เพราะว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่แตกต่างกันทั่วโลก การเข้าใจถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ ดังนั้นการทำธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องศึกษาถึงลักษณะเด่นและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งจะประกอบด้วย

4.1 ความเป็นชาติ(ชาตินิยม)

เป็นค่านิยมที่ใช้สำหรับสังคมหนึ่งที่มีค่านิยมคล้ายกัน เนื่องจากอาศัยอยู่ในเขตแดนเดียวกันและอยู่ภายใต้พื้นฐานกฎหมายที่ใช้ร่วมกัน เพราะความคล้ายคลึงระหว่างบุคคลเป็นเหตุและผลของวัฒนธรรมของกลุ่มชนหรือวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เพื่อประโยชน์ในการจ้างงาน การขาย และซื้อสินค้า ตลอดจนมีกฎระเบียบต่างๆ ซึ่งใช้สำหรับประชาชนหรือคนในประเทศนั้น ๆ

4.2 การสร้างวัฒนธรรมใหม่ (Cultural formation) และการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรม (Cultural Dynamics)

เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากผู้นำสังคมสู่คนในสังคมนั้นๆ ระบบค่านิยมทางวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ประเพณี และสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ 1. สมัยใจเลือก(Choice) 2. ถูกบังคับ(Imposition) 3. การเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการสื่อสารกับวัฒนธรรมอื่นๆ (Contact with other Cultures)

4.3 ภาษาเปรียบเสมือนผู้ดำรงวัฒนธรรม(Language as a Cultural Stabilizer)

ภาษาจัดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อนามิเสถียรภาพของวัฒนธรรม เมื่อบุคคลมาจากต่างสถานที่กันแต่ใช้ภาษาเดียวกัน การแพร่หลายของวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ง่าย ทำให้ความคล้ายคลึงของภาษามีมากขึ้น

4.4 ศาสนาเป็นปัจจัยที่ช่วยรักษาเสถียรภาพด้านวัฒนธรรม(Religion as a Cultural Stabilizer)

ศาสนาเป็นค่านิยมที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด โดยมากศาสนาทั้งหมดเกิดจากประชาชนที่มีความเชื่อวัฒนธรรมของภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศาสนา เพราะฉะนั้น เขตของศาสนาจึงมีอิทธิพลออกไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งด้วย ดังนั้นศาสนาที่เด่นๆ จึงมีอิทธิพลทั้งในด้านกฎหมายและต่อการดำเนินการทางธุรกิจระหว่างประเทศ

ความหมายและประเภทของพลาสติก

1. ความหมายของพลาสติก

พลาสติกจัดเป็นสารประกอบพวกไฮโดรคาร์บอน(Hydrocarbon) ชนิดหนึ่งเนื่องจากส่วนใหญ่ได้มาจากน้ำมันดิบ มีธาตุคาร์บอน(C) และไฮโดรเจน(H) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และยังประกอบด้วยธาตุอื่นๆ อีกเช่น ออกซิเจน ไนโตรเจน คลอรีน ฟลูออรีน ฯลฯ นอกจากนี้ พลาสติกยังอาจได้มาจากแคลเซียมคาร์ไบด์(CaC_2) ถ่านหิน เซลลูโลส(Cellulose) เคซีน(Casein) เป็นต้น

สมาคมวิศวกรพลาสติก(SPE) และสมาคมอุตสาหกรรมพลาสติก(SPI) แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้คำจำกัดความของพลาสติกไว้ว่า

พลาสติกคือ วัสดุที่ประกอบด้วยสารหลายอย่าง มีน้ำหนักโมเลกุล คงรูปเมื่อผ่านกรรมวิธีการผลิต ลักษณะอ่อนตัวขณะทำการผลิต ซึ่งโดยมากใช้กรรมวิธีการผลิตด้วยความร้อนหรือแรงอัด หรือทั้งสองอย่าง

นอกจากนี้ พลาสติกยังอาจหมายถึง สารสังเคราะห์พวกโพลีเมอร์ เกิดจากการรวมตัวกันเป็นสายโซ่ของโมเลกุลโมโนเมอร์ติดต่อกันจำนวนมาก ซึ่งแต่ละโมเลกุลโมโนเมอร์เกิดจากการเรียงตัวกันของอะตอม (Atom) ขบวนการสร้างโมเลกุลโมโนเมอร์ให้เชื่อมต่อกันเป็นสายยาวโดยการใช้ความร้อน หรือให้ความร้อนภายใต้ความกดดัน และอาจใช้คะตะลิสต์เข้าช่วย จะทำให้เกิดเป็นโมเลกุลใหญ่ขึ้น ซึ่งเรียกว่าเป็นการรวมตัวเป็นโพลิเมอร์ (Polymerization)

2. แหล่งกำเนิดของพลาสติก

พลาสติกจะมีแหล่งกำเนิดจากแหล่งใหญ่ๆ 5 แหล่งดังนี้ คือ

2.1 ผลผลิตทางการเกษตร เช่น เซลลูโลส(Cellulose) เซลลูโลสไนเตรด(Cellulose Nitrate) อะซิเตด(Acetate) เซลลูโลสอะซิเตดบิวทิเรต(Cellulose Acetate Butyrate) ชะแลค(Shellac) เอทิลเซลลูโลส(Ethyl Cellulose) เคซีน(Casein)

2.2 ผลผลิตทางการเกษตรและน้ำมัน ซึ่งจะพบได้น้อยมาก เช่น ฟูแรน(Furan)

2.3 น้ำมันและถ่านหินเป็นแหล่งที่ใช้ผลิตพลาสติกชนิดต่างๆ ได้มากที่สุด เช่น โพลีสไตรีน(Polystyrene) ฟีนอล-ฟอร์มาลดีไฮด์(Phenol-Formaldehyde) มีลามีน-ฟอร์มาลดีไฮด์(Melamine-Formaldehyde) โพลีเอทิลีน(Polyethylene) ยูเรีย-ฟอร์มาลดีไฮด์(Urea-Formaldehyde) ไนลอน(Nylon) โพลีเอสเตอร์(Polyester) อะคริล(Acryl) และอีพอกซี(Epoxy)

2.4 น้ำมันและสินแร่ เช่น โพลีไวนิลบิวทิเรล(Polyvinyl Butyral) โพลีไวนิลคาร์บาโซล

(Polyvinyl Carbazole) โพลีไวนิลอะซิเตต(Polyvinyl Acetate) โพลีไวนิลแอลกอฮอล์(Polyvinyl Alcohol) ซิลิโคน(Silicone) โพลีไวนิลอะซิเตตคลอไรด์(Polyvinyl Acetate-Chloride) โพลีไวนิลคลอไรด์(Polyvinyl Chloride)

2.5 ลิ้นแร่ พบได้น้อยมาก เช่น แคลเซียมอลูมิเนียมซิลิเกต(Calcium-Aluminium Silicate)

3. คุณสมบัติของพลาสติก

พลาสติกเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติพิเศษกว่าวัสดุอื่นๆ ที่ได้จากธรรมชาติ หรือวัสดุที่สังเคราะห์ขึ้นมา เช่น ไม้ โลหะ แก้ว หรือกระดาษ ทั้งนี้เนื่องจากพลาสติกนั้นมีคุณสมบัติหลายๆ อย่างรวมกันอยู่ในตัวของมันเองและยังมียุทธสมบัติที่สามารถใช้แทนวัสดุอื่นได้ดีอีกด้วย

คุณสมบัติของพลาสติก เช่น

- | | |
|---------------|---------------------|
| - แข็ง | - ทนการสึกกร่อน |
| - ยึดตัว | - ทนสารเคมี |
| - อ่อนนุ่ม | - เป็นฉนวนไฟฟ้า |
| - เหนียวทนทาน | - กันน้ำ |
| - ใส | - ไม่ติดง่าย |
| - ทึบ | - หล่อลื่นในตัว |
| - เบา | - ทำเป็นสีต่างๆ ได้ |
| - ลอยน้ำได้ | |
| - ทนความร้อน | |

พลาสติกมีคุณสมบัติพิเศษหลายๆ อย่างในตัวของมันเอง ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากพลาสติกมีโครงสร้างที่พิเศษกว่าวัสดุชนิดอื่น คือ พลาสติกมีมวลโมเลกุลที่เชื่อมโยงกันยาวมาก โครงสร้างที่พิเศษนี้เรียกว่า ไฮโมเลกุลาร์เวท(High Molecular Weight) ซึ่งทำให้พลาสติกมีคุณสมบัติทั้งทางกายภาพ คุณสมบัติทางไฟฟ้า และคุณสมบัติทางเคมีไปพร้อมๆ กัน คือ

คุณสมบัติทางกายภาพ (Mechanical) เช่น มีความแข็งแรง เหนียว ยืดหยุ่น

คุณสมบัติทางไฟฟ้า (Electrical) เป็นฉนวนไฟฟ้า

คุณสมบัติทางเคมี (Chemical) เช่น ทนต่อการกัด ด่าง หรือ สารเคมีอื่นๆ

4. ประเภทของพลาสติก

พลาสติกที่พบเห็นและใช้กันอยู่ทั่วไปนั้น แบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภทตามคุณสมบัติดังนี้คือ

4.1 เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastic) พลาสติกชนิดนี้ เมื่อถูกความร้อนสามารถที่จะหลอมตัวได้และเมื่อเย็นตัวลงก็จะแข็งตัว ซึ่งสามารถทำให้หลอมตัวและแข็งตัวได้หลายๆ ครั้งโดยไม่ทำให้คุณสมบัติทางเคมีเปลี่ยนแปลง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกหลังจากนำไปหล่อทำเป็นผลิตภัณฑ์แล้ว ชนิดของพลาสติกที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกชนิดต่างๆ ในประเทศไทย ได้แก่

1. โพลีเอทิลีน (Polyethylene : PE)

- ไฮเดนซิติโพลีเอททิลีน (High Density Polyethylene : HDPE) ใช้ผลิตสินค้า เช่น เสื้อ ถัง ลัง ตะกร้า หลอดกาแฟ รองเท้า ถุงขยะ เป็นต้น
- โลเดนซิติโพลีเอททิลีน (Low Density Polyethylene : LDPE) ใช้ผลิตสินค้า เช่น หลอดยาสีฟัน ตาข่าย แพร่งซักผ้า ผ้าใบพลาสติกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ดอกไม้พลาสติก เป็นต้น

2. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene : PP) ใช้ผลิตสินค้าประเภท เช่น เฟอร์นิเจอร์ ภาชนะเครื่องใช้ในครัว หลอดฉีดยา สายเคเบิล รองเท้า เป็นต้น

3. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinyl Chloride : PVC) ใช้ผลิตสินค้าประเภท เช่น ท่อ ข้อต่อต่างๆ สายไฟ สายร้อยโทรศัพท์ กระเบื้องปูพื้น ขวดน้ำมันพืช เป็นต้น

4. โพลีสไตรีน (Polystyrene : PS) ใช้ผลิตสินค้าประเภท เช่น เฟอร์นิเจอร์ ของเด็กเล่น อุปกรณ์การเรียน เครื่องทำความร้อน เป็นต้น

4.2 เทอร์โมเซทพลาสติก (Thermoset Plastic) เป็นพลาสติกที่มีรูปทรงถาวรเมื่อผ่านกรรมวิธีการผลิตโดยใช้ความร้อน หรือความดัน ผลผลิตที่ได้จะนำไปหลอมละลายอีกไม่ได้ เป็นพลาสติกที่หลอมตัวได้เฉพาะครั้งแรกเท่านั้น เพราะเมื่อหลอมตัวแล้วจะเกิดการเชื่อมโยงระหว่างโมเลกุลของพลาสติก เป็นผลให้พลาสติกนั้นมีโครงสร้างเป็นแบบร่างแห(Network) โครงสร้างนี้จะคงตัว ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อีก เมื่อให้ความร้อนจะไม่หลอมตัวอีก ถ้าให้ความร้อนมากๆ พันธะระหว่างโมเลกุลจะแตกสลายลง และคุณสมบัติจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม พลาสติกประเภทนี้ ได้แก่ เมลามีน ฟีนอลิก อีพอกซี เป็นต้น

กระบวนการในการผลิตเม็ดพลาสติกและการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมพลาสติก

ในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยมีการผลิตเม็ดพลาสติกหลายชนิด แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงเม็ดพลาสติกที่มีปริมาณการใช้มากที่สุดไม่ว่าจะเป็นการใช้ในประเทศและการส่งออก 4 ชนิด คือ โพลีเอทิลีน โพลีโพรพิลีน โพลีสไตรีน และ โพลีไวนิลคลอไรด์

1. โพลีเอทิลีน (Polyethylene : PE)

โพลีเอทิลีน (PE) เป็นสารพอลิโอลิฟินชนิดหนึ่งซึ่งเป็นโพลิเมอร์ที่ได้จากอะลิฟาติกไฮโดรคาร์บอน (Aliphatic Hydrocarbon) แบบไม่อิ่มตัว

วัตถุดิบที่ใช้ : เอทิลีนโมโนเมอร์ (Ethylene Monomer) ซึ่งมีจุดเดือด -104 องศาเซลเซียส ได้มาจากการดีไฮโดรชันเอทานอล หรือโดยไฮโดรจีเนชันเซทีลีน วัตถุดิบจากธรรมชาติก็มีจากก๊าซธรรมชาติ กากน้ำตาลจากอุตสาหกรรมน้ำตาล ซึ่งได้มาในรูปเอทานอล นอกจากนี้การเตรียมเอทิลีนอาจใช้ปฏิกิริยาการแตกโมเลกุล (Cracking) อีเทน หรือโพรเพนแล้วทำให้บริสุทธิ์

2. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene : PP)

พีพีจัดเป็นโพลีโอเลฟินชนิดหนึ่ง ที่ใช้กันมากในประเทศไทย ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนั้นเตรียมได้โดยใช้ปฏิกิริยาแอตติชันโพลีเมอร์ไรเซชัน(Addition Polymerization) กระบวนการในการผลิตพีพีประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การเตรียมแคทาลิสต์ ในขั้นตอนนี้องค์ประกอบต่างๆ ของแคทาลิสต์ จะถูกนำเข้ามาผสมกันก่อนที่จะนำเข้าสู่ส่วนปฏิกิริยาในอัตราส่วนที่กำหนดและในความเข้มข้น อุณหภูมิ และเวลาที่ใช้ในการเกิดปฏิกิริยาที่เหมาะสมด้วย
2. โพลีเมอร์ไรเซชัน ในขั้นตอนนี้โพรพิลีนจะโพลีเมอร์ไรส์ เป็นโพลีโพรพิลีน ภายใต้สภาวะปฏิกิริยาที่เหมาะสม
3. กรรมวิธีหลังปฏิกิริยาโพลีเมอร์ไรเซชัน หลังจากโพลีเมอร์ไรเซชัน โพรพิลีนที่ไม่ได้ทำปฏิกิริยาจะถูกแยกออกจากไดลูเอนท์(Diluent) และล้างด้วยแอลกอฮอล์ เพื่อลดสมรรถนะของแคทาลิสต์ที่เหลืออยู่ในโพรพิลีน ไดลูเอนท์ และแอลกอฮอล์จะถูกทำให้บริสุทธิ์และส่งกลับหมุนเวียนไปใช้อีก
4. การทำให้เป็นเม็ดพลาสติก และการบรรจุถุงพีพี ที่ได้หลังจากการทำให้แห้งและผสมด้วยสารเติมแต่งผสมตามความต้องการ แล้วจะถูกรีดออก(Extrude) เป็นเม็ด ทำให้แห้งและบรรจุถุงต่อไป

ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพีพีตามประเภทของการขึ้นรูป มีดังต่อไปนี้

1. งานฉีด (Injection Moulding) ทำเปลือกเบตเตอรี ทำชิ้นส่วนรถยนต์ เช่น ถังน้ำมันแทนถังน้ำมันที่ทำจากเหล็ก แผงหน้าปัทม์ กันชน ทำล้อใส่ขวด กระดาษต้นไม้ เฟอรันิเจอร์ เครื่องใช้ในทางการแพทย์ เช่น เข็มฉีดยา(Syringe) ที่ใช้หนเดียวทั้ง เป็นต้น
2. แผ่นฟิล์ม (Blow Film) ใช้ทำฟิล์มใส ถุงร้อน ถุงเย็น ซองใส่เสื้อเชิ้ต ฟิล์มห่อหุ้มหรือ บรรจุอาหารที่ไม่ต้องการให้ออกซิเจนซึมผ่าน
3. งานเป่า (Blow Moulding) เช่น เป่าขวด ถัง กะละมัง เป็นต้น
4. งานสิ่งทอ (Textile) ทำเส้นใย กระสอบสาน เชือก แห อวน พื้นพรม เป็นต้น

3. โพลีสไตรีน (Polystyrene : PS)

พีเอสเป็นโพลีเมอร์ที่จัดเป็นพวกรโพลีพลาสติก (Thermoplastic) มีโครงสร้างเป็นลิเนียร์ลองเชนโพลีเมอร์ (Linear Long Chain Polymer) ปกติน้ำหนักโมเลกุลที่ใช้งานอยู่ในช่วง 50,000 – 200,000 ความหนาแน่น 1.05 – 1.07 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร ซึ่งในการผลิตพีเอสนิยมใช้กระบวนการโพลีเมอร์ไรเซชันแบบบัลค์(Bulk) ทำได้โดยสไตรีนจะถูกโพลีเมอร์ไรเซชัน โดยความร้อนอย่างเดียวก่อน ไม่มีตัวเริ่มในขั้นนี้ ใช้อุณหภูมิประมาณ 80 องศาเซลเซียส ประมาณ 2 วัน จะได้โพลีเมอร์ประมาณ 30 – 35 % จากนั้นของผสมโพลีเมอร์และโมโนเมอร์จะถูกผ่านเข้าไปในหอคอยสูงประมาณ 25 ฟุต ผ่านฮีตติ้ง(Heating) และคูลลิ่งแจ็คเก็ต(Cooling Jackets) ที่ยอดหอคอย อุณหภูมิประมาณ 110 องศาเซลเซียส ตรงกลาง 150 องศาเซลเซียส และข้างล่างสุด 180 องศาเซลเซียส จากนั้นผ่านเครื่องรีด(Extruder) ออกมาเป็นเส้น ๆ แล้วผ่านเครื่องบด(Grinder) ได้โพลีเมอร์ออกมาเป็นเม็ดพลาสติก

การนำไปใช้งานของพีเอส

1. จีพีพีเอส(GPPS) เหมาะที่จะนำไปใช้ทำกล่องพลาสติก ดับเบิ้ล เปี ไม่บรรทัด ภาชนะใส่อาหาร และชิ้นส่วนภายในรถยนต์ เป็นต้น
2. ไฮอิมแพค(HIPS) เหมาะสำหรับงานตู้เย็น เรือยนต์ไทรทัศน์ วิทยุและเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

3. อีพีเอส(EPS) นำไปใช้งานด้านฉนวนกันความร้อนและพวกบรรจุภัณฑ์

4. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinyl Chloride : PVC)

พีวีซี(PVC) เป็นโพลีเมอร์ที่มีการใช้งานอย่างกว้างขวาง และเป็นเทอร์โมพลาสติก (Thermoplastic) จำพวกอะมอร์ฟัส (Amorphous) คือ ไม่มีอุณหภูมิหลอมตัว(Melting Temperature) ที่แน่นอน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคือ ไวนิลคลอไรด์โมโนเมอร์ (Vinylchloride Monomer : VCM) ซึ่งกระบวนการในการผลิตพีวีซี มีดังนี้คือ

1. การทำให้ วีซีเอ็ม(VCM) บริสุทธิ์ โดยการกลั่นวีซีเอ็ม(VCM) ในหอกกลั่น แล้วส่งไปเก็บในถังเพื่อรอเข้าขบวนการผลิตขั้นต่อไป
2. โพลีเมอร์ไรเซชัน ขั้นตอนนี้ทำโดยเติมน้ำบริสุทธิ์ที่แยกเอาแร่ธาตุๆ ที่เจือปนอยู่ออกให้หมด นำเข้าสู่ถังทำปฏิกิริยา เติมน้ำแขวนลอย(Suspending Agent) ต่อจากนั้นวีซีเอ็ม(VCM) และแคทาลิสต์ก็จะถูกใส่เข้าถังทำปฏิกิริยาพร้อมกัน และสุดท้ายจะใส่สารปรุงแต่ง(Additive) เข้าไป แล้วกวนให้เข้ากันในถังปฏิกิริยา และทำให้ร้อนจนอุณหภูมิถึงจุดที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาเคมีภายในจนวีซีเอ็มเปลี่ยนสภาพกลายเป็นผงพีวีซี(PVC Resin)
3. การนำกลับมาใช้อีก(Recovery) เมื่อทำปฏิกิริยาสมบูรณ์แล้ว ถังปฏิกิริยาจะถูกทำให้ร้อนขึ้นอีกเพื่อไล่วีซีเอ็ม ส่วนที่เหลือเพื่อนำกลับไปในขั้นตอนการผลิตอีก
4. การทำผงพีวีซีให้แห้งและการบรรจุผง ผงพีวีซีที่แขวนลอยในน้ำในถังปฏิกิริยาซึ่งมีลักษณะคล้ายน้ำแป้งจะถูกถ่ายมาสู่ถังพัก(Slurry Tank) พีวีซี ลักษณะของเหลวนี้จะถูกส่งเข้าเครื่องดีแคนเตอร์(Decanter) เพื่อแยกเอาน้ำออก และส่งต่อเข้าเครื่องอบแห้งเพื่ออบพีวีซี ให้แห้งผงพีวีซีจะถูกเก็บไว้ในไซโลเพื่อรอการบรรจุเพื่อจำหน่าย หรือส่งไปทำเป็นเม็ดพีวีซี (PVC Compounding)

การนำไปใช้งานของพีวีซี มีดังนี้

1. งานดัดยัด(Extrusion) ใช้ผลิตท่อน้ำ สายยางที่ใช้ในทางการแพทย์ เปลือกหุ้มสายไฟฟ้าและสายเคเบิล เป็นต้น
2. งานฉีด(Injection) ใช้ผลิตข้อต่อท่อน้ำ รองเท้าพลาสติก เป็นต้น
3. งานเป่า(Blow Moulding) ใช้ผลิตขวดน้ำมันพืช เป็นต้น
4. คาลเลนเดอร์(Calendering) เช่น ใช้ผลิตหนังเทียม พื้นยาง แผ่นปูสระน้ำ และเคลือบบนหลังคา เป็นต้น

อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทยและการส่งออกไปต่างประเทศ

อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของประเทศไทยในปัจจุบันนี้ได้เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว โดยจะเห็นได้จากโรงงานพลาสติกในประเทศไทยได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งในขณะนี้การผลิตนั้นไม่เพียงแต่จะชดเชยในการนำเข้าเท่านั้น แต่ยังสามารถที่จะผลิตส่งเป็นสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งบทบาทของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกต่อเศรษฐกิจของประเทศ ได้เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลมาจากการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์พลาสติกให้สามารถใช้งานได้หลากหลาย ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนแรงงานอีกด้วย ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยในปัจจุบัน จึงจัดเป็น

อุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง ซึ่งมีศักยภาพที่จะขยายตัวได้ดีในอนาคต แต่ก็ต้องประสบปัญหาในด้านการผลิตและการตลาด ดังนั้น รัฐควรให้มีการแก้ไขปัญหาและให้การส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจังจะทำให้อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยพัฒนามากกว่าที่เป็นอยู่ และอาจทำให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้นำในการส่งออกเม็ดพลาสติกออกสู่ตลาดโลกได้ในอนาคต

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดแทนการนำเข้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 เม็ดพลาสติกที่ใช้เป็นวัตถุดิบในช่วงนั้นต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด เมื่อความต้องการเม็ดพลาสติกที่ใช้เป็นวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จึงเริ่มให้มีการส่งเสริมการลงทุนการผลิตเม็ดพลาสติก บริษัทแรกที่ได้รับการผลิตคือ บริษัทไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2514 โดยผลิตเม็ดพลาสติกประเภท PVC (Poly Vinyl Chloride) เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย อีกทั้งรัฐบาลยังได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการลงทุนสร้างโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นต้นและขั้นปลาย(Upstream และ Downstream) และโรงงานผลิตเม็ดพลาสติก โดยให้สิทธิพิเศษด้านภาษีและการคุ้มครองต่างๆ และในปี พ.ศ. 2532 รัฐบาลได้มีการจัดสร้างโครงการปิโตรเคมี เอ็นพีซี-1 (NPC-1) (The National Petrochemical Complex Phase 1) ผลิตเอทิลีน และโพรพิลีน จากก๊าซธรรมชาติในอ่าวไทย เพื่อเป็นวัตถุดิบป้อนโรงงานผลิตเม็ดพลาสติกชนิดต่างๆ เพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศและเพิ่มมูลค่าให้กับก๊าซธรรมชาติที่ผลิตได้ในประเทศ และในปีพ.ศ. 2536 โครงการเอ็นพีซี-2(NPC-2) ได้มีการจัดสร้างขึ้นอีกแห่งเพื่อผลิตวัตถุดิบในการส่งออก หลังจากนั้นอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกก็พัฒนาขึ้นเป็นลำดับจนกระทั่งกลายมาเป็นอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการส่งออกของประเทศ

2. การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปต่างประเทศ

เมื่อประเทศไทยสามารถผลิตเม็ดพลาสติกใช้ได้ในประเทศ เพื่อรองรับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกของโรงงานอุตสาหกรรมเกือบทุกประเภท ที่นับวันจะมีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้ปริมาณเม็ดพลาสติกที่ผลิตขึ้นได้ในประเทศไทย มีปริมาณที่เพียงพอต่อการส่งออกไปขายยังต่างประเทศ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่ไม่สามารถผลิตเม็ดพลาสติกขึ้นเองได้ เนื่องจากว่า สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมีไม่เพียงพอ เช่น ประเทศในแถบตะวันออกกลาง สิงคโปร์ ฮองกง เป็นต้น และเมื่อประมาณปลายปีพ.ศ. 2544 ประเทศจีนได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO อย่างเป็นทางการ จะทำให้ระบบการค้าของจีนนั้นเป็นไปอย่างเสรี เพราะจีนจะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงที่เป็นสมาชิก WTO อย่างเต็มที่ ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าว จะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย เพราะว่าประเทศจีนเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีประชากรประมาณ 1,200 ล้านคน จึงทำให้ปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกของจีนไม่เพียงพอกับปริมาณเม็ดพลาสติกที่สามารถผลิตได้ในประเทศ ถึงแม้ว่าจะมีนักลงทุนหลายชาติ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น ฮองกง เป็นต้น เข้าไปสร้างโรงงานผลิตเม็ดพลาสติกในจีนแล้วก็ตาม ก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดได้ ดังนั้นผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จึงต้องพยายามขยายตลาดไปยังประเทศจีนให้ได้ แต่อุปสรรคในการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีน ก็คือ ความเข้าใจทางด้านภาษา และไม่ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงเป็นหน้าที่สำคัญของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กองศุลกากรของไทยในมณฑลต่างๆ ของจีน ในการให้ความช่วยเหลือผู้ส่งออกของไทยในเรื่องข้อมูลข่าวสารมีเกี่ยวกับการส่งออกเม็ดพลาสติก เพื่อที่จะเพิ่มส่วน

แบ่งทางการตลาด และนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเพื่อช่วยลดการขาดดุลทางการค้าของไทยที่มีต่อจีน

บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย

อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้มีการผลิตในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้า และการผลิตเพื่อส่งออก บทบาทของรัฐบาลและมาตรการสำคัญที่รัฐใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมในประเทศและเพื่อการส่งออกเม็ดพลาสติกในปัจจุบัน มีดังต่อไปนี้

1. ให้การส่งเสริมการลงทุน จากประกาศคณะกรรมการการลงทุนซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2515 ได้กำหนดให้การส่งเสริมแก่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เคมีจากปิโตรเลียมซึ่ง ได้แก่ เคมีภัณฑ์จากปิโตรเลียมทุกชนิด พลาสติกทุกชนิด พลาสติกไฮโซลาร์ทุกชนิด โดยต้องมีเงินลงทุนไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน อุตสาหกรรมเรซินจากการสังเคราะห์ทุกชนิด ที่มีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาท และให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก หรือผลิตภัณฑ์เคลือบด้วยพลาสติก ซึ่งต้องมีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน โดยมีเงื่อนไขต้องส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศหรือเป็นส่วนใหญ่
2. ให้การคุ้มครองด้านภาษีอากร กระทรวงการคลังกำหนดอัตราอากรขาเข้าของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่นำเข้าจากต่างประเทศไว้ในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 60 ของราคานำเข้าและอากรขาเข้าสำหรับพลาสติกกึ่งสำเร็จรูปหรือเม็ดพลาสติกในอัตราร้อยละ 40 และสำหรับวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต PVC และวัตถุดิบที่ใช้ผลิต Plasticizer นั้น มีอัตราร้อยละ 20 นอกจากนี้ ในช่วงเวลาที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ประเทศที่ผลิตเม็ดพลาสติกได้ปริมาณมาก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น มักจะระบายสินค้า คือ เม็ดพลาสติกออกท่วมตลาดในประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทย ในราคาที่ต่ำมากและเพื่อปกป้องผู้ผลิตเม็ดพลาสติกภายในประเทศ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ก็จะออกประกาศการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษ สำหรับการนำเข้าเม็ดพลาสติกบางประเภทจากต่างประเทศ เพื่อเป็นการช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตเม็ดพลาสติกภายในประเทศ
3. สนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก ได้แก่ อุตสาหกรรมต่อเนื่องของโครงการอุตสาหกรรมปิโตรเคมีระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ในโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างเอกชนกับรัฐบาล จะสามารถทำให้ผลิตสารประกอบไฮโดรคาร์บอน ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตเม็ดพลาสติก โดยที่แต่เดิมส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบได้ ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถวางแผนด้านวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถผลิตเม็ดพลาสติกได้มากขึ้น รวมทั้งเม็ดพลาสติกในอดีตไม่มีการผลิตในประเทศซึ่งทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทยมากขึ้น และช่วยเพิ่มปริมาณเม็ดพลาสติกที่ส่งออกไปต่างประเทศด้วย
4. การควบคุมการตั้ง-การขยายโรงงาน กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีประกาศห้ามมิให้ตั้งและขยายกำลังผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี 11 ชนิด เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ ยกเว้นเฉพาะรายที่ได้รับความเห็นชอบในการตั้งหรือขยายการผลิต จากคณะกรรมการพัฒนาพื้นที่บริเวณฝั่งตะวันออกเท่านั้น ต่อมาเมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2535 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศกระทรวงฉบับใหม่ โดยได้ยกเลิกประกาศกฎกระทรวงข้างต้น โดยให้มีการเปิดเสรีการผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีรวม 4 ชนิด คือ PP , PVC , PE และ VCM เพื่อให้มีการแข่งขันกันมากขึ้นในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกนี้
5. ให้การช่วยเหลือในการส่งออก กระทรวงการคลังให้การชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับผลิต

ภัณฑ์พลาสติกกิ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปรวมถึงเม็ดพลาสติกที่ส่งออกไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตที่ส่งออกเอง หรือผ่านพ่อค้าคนกลางในอัตราทั่วไป และในกรณีที่ผู้ผลิตที่ส่งออกได้เสียภาษีการค้าหรือภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้านั้นแล้ว ให้ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีการค้า หรือภาษีสรรพสามิตที่เสียไปนั้น เพิ่มเติมจากการได้รับเงินชดเชยโดยยื่นหลักฐานและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ส่วนทางด้านกระทรวงพาณิชย์ ก็ได้กำหนดให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกและเม็ดพลาสติกเป็นสินค้าที่อยู่ในเป้าหมายการส่งออก พร้อมทั้งให้การสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกในการขยายตลาดทั้งในตลาดเดิม และตลาดส่งออกใหม่ๆ ให้กว้างขวางขึ้น โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์พลาสติกในต่างประเทศ จัดคณะผู้แทนทางการค้าไปเสนอขายในต่างประเทศ และหรือนำคณะผู้แทนทางการค้าจากต่างประเทศเข้ามาชมหรือซื้อสินค้าในประเทศไทย รวมทั้งให้ความรู้ทางด้านการส่งออกแก่ผู้ผลิต และผู้ส่งออก เช่น การจัดหาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาให้คำแนะนำ และให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการส่งออกเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกไปต่างประเทศนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อช่วยเสริมศักยภาพให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยสามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

นโยบายทั่วไป

นโยบายสำคัญที่รัฐบาลจีนนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จนทำให้จีนเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ใหญ่ที่สุดของโลก คือ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และการผลักดันการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ รวมทั้งการเปิดกว้างทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน เนื่องจากการแข่งขันในตลาดโลก เริ่มทวีความเข้มข้นเรื่อยๆ

จีนยังคงดำเนินการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจและปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 10 (ปีค.ศ. 2001-2005) โดยจีนจะปฏิรูปรัฐวิสาหกิจในลักษณะเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น มีการปรับโครงสร้างเพิ่มความรวดเร็วในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามแผน 3 ปี ในการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจและให้มีผลประกอบการดีขึ้น

Key Economic Indicators

ประชากร 1295.33 ล้านคน(2543) อยู่ในเมือง 30% อยู่ในชนบท 70% มีเชื้อชาติต่างๆ รวมกัน 56 กลุ่มเชื้อชาติ โดยมีฮั่น เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ร้อยละ 94 ของประชากรทั้งประเทศ

พื้นที่ 9,596,960 ตารางกิโลเมตร

ระบบการปกครอง สังคมนิยม มีพรรคคอมมิวนิสต์เป็นสถาบันทางการเมือง ที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายต่างๆ รัฐบาลและรัฐสภาปฏิบัติตามมติและนโยบายที่พรรคคอมมิวนิสต์กำหนด

เขตการปกครอง แบ่งออกเป็น 22 มณฑล คือ อันฮุย(Anhui) ฟุเจี้ยน(Fujian) เจียงซู(Jiangsu)

สินค้าส่งออกที่สำคัญ

เครื่องจักรกลไฟฟ้าและเครื่องมือ เครื่องจักรกลและอุปกรณ์ เสื้อผ้าตัด
รองเท้า ของเล่น อุปกรณ์กีฬา เครื่องนุ่งห่ม

สินค้านำเข้าที่สำคัญ

เครื่องจักรกลไฟฟ้าและเครื่องมือ เครื่องจักรกลและอุปกรณ์
แร่และเชื้อเพลิง เม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก เคมีภัณฑ์
เหล็กและเหล็กกล้า

ผลของการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน

การปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ภายในประเทศของจีนให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ WTO จะทำให้
นโยบายการค้าของจีนเป็นไปตามมาตรฐานสากล ก่อให้เกิดความโปร่งใส และความแน่นอนสำหรับประเทศ
สมาชิก WTO อื่นๆ ที่จะเข้าไปทำการค้าและการลงทุนกับจีนมากขึ้น ข้อผูกพันของจีนในการเปิดตลาดทั้ง
ด้านสินค้าและบริการ ด้วยการลด/ยกเลิกมาตรการด้านภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษี ย่อมส่งผลดีต่อการ
ขยายตัวด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศของจีนเอง และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคภายใน
ประเทศด้วย ตลอดจนการได้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านการลงทุนภายในประเทศ ยิ่งจะเป็นแรงดึงดูดการ
ลงทุนจากต่างประเทศ ส่งผลให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศจีนให้ก้าวหน้าและแข็ง
แกร่งมากยิ่งขึ้น

การเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO ของจีน ก่อให้เกิดทั้งโอกาสทางการค้าและความท้าทายที่สร้างความ
กังวลในหมู่ประเทศสมาชิก WTO ด้วยเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อ การส่งออกและการลงทุนของตน ไม่ว่าจะเป็น
เป็นประเทศมหาอำนาจอย่างเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย โดยเฉพาะประเทศ
ในภูมิภาคเอเชีย ที่เป็นประเทศเพื่อนบ้านใกล้ชิดกับจีน ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจมาจากปัจจัยการส่งออก
และการลงทุนจากต่างประเทศเป็นสำคัญ

สำหรับประเทศไทยซึ่งได้เจรจาสองฝ่ายตามกระบวนการเข้าสู่ WTO ของจีน โดยจีนจะเปิดตลาดให้
ไทยทั้งด้านสินค้าและบริการ จะทำให้ไทยสามารถขยายการส่งออกไปยังจีนได้มากขึ้นทั้งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม เช่น ข้าว ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งสดแช่แข็ง สิ่งทอ เม็ดพลาสติก และ
เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ซึ่งประโยชน์ที่อุตสาหกรรมของไทยได้รับจากการที่จีนเข้าสู่ WTO คือการลดภาษีนำเข้า
สินค้าจำนวน 85 รายการรวมถึงเม็ดพลาสติกจากอัตราภาษีเฉลี่ยร้อยละ 25.9 เหลือเพียงร้อยละ 11.8 อย่าง
ไรก็ตาม แม้ไทยจะมีโอกาสขยายการส่งออกไปจีน ขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่จะมี
ความรุนแรงขึ้นในอนาคต ทั้งในแง่การค้าและการลงทุน เพราะจีนและไทย เป็นคู่แข่งในสินค้าที่คล้ายคลึง
กันและส่งออกไปยังตลาดเดียวกัน รวมทั้งเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยจีนมีความได้
เปรียบจากปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ จำนวนแรงงานที่มีอยู่มากมาย ซึ่งทำ
ให้มีต้นทุนค่าแรงที่ต่ำ ส่งผลให้สินค้าประเภทใช้แรงงานเป็นหลักมีความได้เปรียบด้านราคา เช่น สิ่งทอ
อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ความได้เปรียบนี้จะทำให้จีนสามารถเจาะตลาดอื่นๆ ได้มากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเดียวกัน แต่ก็ยังมีสินค้าส่งออกอีกหลายประเภทของไทยที่ได้ใช้โอกาสที่จีนเข้าสู่ WTO ส่งสินค้าไปขาย
ยังประเทศจีนได้สะดวกขึ้น เนื่องจากจีนมีผู้บริโภคจำนวนมากและความต้องการที่มีอยู่ไม่จำกัด เช่น
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพสูง เม็ดพลาสติกเกรด Premium เม็ดพลาสติกประเภท Recycle เป็นต้น

โดยสรุปแล้วในระยะสั้นไทยจะได้รับประโยชน์จากการเปิดตลาดของจีนตามที่ผูกพันใน WTO ทำให้
สามารถเพิ่มการส่งออกไปยังจีน แต่ในระยะยาวแล้ว ไทยไม่อาจหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับภาวะการแข่งขัน

ขันกับจีนในตลาดโลก รวมทั้งแข่งขันกับประเทศคู่ค้าอื่นในตลาดจีน ในขณะที่สินค้าจากจีนก็จะเข้าสู่ตลาดไทยมากขึ้นด้วยมีราคาที่ถูกกว่า นับเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง ซึ่งไทยจะต้องเตรียมพร้อมรองรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นดังกล่าว นอกจากนั้น แม้ว่าจีนจะต้องเปิดตลาดตามพันธกรณี แต่คาดว่าจีนจะต้องมีมาตรการที่มีใช้ภาษีมากขึ้นเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในของตนเองบางชนิด ซึ่งจะทำให้การขยายการส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดจีนอาจไม่เพิ่มขึ้นตามที่คาดไว้

ดังนั้น ในระยะแรกๆ ไทยมีโอกาสขยายการค้าการลงทุนอยู่เป็นช่วงจังหวะเวลาที่ต้องรีบฉกฉวยเพื่อเริ่มสร้างสมรรถนะด้านการแข่งขันของตน ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตโดยพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณภาพของสินค้า จังหวะต่อไปควรต้องพิจารณาปรับโครงสร้างการส่งออกของไทยให้แตกต่างจากจีน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในสินค้าประเภทเดียวกัน ขณะเดียวกันไทยต้องพิจารณาเตรียมใช้มาตรการปกป้อง ในกรณีที่มีการนำเข้าสินค้าจากจีนมากจนผู้ผลิตและผู้ประกอบการในประเทศได้รับผลกระทบ โดยไทยสามารถใช้มาตรการปกป้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard Measures) ภายใต้ WTO และมาตรการปกป้องสำหรับสินค้าเฉพาะ (Product Specific Safeguard) ได้เป็นเวลา 12 ปี ซึ่งเป็นผลมาจากการเจรจาสองฝ่ายระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา

การร่วมลงทุนกับจีนในสาขาที่จะเป็นประโยชน์ร่วมกัน เช่น ไทโรนาคอม การเงินการธนาคาร การแปรรูปสินค้า ตลอดจนการร่วมมือในด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นแนวทางสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะเป็นส่วนช่วยชดเชยผลกระทบที่ไทยจะได้รับจากการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีนในระยะยาว อีกทั้งเป็นการสร้างพันธมิตรกับจีนซึ่งดีกว่าการเผชิญหน้าแบบคู่แข่งขัน

ประการสำคัญ คือ ความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน ไทยและสมาชิกอาเซียนอื่น ต้องผนึกกำลังอย่างเข้มแข็งในการผลักดันให้เขตการค้าเสรี (AFTA) และเขตการลงทุนอาเซียน (AIA) เป็นรูปธรรมอย่างสมบูรณ์โดยเร็ว เพราะจะเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาสู่ภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น ประการสุดท้าย คือ การสร้างความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับจีน ซึ่งขณะนี้สองฝ่ายกำลังศึกษาถึงแนวทางการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกัน และอาจนำไปสู่การจัดตั้งเขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน ในที่สุด ซึ่งหากเป็นผลสำเร็จ ไทยและสมาชิกอาเซียนอื่นจะได้รับผลประโยชน์จากโอกาสการค้าการลงทุนกับจีนในกรอบความร่วมมือนี้มากยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อังคณา กุลเถลิง (2538:112) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผล ต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก การกระจายของแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก และศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลการศึกษาจะพบว่า อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ยึดติดกับตลาดและแหล่งวัตถุดิบเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายและขั้นกลาง ที่ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงแก่อุตสาหกรรมอื่นที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ต่ำกว่า 2 ล้านบาทถึงมากกว่า 100 ล้านบาท มีขนาดการจ้างงานในการผลิตตั้งแต่ 8 คน ถึง 4,000 คน และเป็นกิจการที่ต้องใช้แรงงานควบคู่ไปกับการใช้ทุน โดยมีสัดส่วนของการใช้แรงงานต่อทุนเท่ากับ 3 : 1 ถึง 8 : 1 (คน : ล้านบาท) จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจำนวน 61 รายจะพบว่า ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก เรียงตามลำดับความสำคัญคือ 1) ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ 2) ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 3) จำนวนแรงงานและอัตราค่าจ้างแรงงาน 4)

ราคาที่ดิน 5) มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจสูง 6) การอยู่ใกล้ตลาดและผู้บริโภค 7) การอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และ 8) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่วนการวิเคราะห์จากแบบจำลองทางสถิติในรูปสมการถดถอย พหุคูณโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ พลาสติก เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้คือ 1) ความพร้อมทางด้านสาธารณสุข 2) ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ 3) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 4) ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ 5) คุณภาพของประชากรและแรงงาน จากผลของการศึกษาดังกล่าวนำมาสู่ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) รัฐควรมีการกระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ 2) การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ แก่อุตสาหกรรมในภูมิภาคให้ทั่วถึง 3) รัฐควรมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชากร 4) รัฐควรให้ความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการติดต่อราชการ จัดให้มีการอบรมแก่แรงงานด้านเทคนิคซึ่งขาดแคลน จะช่วยเพิ่มโอกาสให้คนในภูมิภาคมีรายได้ช่วยลดปัญหาการว่างงาน อันจะนำไปสู่การกระจายความเจริญ และลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายรายได้ของภูมิภาคต่างๆ ในประเทศ

ประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งจะพบว่าอุตสาหกรรมพลาสติกนั้นจะไม่ยึดติดกับตลาดและแหล่งวัตถุดิบที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าในชั้นกลางและชั้นสุดท้าย

นัฐฉิ ประสาทสกุลชัย (2537 : 59) ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาการผลิตและสถานการณ์ด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย และการแก้ปัญหาต่างๆ ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นในทุกปี การขยายตัวโดยเฉลี่ยอยู่ในอัตราสูงเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกทั้งหมดของไทย โดยการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวตามภาวะการนำเข้าในตลาดโลก แม้ว่าประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดโลกไม่มากนักแต่ก็สามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดโลกได้มากขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์พลาสติกหลายชนิดของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีแนวโน้มความได้เปรียบมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้นหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ได้แก่ ภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยพลาสติก เครื่องติดตั้งและส่วนประกอบสุขภัณฑ์ สิ่งของเครื่องประดับ แถบและแผ่นกระเบื้องปูพื้น ผ้า màn และผ้าปูโต๊ะ ส่วนผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีแนวโน้มความได้เปรียบเทียบลดลงหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้น ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องเขียน และกาวยก เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายพลาสติก แม้ว่าปัญหาการขาดแคลนเม็ดพลาสติกภายในประเทศจะได้รับการแก้ไขแล้วก็ตาม แต่ผู้ประกอบการก็ยังประสบปัญหาด้านการผลิตอีกหลายประการ ได้แก่ เม็ดพลาสติกในประเทศมีราคาสูงและคุณภาพยังไม่ดีพอ แรงงานขาดทักษะในการผลิต ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้าและน้ำประปา นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังประสบปัญหา ด้านการส่งออก เช่น ปัญหาด้านราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์พลาสติกและประเทศคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับแนวทางการเพิ่มการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย รัฐบาลควรลดการให้การคุ้มครองแก่อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศ โดยการลดอัตราภาษีนำเข้า และผู้ประกอบการควรผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกให้มีคุณภาพและรูปแบบการใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นต่อไป

ประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาด้านการผลิตและสถานการณ์ด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย ซึ่งจะพบว่า ผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยมีปริมาณการส่งออก

เพิ่มขึ้นทุกปี และจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และจะส่งผลให้ปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกของไทยที่ใช้ในการผลิตสินค้าจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ณัฐนิ มหาวิวัฒน์มนตรี (2537 : 84) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงสร้างการผลิต การตลาด และการคุ้มครองอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย โดยพบว่านโยบายและมาตรการเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตสินค้าชั้นกลางในประเทศมีความขัดแย้งระหว่าง เป้าหมายการคุ้มครองเพื่อส่งเสริมของอุตสาหกรรมชั้นกลาง กับเป้าหมายการส่งเสริมการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้สินค้าชั้นกลางนั้น ในการผลิต เนื่องจากสินค้าชั้นกลางที่ได้รับการคุ้มครองมีราคาสูงกว่าราคาในตลาดโลก เม็ดพลาสติกที่ใช้มากในประเทศไทย ได้แก่ PE PP และ PS ซึ่งตั้งแต่ปี 2514 การพัฒนาเป็นแบบอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า แต่การผลิตยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในประเทศได้อย่างเพียงพอ จึงมีการนำเข้าเม็ดพลาสติกบางส่วนอยู่ ในส่วนวัตถุดิบหลัก (Monomer) ที่ใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติก ยังมีการนำเข้าจากต่างประเทศอยู่มาก โครงสร้างของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกนั้นเป็นอุตสาหกรรมผู้ผลิตน้อยราย ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกที่สำคัญ เม็ดพลาสติก PE มีความต้องการใช้มากที่สุด และรองลงมาคือ PVC PP และ PS ตามลำดับ ในด้านการแข่งขันกับต่างประเทศ พิจารณาประเทศในเขตการค้าเสรีอาเซียนซึ่งมีอยู่ 6 ประเทศคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน พบว่าไทยจะมีศักยภาพเป็นรองอยู่เพียงสิงคโปร์ เท่านั้น รัฐบาลมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกอย่างมากทั้งในด้านการคุ้มครอง และส่งเสริมในประเทศ การกำหนดโครงสร้างอุตสาหกรรม มาตรการคุ้มครอง ได้แก่ ภาษีศุลกากรขาเข้า และค่าธรรมเนียมพิเศษ โดยจัดเก็บอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 40 ของราคา C.I.F. ส่วนค่าธรรมเนียมพิเศษจัดเก็บในช่วงปี 2525-2530 ในอัตราร้อยละ 16 สำหรับ HDPE และร้อยละ 20 สำหรับ LDPE PS และ PP ปัญหาอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศได้แก่ การผลิตมีต้นทุนสูงเนื่องจากวัตถุดิบมีราคาสูง และใช้เงินลงทุนจำนวนมากอันมีสาเหตุมาจากการที่ต้องใช้เทคโนโลยีที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการผลิต การตลาด และการคุ้มครองอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย ซึ่งจะพบว่า นโยบายและมาตรการของรัฐบาลไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตสินค้าในชั้นกลางของไทย ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศได้ เนื่องจากการขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

ประธาน จิวจินดา (2537 : 82) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของนโยบายการคุ้มครองทางด้านภาษีศุลกากร และนโยบายการค้าเสรีที่มีต่ออุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก พบว่าอุตสาหกรรมการผลิตเม็ดพลาสติก เป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้ต้นทุนการผลิตที่สูง ถ้าปราศจากการแทรกแซงของรัฐบาลแล้วอุตสาหกรรมจะไปได้ไม่รอด โดยรัฐบาลมีการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดโครงการปิโตรเคมีแห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยโครงการปิโตรเคมีระยะที่ 1 (NPC 1) และระยะที่ 2 (NPC 2) โดยรัฐบาลมีการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านการลงทุน เช่นการยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบ การยกเว้นภาษีเงินได้ และภาษีการค้า เป็นเวลา 5 ปี นอกเหนือจากการกำหนดอัตราภาษีนำเข้าเม็ดพลาสติก ในอัตราร้อยละ 40 และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษ จัดเก็บในอัตราร้อยละ 10-20 ของราคานำเข้า ในด้านการนำเข้าเม็ดพลาสติกพบว่า ปัจจัยที่กำหนดปริมาณการนำเข้าที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการนำเข้าเม็ดพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญ คือ ราคामีดพลาสติกนำเข้าที่รวมอากรขาเข้า รายได้ที่แท้จริง และความต้องการใช้เม็ดพลาสติกภายในประเทศ การพยากรณ์แนวโน้มปริมาณการนำเข้าเม็ดพลาสติกของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2536-2544 ปรากฏว่า ~~อัตราส่วนเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของความต้องการใช้เม็ดพลาสติกต่อหัวต่อปีร้อยละ 5.89 ที่อัตราความเจริญเติบโต~~

เฉลี่ยของราคาเม็ดพลาสติกนำเข้า เมื่อรวมอากรขาเข้าเท่ากับ ร้อยละ 2.28 และอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของรายได้ที่แท้จริงเท่ากับร้อยละ 4.06 ผลจากการศึกษาพบว่า ราคาสินค้านำเข้าและปริมาณการผลิตภายในประเทศ อันเกิดจากนโยบายคุ้มครองอุตสาหกรรม จะมีราคาสูงกว่า ราคาสินค้านำเข้าและปริมาณการผลิตภายในประเทศ ดังนั้น ถ้ารัฐบาลใช้นโยบายการค้าเสรีจะมีผลทำให้ผู้บริโภคสามารถ ซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำลง และมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น และผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศได้

ประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของนโยบายการค้าเสรีทางด้านภาษีศุลกากรและนโยบายการค้าเสรีที่มีต่ออุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก ซึ่งจะเห็นว่า การพัฒนาในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกนั้นจะต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล

ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2532 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศและสู่ทางการค้าในตลาดโลก ซึ่งศึกษาจากแนวโน้มการขยายตัวของตลาดโลก การแข่งขันในตลาดโลก ทั้งในด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และส่วนแบ่งในตลาดโลกกับความสามารถของผู้ผลิตในประเทศ ในการตอบสนองความต้องการของตลาดโลก และพบว่าความต้องการนำเข้าของตลาดโลก สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราปานกลางและสูง สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีแนวโน้มว่าจะขยายตัวในอัตราสูงได้แก่ เครื่องประดับ และเครื่องตกแต่ง ผ้าปูโต๊ะและผ้าปูโต๊ะ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวของตลาดโลกในอัตราปานกลาง ได้แก่ ภาชนะบรรจุที่ทำด้วยพลาสติก โคมไฟ แถบและแผ่นกระเบื้องสำหรับปูพื้น เครื่องใช้สำนักงานเครื่องเขียนและกาวยกด เครื่องแต่งกาย ส่วนผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีการขยายตัวในอัตราต่ำของตลาดโลก ได้แก่ เครื่องติดตั้งและส่วนประกอบ เครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น ทางด้านศักยภาพในการส่งออกของไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีวิธีการผลิตที่เน้นการใช้แรงงาน เช่น สิ่งของเครื่องประดับและตกแต่ง ผ้าปูโต๊ะและผ้าปูโต๊ะ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว เครื่องแต่งกาย ถังและภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยพลาสติก ซึ่งมีสู่ทางการส่งออกแฉ่มใสสำหรับถาดและแผ่นกระเบื้องปูพื้นนั้นการส่งออกยังคงมีจำกัด ความสามารถในการแข่งขันของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนเครื่องติดตั้งและส่วนประกอบเครื่องสุขภัณฑ์นั้น แม้จะมีสู่ทางในการส่งออก แต่ตลาดโลกก็ยังไม่มีการขยายตัวไม่มากและตลาดที่ไทยก็มีสู่ทางในการส่งออกที่ค่อนข้างแคบ ทำให้มีข้อจำกัดในการขยายการส่งออก สำหรับในด้านการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกนั้น ประเทศพัฒนาแล้วจะมีบทบาทสำคัญในการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกทุกประเภท โดยมีสัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกทุกๆ ชนิดสูงกว่าร้อยละ 90 ของการนำเข้ารวมของโลก ส่วนที่เหลือเป็นการนำเข้าของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาส่วนประเทศสังคมนิยมไม่มีการนำเข้า ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก พบว่าผู้ผลิตและผู้ส่งออกส่วนใหญ่ยังขาดข้อมูลด้านการตลาดและวิธีการนำเข้าสู่ตลาดต่างประเทศทำให้มีการแข่งขันด้านราคากันเองมาก เพราะผู้ผลิตมีจำนวนมากแต่ไม่มีการรวมกลุ่มทำให้เสียผลประโยชน์ปัญหาด้านประเทศผู้แข่งขันซึ่งเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ ที่พยายามขายตัดราคาทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยถูกแย่งไปบางส่วน

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศและสู่ทางการค้าในตลาดโลก โดยจะมีการแบ่งเป็นประเภทของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีการขยายตัวในระดับสูง , ปานกลาง และต่ำ ซึ่งจะทำให้สามารถทราบถึงแนวโน้มการใช้เม็ดพลาสติกในการผลิตเป็นสินค้าในประเภทดังกล่าว

อัครยุทธ สุนทรวีภาต (2533 : 104) ได้ศึกษาถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศไทย โดยพิจารณาจากสถานการณ์ และแนวโน้มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในตลาดโลก รวมทั้งได้ชี้ถึงแนวโน้มผลกระทบจากการพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ต่อระบบเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ที่สำคัญ ผลการศึกษาสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นหลัก แม้ว่าในปีที่ทำการศึกษานี้กำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์จะมีอยู่เพียงพอที่จะตอบสนองต่อความต้องการใช้ในประเทศ แต่อนาคตปริมาณความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีมากกว่าการผลิตซึ่งเป็นโอกาสให้สามารถที่จะขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นได้ ส่วนแนวโน้มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในตลาดโลกนั้นพบว่าได้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเพิ่มขึ้นในหลายประเทศทำให้ราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีต่างๆ รวมทั้งเม็ดพลาสติกมีแนวโน้มลดต่ำลง นอกจากนี้การศึกษาเห็นว่า ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมีหลายประการ คือจะเป็นการนำเข้าทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น ช่วยให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมต่อเนื่องและมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นในประเทศ ช่วยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมต่างๆ ช่วยลดการนำเข้าจากต่างประเทศ และทำให้เกิดการจ้างงานมากขึ้นในประเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศไทย โดยจะเห็นว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศไทยจะช่วยลดการนำเข้าจากต่างประเทศ และเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

อมรรวณ รัตนวิไลวรรณ (2530 : 109) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ผลของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย ซึ่งการศึกษาโดยใช้การปรับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(Constant Market Share Model) แนวคิดวัฏจักรผลผลิต(Product Cycle) และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเชิงพลวัต(Dynamic Comparative Advantage) พบว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้นไม่มากนักและมีแนวโน้มไม่สม่ำเสมอ แม้ว่ารัฐบาลจะให้การช่วยเหลือสนับสนุนแก่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแล้วก็ตาม แต่ก็ยังประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิตคุณภาพและรูปแบบสินค้า รวมทั้งปัญหาด้านการกีดกันทางการค้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงการวิเคราะห์ผลของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย พบว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ยังคงได้เปรียบในตลาดโลกเพิ่มขึ้นไม่มาก เนื่องจากประสบปัญหาทางด้านต้นทุนการผลิตสินค้านำรวมถึง ปัญหาด้านการกีดกันทางการค้า

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นการขายในประเทศหรือเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ จะต้องอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนหลายอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนและนโยบายที่ส่งเสริมจากทางภาครัฐบาล ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิตเม็ดพลาสติก และผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งไทยก็มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นอยู่แล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นการสร้างความ

แข็งแกร่งให้กับผู้ผลิตและผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศ
ได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรที่จะศึกษาและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรที่จะศึกษาและการเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่า ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีขนาดใหญ่มาก อันเนื่องมาจากจำนวนประชากรที่มากที่สุดในโลกทำให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกก็สูงตามไปด้วย จะทำให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยมีโอกาสมากขึ้นในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการออกแบบสอบถามโดยตามความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเท่านั้น

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกไทยซึ่งได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (ข้อมูล ณ วันที่ 9 พฤษภาคม 2545) และรายชื่อดังกล่าวนั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 116 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือประชากรผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยทั้งหมดจำนวน 116 ราย (เนื่องจากว่าประชากรผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยมีจำนวนน้อย)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยจำแนกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก ได้แก่ ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน จะมีลักษณะเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 18 ข้อ โดยจะจำแนกเป็น 2 หัวข้อใหญ่ คือ

1. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย
 - 1.1 ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
 - 1.2 คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
 - 1.3 ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ
 - 1.4 การให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล
2. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย
 - 2.1 ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น
 - 2.2 มาตรการทางการค้าของประเทศจีน
 - 2.3 สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศจีน
 - 2.4 ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน
 - 2.5 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน และข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย โดยจะมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ และคำถามโดยใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 1 ข้อ

ขั้นตอนในการดำเนินการจัดสร้างเครื่องมือแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้คือ

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศและธุรกิจระหว่างประเทศโดยค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายในการวิจัยในครั้งนี้
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไทยไปจีนในความคิดเห็นของผู้ส่งออก ซึ่งจะทำให้การศึกษาเฉพาะผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกไปยังจีนเท่านั้น
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาดำเนินการสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้เบื้องต้นไปตรวจสอบความถูกต้อง โดยไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาเนื้อหา ปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจน และถูกต้องมากขึ้นตามความมุ่งหมายของการวิจัย
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับผู้เชี่ยวชาญในด้านการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำนวน 20 ชุด เพื่อนำกลับมาหาความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จะใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronback)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยจะกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขอความร่วมมือ เพื่อใช้ประกอบในการจัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามพร้อมแนบหนังสือขออนุญาตจากทางมหาวิทยาลัยฯ ส่งให้กับบริษัทผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกด้วยตนเองและทางไปรษณีย์ และจะทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์ ภายในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน
3. เมื่อผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากที่ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งจะทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ตามลำดับดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของบริษัทผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไทยไปจีน

จากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ผู้วิจัยจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อวัดตัวแปรเหล่านี้ โดยสร้างมาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) ซึ่งเป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะมีการกำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ดีมาก
- 4 หมายถึง ดี
- 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 2 หมายถึง ไม่ดี
- 1 หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

หลังจากนั้นก็นำคะแนนที่ได้มาหารระดับคะแนนเฉลี่ย เพื่อพิจารณาระดับที่พึงประสงค์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2542:110) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของแนวโน้มปริมาณการส่งออกด้วยการช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ดีมาก
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ดี
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่ดี
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน และข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย โดยจะมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ และคำถามโดยใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 1 ข้อ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในการประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC for Windows เพื่อหาค่าสถิติดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ค่าร้อยละ(Percentage)
 - 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544:35)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544:65)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ชูศรี วงศ์รัตน์ . 2541 : 98-99)

สูตร Alpha Coefficient ของ ครอนบัค Cronbach (ชูศรี วงศ์รัตน์ . 2541 : 98-99)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	N	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม ($k - 1$) ภายในกลุ่ม ($n - k$)

การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 161)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
-------	-----	-----	---

MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

3.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment)

ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ 3 โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2543:107)

$$r_{xy} = r_{yx} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของตัวแปร x
	$\bar{y}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของตัวแปร y
	n	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
N	แทน	จำนวนบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยในกลุ่มตัวอย่าง
%	แทน	ค่าร้อยละ (Percent)
F	แทน	ค่าสถิติ F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
LSD	แทน	วิธีผลต่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก โดยจะจำแนกตามขนาดของบริษัท(โดยวัดจำนวนพนักงานของบริษัทและทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์) ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกของไทย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยจะจำแนกจากปัจจัยภายในประเทศ(ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล) และปัจจัยภายนอกประเทศ(ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน สถานะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน และสรุปปัญหาข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศ ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน สภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กันแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก โดยจะจำแนกตามขนาดของบริษัท(โดยวัดจํานวนพนักงานของบริษัทและทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์) ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก จํานวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกของไทย

ตาราง 7 จํานวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามขนาดของบริษัทโดยวัดจากทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์

ขนาดของบริษัท(โดยวัดจากทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์)	จํานวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท(ขนาดเล็ก)	60	51.8
2. 6-10 ล้านบาท(ขนาดกลาง)	36	31.0
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท(ขนาดใหญ่)	20	17.2
รวม	116	100

จากตาราง 7 แสดงถึงขนาดของบริษัท(โดยวัดจากทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์) ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท
บริษัทที่อยู่ในช่วงนี้จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งจะมี 60 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 51.8
2. 6-10 ล้านบาท
บริษัทที่อยู่ในช่วงนี้จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดกลาง ซึ่งจะมี 36 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท
บริษัทที่อยู่ในช่วงนี้จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งจะมี 20 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.2

ตาราง 8 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก

ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	53	45.7
2. 6-10 ปี	53	45.7
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี	10	8.6
รวม	116	100

จากตาราง 8 แสดงถึงระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี
จะมีจำนวน 53 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.7
2. 6-10 ปี
จะมีจำนวน 53 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.7
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี
จะมีจำนวน 10 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตาราง 9 จำนวน และร้อยละ ของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ประเภท	35	30.2
2. 2 ประเภท	36	31.0
3. 3 ประเภท	22	19.0
4. 4 ประเภท	13	11.2
5. 5 ประเภท	5	4.3
6. 6 ประเภท	5	4.3
รวม	116	100

จากตาราง 9 แสดงถึงจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อิน 1 ประเภท มีจำนวน

35 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.2

2. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีน 2 ประเภท มีจำนวน 36 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0

3. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีน 3 ประเภท มีจำนวน 22 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.0

4. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีน 4 ประเภท มีจำนวน 13 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.2

5. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีน 5 ประเภท มีจำนวน 5 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.3

6. บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีน 6 ประเภท มีจำนวน 5 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตาราง 10 จำนวน และร้อยละของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก

ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก	จำนวน	ร้อยละ
1. ตัวแทนจำหน่าย	19	16.4
2. โรงงานฉีดพลาสติก	79	68.1
3. ทั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก	18	15.5
รวม	116	100

จากตาราง 10 แสดงถึงประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกจากไทยในจีน ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

1. ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย มีจำนวน 19 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.4

2. ลูกค้าประเภทโรงงานฉีดพลาสติก มีจำนวน 79 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.1

3. ลูกค้าประเภทที่เป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก มีจำนวน 18 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยจะจำแนกจากปัจจัยภายในประเทศ(ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล) และปัจจัยภายนอกประเทศ(ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน

สภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน)

ตาราง 11 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยภายในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล

ปัจจัยภายในประเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ			
1. การตัดราคาของผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศ	3.59	1.00	ดี
2. กำไรจากการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือน้อยกว่าการขายในประเทศ	2.99	0.98	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านราคาเม็ดพลาสติกในประเทศ	3.29	0.68	ไม่แน่ใจ
ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก			
3. การใช้เทคโนโลยีในการผลิตเม็ดพลาสติก	3.48	0.95	ดี
4. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติก	3.22	1.05	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก	3.35	0.82	ไม่แน่ใจ
ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ			
5. การขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติก	2.85	1.03	ไม่แน่ใจ
6. ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศ	2.65	1.00	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านปริมาณเม็ดพลาสติกในประเทศ	2.75	0.82	ไม่แน่ใจ

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยภายในประเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล			
7. การส่งเสริมการส่งออกเม็ดพลาสติกของ รัฐบาลไทย	3.32	0.93	ไม่แน่ใจ
8. การให้สินเชื่อโดย EXIM BANK หรือ ธนาคารพาณิชย์ของไทย	3.67	0.81	ดี
ภาพรวมด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงาน ภาครัฐบาล	3.49	0.68	ดี
สรุปปัจจัยภายในประเทศ	3.22	0.38	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 11 แสดงว่า ปัจจัยภายในประเทศโดยภาพรวม จะไม่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนมากนัก โดยจะพิจารณาจากค่า $\bar{x} = 3.22$ ซึ่งจะอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อนั้นจะเห็นว่าการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาลจะมีส่วนช่วยให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนเพิ่มมากขึ้นที่สุด ($\bar{x} = 3.49$) โดยการให้สินเชื่อโดย EXIM BANK หรือธนาคารพาณิชย์ของไทยมีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเพิ่มขึ้นด้วย ($\bar{x} = 3.67$) รองลงมาคือ ทางด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก ($\bar{x} = 3.35$) โดยมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเม็ดพลาสติกที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้เม็ดพลาสติกที่ผลิตได้มีคุณภาพมากขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในจีนได้มากขึ้น ($\bar{x} = 3.48$) และรองลงมาคือ ทางด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ ($\bar{x} = 3.29$) โดยมีการตัดราคาเม็ดพลาสติกของผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้การส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนมีเพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 3.59$) ส่วนทางด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนลดลงมากที่สุด ($\bar{x} = 2.75$) โดยมีปริมาณความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศเพิ่มขึ้นทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนลดลงด้วยเนื่องจากว่าปริมาณเม็ดพลาสติกที่ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ($\bar{x} = 2.65$)

ตาราง 12 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยภายนอกประเทศ ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน สภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ปัจจัยภายนอกประเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ			
9. ส่วนแบ่งทางการตลาดของประเทศคู่แข่ง คือประเทศไต้หวัน	2.59	1.01	ไม่ดี
10. การกำหนดราคาเม็ดพลาสติกที่ขายในจีน ของประเทศไต้หวัน	2.74	0.98	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ คือประเทศไต้หวัน	2.67	0.86	ไม่แน่ใจ
ด้านมาตรการทางการค้าของจีน			
11. การกำหนดอัตราภาษีนำเข้าเม็ดพลาสติก ของจีนในปัจจุบัน	4.02	0.75	ดี
12. ความเอื้ออำนวยของระบบทางการค้าของจีน ต่อการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย	3.45	0.88	ดี
ภาพรวมด้านมาตรการทางการค้าของจีน	3.73	0.63	ดี
ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน			
13. ยอดขายเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน ในปัจจุบัน	3.34	0.89	ไม่แน่ใจ
14. แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน	3.35	0.91	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน	3.34	0.79	ไม่แน่ใจ
ด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน			
15. ปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน	3.57	0.93	ดี
16. อัตราการขยายตัวของเขตอุตสาหกรรมในจีน ที่ต้องใช้เม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบในการผลิต	2.93	0.92	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของ ลูกค้าในจีน	3.25	0.80	ไม่แน่ใจ

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกประเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน			
17. ความผันผวนของค่าเงินบาทในปัจจุบัน	2.60	0.88	ไม่ดี
18. ค่าไรจากการส่งออกเนื่องจากระดับของค่าเงินบาท	2.59	0.96	ไม่ดี
ภาพรวมด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	2.60	0.84	ไม่ดี
สรุปปัจจัยภายนอกประเทศ	3.12	0.49	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 12 แสดงว่า ปัจจัยภายนอกประเทศโดยภาพรวม จะไม่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากนัก โดยพิจารณาจากค่า $\bar{x} = 3.12$ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 ซึ่งหมายถึง ไม่แน่ใจ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อจะพบว่า ทางด้านมาตรการทางการค้าของจีน จะมีผลทำให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปจีนมากขึ้นที่สุด ($\bar{x} = 3.73$) ไม่ว่าจะเป็น อัตราภาษีนำเข้าของจีนในปัจจุบัน ($\bar{x} = 4.02$) และความเอื้ออำนวยของระบบทางการค้าของจีนในการส่งออกเม็ดเงินพลาสติก ($\bar{x} = 3.45$) รองลงมาคือ ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ($\bar{x} = 3.34$) โดยจะมีปัจจัยที่สนับสนุนคือ ยอดขายเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปจีน ($\bar{x} = 3.34$) และแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน ($\bar{x} = 3.35$) รองลงมาคือ ด้านความต้องการเม็ดเงินพลาสติกของลูกค้าในจีน ($\bar{x} = 3.25$) โดยมีปริมาณการใช้เม็ดเงินพลาสติกของลูกค้าในจีน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงขึ้น ($\bar{x} = 3.57$) ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลทำให้การส่งออกเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปสู่จีนลดลงมากที่สุด คือ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ($\bar{x} = 2.60$) และศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศคือประเทศไต้หวัน ($\bar{x} = 2.67$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน (เปรียบเทียบในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2544 และ 2545) และสรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตาราง 13 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีพ.ศ. 2545 และปีพ.ศ. 2544 และแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกโดยเปรียบเทียบ 2 ไตรมาสแรกในปีพ.ศ. 2545และปีพ.ศ. 2544

แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<u>ด้านปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน</u>			
<u>ในช่วง 2 ไตรมาสแรก</u>			
19. ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนในปี พ.ศ. 2545 (ล้านบาท)	7.51	9.45	
20. ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนในปี พ.ศ. 2544 (ล้านบาท)	6.78	8.12	
<u>ด้านแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกเปรียบเทียบ 2 ไตรมาสแรกในปี พ.ศ. 2544 และ 2545</u>			
	3.51	1.06	ดี

จากตาราง 13 แสดงว่า ในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีพ.ศ 2545 ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนจะเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 7.3 แสนบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ปีพ.ศ. 2544 (ช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี) และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเกี่ยวกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนในปีพ.ศ. 2545 กับปีพ.ศ. 2544 พบว่า จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 3.51$) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญ ที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 ซึ่งหมายถึง ดี

ตาราง 14 สรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนนั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 116 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถาม 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งจะมีรายละเอียดตามตาราง 14

ตาราง 14 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน	จำนวน	ร้อยละ
1. ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีน	7	30.43
2. ความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศจีน	4	17.39
3. ความไม่แน่นอนของลูกค้านับเกี่ยวกับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติก	3	13.05
4. ความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีน	3	13.05
5. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในประเทศจีน	2	8.69
6. ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น	2	8.69
7. ความเสียหายระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติก	1	4.35
8. คุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า	1	4.35
รวม	23	100

จากตาราง 14 แสดงว่า ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน เรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีน มีจำนวน 7 ราย จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 อันดับที่ 2 คือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศจีน มีจำนวน 4 ราย จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39 อันดับที่ 3 คือ ความไม่แน่นอนของลูกค้าเกี่ยวกับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติก และความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีน มีจำนวน 3 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.05 อันดับที่ 4 คือ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในประเทศจีน และต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น มีจำนวน 2 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.69 และอันดับที่ 5 คือ ความเสียหายระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติก และคุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า มีจำนวน 1 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน

ตาราง 15 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก)

ขนาดของบริษัทส่งออก(วัดจากเงินทุนจดทะเบียน)	N	$\bar{x}$	S.D.
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท	60	493,333.33	923,674.80
2. 6 – 10 ล้านบาท	36	388,888.89	1,546,198.62
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท	20	2,075,000.00	4,668,694.73
รวม	116	733,620.69	2,268,650.01

จากตาราง 15 แสดงว่า

1. บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีจำนวน 60 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 493,333.33 บาท
2. บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 6 ล้านบาทถึง 10 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทขนาดกลาง มีจำนวน 36 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 388,888.89 บาท
3. บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีจำนวน 20 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 2,075,000.00 บาท

ตาราง 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	4.37×10^{13}	2.19×10^{13}	4.507*	0.013
ภายในกลุ่ม	113	5.48×10^{14}	4.84×10^{12}		
รวม	115	5.92×10^{14}			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า ขนาดของบริษัทส่งออกที่แตกต่างกันจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) แสดงดังตารางที่ 17

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก)

ขนาดของบริษัท		ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่
	$\bar{x}$	4.93	3.89	20.75
ขนาดเล็ก	4.93	-	1.04 0.82	(15.82) 0.006**
ขนาดกลาง	3.89	-	-	(16.86) 0.007**
ขนาดใหญ่	20.75	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กกับบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -15.82

บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 6 ล้านบาทถึง 10 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดกลางกับบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 6 ล้านบาทถึง 10 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดกลางจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -16.86

ตาราง 18 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก)

ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก	N	$\bar{x}$	S.D.
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	53	458,490.57	1,006,982.16
2. 6 – 10 ปี	53	477,358.49	1,551,133.77
3. มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี	10	3,550,000.00	6,029,787.17
รวม	116	733,620.69	2,268,650.01

จากตาราง 18 แสดงว่า

1. บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีจำนวน 53 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 458,490.57 บาท
2. บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกตั้งแต่ 6 ปีถึง 10 ปี ซึ่งเป็นบริษัทขนาดกลาง มีจำนวน 53 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 477,358.49 บาท
3. บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีจำนวน 10 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 3,550,000.00 บาท

ตาราง 19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	8.68×10^{13}	4.34×10^{13}	9.711**	0.000
ภายในกลุ่ม	113	5.05×10^{14}	4.47×10^{12}		
รวม	115	5.92×10^{14}			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 แสดงว่า ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกันจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) แสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก)

ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออก		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี
	$\bar{x}$	4.58	4.77	35.50
			(0.19)	(30.92)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	4.58	-	0.19	0.000** (30.73)
6 – 10 ปี	4.77	-	-	0.000**
มากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี	35.50	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีกับบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี ในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -30.92

บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก 6-10 ปีกับบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก 6-10 ปี จะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี ในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -30.73

ตาราง 21 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก)

จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก	N	$\bar{x}$	S.D.
1. 1 ประเภท	35	305,714.29	1,363,805.85
2. 2 ประเภท	36	708,333.33	1,232,737.95
3. 3 ประเภท	22	372,727.27	1,657,359.29
4. 4 ประเภท	13	884,615.38	1,179,580.54
5. 5 ประเภท	5	5,140,000.00	8,405,236.46
6. 6 ประเภท	5	700,000.00	1,717,556.40
รวม	116	733,620.69	2,268,650.01

จากตาราง 21 แสดงว่า

1. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 1 ประเภท มีจำนวน 35 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 305,714.29 บาท
2. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 2 ประเภท มีจำนวน 36 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 708,333.33 บาท
3. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 3 ประเภท มีจำนวน 22 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 372,727.27 บาท
4. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 4 ประเภท มีจำนวน 13 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 884,615.38 บาท
5. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท มีจำนวน 5 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 5,140,000.00 บาท
6. บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 6 ประเภท มีจำนวน 5 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 700,000.00 บาท

ตาราง 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5	1.07×10^{14}	2.13×10^{13}	4.83**	0.000
ภายในกลุ่ม	110	4.85×10^{14}	4.41×10^{12}		
รวม	115	5.92×10^{14}			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 แสดงว่า จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกที่แตกต่างกันจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) แสดงดังตารางที่ 23

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก)

จำนวนประเภทของ เม็ดพลาสติกที่ส่งออก		1 ประเภท	2 ประเภท	3 ประเภท	4 ประเภท	5 ประเภท	6 ประเภท
$\bar{x}$		3.06	7.08	3.73	8.85	51.40	7.00
			(4.02)	(0.67)	(5.79)	(48.34)	(3.94)
1 ประเภท	3.06	-	0.42	0.91	0.40	0.00**	0.70
				3.35	(1.77)	(44.32)	0.08
2 ประเภท	7.08	-	-	0.56	0.79	0.00**	0.99
					(5.12)	(47.67)	(3.27)
3 ประเภท	3.73	-	-	-	0.49	0.00**	0.75
						(42.55)	1.85
4 ประเภท	8.85	-	-	-	-	0.00**	0.87
							44.4
5 ประเภท	51.40	-	-	-	-	-	0.01**
6 ประเภท	7.00	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 1 ประเภทกับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 1 ประเภทจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภทในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -48.34

บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 2 ประเภทกับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 2 ประเภทจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภทในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -44.32

บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 3 ประเภทกับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 3 ประเภทจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภทในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -47.67 .

บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 4 ประเภทกับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 4 ประเภทจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภทในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -42.55 .

บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 6 ประเภทกับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภท พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 หมายความว่า บริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 6 ประเภทจะแตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทที่มีจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก 5 ประเภทในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -44.40

ตาราง 24 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก)

ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก	N	$\bar{x}$	S.D.
1. ตัวแทนจำหน่าย	19	326,315.79	1,454,434.64
2. โรงงานฉีดพลาสติก	79	484,810.13	1,179,861.86
3. ทั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก	18	2,255,555.56	4,823,255.21
รวม	116	733,620.69	2,268,650.00

จากตาราง 24 แสดงว่า

1. ลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกจากไทยประเภทตัวแทนจำหน่ายมีจำนวน 19 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการนำเข้าเม็ดพลาสติกเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 326,315.79 บาท
2. ลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกจากไทยประเภทโรงงานฉีดพลาสติกมีจำนวน 79 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการนำเข้าเม็ดพลาสติกเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 484,810.13 บาท

3. ลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกจากไทยประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก จำนวน 18 บริษัทจากทั้งหมด 116 บริษัท มีปริมาณการนำเข้าเม็ดพลาสติกเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสแรกเท่ากับ 2,255,555.56 บาท

ตาราง 25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน (จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	4.97×10^{13}	2.49×10^{13}	5.183**	0.007
ภายในกลุ่ม	113	5.42×10^{14}	4.80×10^{12}		
รวม	115	5.92×10^{14}			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 25 แสดงว่า ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกันจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) แสดงดังตารางที่ 26

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน เป็นรายคู่ (จำแนกตามประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก)

ประเภทของลูกค้า ที่นำเข้าเม็ดพลาสติก		ตัวแทนจำหน่าย	โรงงานฉีดพลาสติก	ตัวแทนจำหน่ายและ โรงงานฉีดพลาสติก
	$\bar{x}$	3.26	4.85	22.56
			(1.59)	(19.3)
ตัวแทนจำหน่าย	3.26	-	0.78	0.009** (17.71)
โรงงานฉีดพลาสติก	4.85	-	-	0.002**
ตัวแทนจำหน่ายและ โรงงานฉีดพลาสติก	22.56	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 26 แสดงให้เห็นว่าลูกค่าประเภทตัวแทนจำหน่ายกับลูกค่าประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าลูกค่าประเภทตัวแทนจำหน่ายจะแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค่าประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติกในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -19.30

ลูกค่าประเภทโรงงานฉีดพลาสติกกับลูกค่าประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าลูกค่าประเภทโรงงานฉีดพลาสติกจะแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค่าประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติกในด้านแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -17.71

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตาราง 27 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ ซึ่ง

ประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน (สมมติฐานข้อที่ 1)

ปัจจัยภายในประเทศ	แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน	
	r	Sig.(2-tailed)
1. ด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ	0.09	0.34
2. ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ	0.15	0.10
3. ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ	0.12	0.20
4. ด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล	0.12	0.21

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 เป็นผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.34

ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.10

ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.20

ด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.21

จากความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยภายในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ คุณภาพของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศ ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน สภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ตาราง 28 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศซึ่ง

ประกอบด้วยศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าของจีน สภาวะทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ปัจจัยภายนอกประเทศ	แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน	
	r	Sig.(2-tailed)
1. ด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ	0.03	0.72
2. ด้านมาตรการทางการค้าของจีน	0.24	0.01**
3. ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน	0.45	0.00**
4. ด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน	0.33	0.00**
5. ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	0.22	0.02*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 เป็นผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศซึ่งประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ มาตรการทางการเงิน สภาพทางเศรษฐกิจของจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้าจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ จะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.03

ด้านมาตรการทางการเงิน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.24

ด้านสภาพทางเศรษฐกิจของจีน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.45

ด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้าจีน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.33

ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.22

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยใช้ในการปรับกลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งออกเม็ดพลาสติกไปประเทศจีน เพื่อที่จะรองรับกับความต้องการเม็ดพลาสติกของจีนที่เพิ่มสูงขึ้น และรองรับการที่ประเทศจีนได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งจะมีผลต่อนโยบายทางการค้าของประเทศจีนโดยที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตนและช่วยในการขยายตลาดส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปยังตลาดในประเทศจีนได้ ซึ่งจะสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะช่วยให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ผู้ส่งออกรายใหม่ และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ตลอดจนประชาชนที่สนใจ ได้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

1. ความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรการทางการค้าในจีน
2. เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้ส่งออก ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากว่า ประเทศจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มาก และมีกำลังซื้อมหาศาล
3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ส่งออกที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพของเม็ดพลาสติก และช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกัน (ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก) ส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายในประเทศ (ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ (ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สถานะเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ที่มีการส่งออกไปยังประเทศจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป นับจากวันที่ 1 มกราคม 2544 มีจำนวนทั้งหมด 116 รายโดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

คือ จำนวนประชากรในการวิจัยทั้งหมด (เนื่องจากว่าจำนวนประชากรผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนมีจำนวนน้อย)

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 29 ตุลาคม 2545 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2545 โดยขอความร่วมมือจากผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีรายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2544 เป็นต้นไป เพื่อตอบแบบสอบถามจำนวน 116 ชุด และได้รับคืนมา 116 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และได้นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยจำแนกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก ได้แก่ ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน จะมี

ลักษณะเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตราวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 18 ข้อ โดยจะจำแนกเป็น 2 หัวข้อใหญ่ คือ

1. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย
 - 1.1 ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
 - 1.2 คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก
 - 1.3 ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ
 - 1.4 การให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล
2. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย
 - 2.1 ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น
 - 2.2 มาตรการทางการค้าของประเทศจีน
 - 2.3 สภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีน
 - 2.4 ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน
 - 2.5 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน และข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย โดยจะมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ และคำถามโดยใช้มาตราวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 1 ข้อ

ขั้นตอนในการดำเนินการจัดสร้างเครื่องมือแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้คือ

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศและธุรกิจระหว่างประเทศโดยค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายในการวิจัยในครั้งนี้
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกไทยไปจีนในความคิดเห็นของผู้ส่งออก ซึ่งจะทำการศึกษาเฉพาะผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกไปยังจีนเท่านั้น
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาดำเนินการสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้เบื้องต้นไปตรวจสอบความถูกต้อง โดยไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาเนื้อหา ปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจน และถูกต้องมากขึ้นตามความมุ่งหมายของการวิจัย
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทำทดสอบ(Pre-test) กับผู้เชี่ยวชาญในด้านการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย จำนวน 20 ชุด เพื่อนำกลับมาหาความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จะใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronback)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากที่ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้การคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และนำ

ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก จำแนกตามตัวแปรด้านขนาดของบริษัท , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกและประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนประกอบด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยใช้การคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) โดยใช้เกณฑ์การประเมินเป็นช่วงดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ดีมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ดี

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่ดี

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน จำแนกตามตัวแปรด้านขนาดของบริษัท , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกและประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยพิจารณาค่า F – test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ในกรณีพบค่าความแตกต่างจะเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนกับปัจจัยภายในประเทศ (ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล) โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment)

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนกับปัจจัยภายนอก(ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สภาพเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน) โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment)

6. รวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด นำเสนอในรูปความถี่

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน จะสรุปผลการศึกษาค้นคว้า ได้ดังนี้

1. ด้านข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกโดยจำแนกตาม

1.1 ขนาดของบริษัท(โดยวัดจากทุนจดทะเบียนจากกระทรวงพาณิชย์)

จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 116 ชุด จะพบว่าบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดคือ 60 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 6-10 ล้านบาท จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดกลาง ซึ่งจะมีจำนวน 36 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ

บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท จะแสดงว่าเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีจำนวน 20 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

1.2 ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก

จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 116 ชุด จะพบว่าบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวน 53 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.7 ซึ่งเท่ากับบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก 6-10 ปี จำนวน 53 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.7 เท่ากัน และบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปีจะมีจำนวน 10 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

1.3 จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 116 ชุด จะพบว่าบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อินจีน 2 ประเภท จะมีจำนวนมากที่สุดคือ 36 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อินจีน 1 ประเภท มีจำนวน 35 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมาคือ บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อินจีน 3 ประเภท มีจำนวน 22 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาคือ บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อินจีน 4 ประเภท มีจำนวน 13 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.2 และบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่อินจีน 5 ประเภทและ 6 ประเภท มีจำนวนเท่ากันคือ 5 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

1.4 ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกจากไทยในจีน

จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 116 ชุด จะพบว่าลูกค้าประเภทโรงงานฉีดพลาสติกจะมีจำนวนมากที่สุดคือ 79 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาคือลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย มีจำนวน 19 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.4 และลูกค้าประเภทที่เป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก มีจำนวน 18 บริษัท จากทั้งหมด 116 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

2. ด้านปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่อินจีน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่าปัจจัยภายในประเทศโดยภาพรวม จะไม่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่อินจีน โดยจะพิจารณาจากค่า $\bar{x} = 3.22$ ซึ่งจะอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อนั้นจะเห็นว่า การให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาลจะมีส่วนช่วยให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนเพิ่มมากขึ้นที่สุด ($\bar{x} = 3.49$) โดยการให้สินเชื่อโดย EXIM BANK หรือธนาคารพาณิชย์ของไทยมีเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเพิ่มขึ้นด้วย ($\bar{x} = 3.67$) รองลงมาคือ ทางด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก ($\bar{x} = 3.35$) โดยมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเม็ดพลาสติกที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้เม็ดพลาสติกที่ผลิตได้มีคุณภาพมากขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในจีนได้มากขึ้น ($\bar{x} = 3.48$) และรองลงมาคือ ทางด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ ($\bar{x} = 3.29$) โดยมีการตัด

ราคาเม็ดพลาสติกของผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้การส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนมีเพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 3.59$) ส่วนทางด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนลดลงมากที่สุด ($\bar{x} = 2.75$) โดยมีปริมาณความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศเพิ่มขึ้นทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนลดลงด้วยเนื่องจากว่าปริมาณเม็ดพลาสติกที่ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ($\bar{x} = 2.65$)

3. ด้านปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่าปัจจัยภายนอกประเทศโดยรวม จะไม่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยพิจารณาจากค่า(คะแนนเฉลี่ย = 3.12) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 ซึ่งหมายถึง ไม่น่าสนใจ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อจะพบว่า ทางด้านมาตรการทางการค้าของจีน จะมีผลทำให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนมากขึ้นที่สุด(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.73) ไม่ว่าจะเป็น อัตราภาษีนำเข้าของจีนในปัจจุบัน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.02) และความเอื้ออำนวยของระบบทางการค้าของจีนในการส่งออกเม็ดพลาสติก(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.45) ซึ่งทั้งหมดจะอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญ (3.41 - 4.20) ซึ่งหมายถึง ดี รองลงมาคือ ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.34) ซึ่งจะพิจารณาจากยอดขายเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.34) และแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.35) รองลงมาคือ ด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.25) โดยจะพิจารณาจากปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีนซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงขึ้น(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.57) ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนลดลงมากที่สุด คือ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.60) และศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศคือประเทศไต้หวัน(ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.67) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน (เปรียบเทียบในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2544 และ 2545 และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

4.1 การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน (เปรียบเทียบในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2544 และ 2545

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่าในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีพ.ศ 2545 ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนจะเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 7.3 แสนบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ปีพ.ศ. 2544 (ช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี) และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเกี่ยวกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนในปีพ.ศ. 2545 กับปีพ.ศ. 2544 พบว่า จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.51) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญ ที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 ซึ่งหมายถึง ดี

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่า ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย เรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีน มีจำนวน 7 ราย จากทั้งหมด 23

ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 อันดับที่ 2 คือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองในจีน มีจำนวน 4 ราย จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39 อันดับที่ 3 คือ ความไม่แน่นอนของลูกค้าเกี่ยวกับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติก และความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีน มีจำนวน 3 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.05 อันดับที่ 4 คือ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในประเทศจีน และต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น มีจำนวน 2 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.69 และอันดับที่ 5 คือ ความเสียหายระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติก และคุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า มีจำนวน 1 ราย เท่ากัน จากทั้งหมด 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

5. การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกัน (ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก) ส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกัน โดยจำแนกได้ดังนี้

5.1 ขนาดของบริษัท(โดยวัดจากทุนจดทะเบียนจากกระทรวงพาณิชย์)

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่า บริษัทที่ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีขนาดของบริษัทที่แตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาทซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงกว่าบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่นๆ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่า บริษัทที่ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงกว่าบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีและบริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก 6-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่นๆ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด จะพบว่า จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกแตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกจำนวน 5 ประเภท จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่นๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกัน

จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ลูกค้านำเข้าเม็ดพลาสติกประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงกว่าลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกประเภทโรงงานฉีดพลาสติกและประเภทตัวแทนจำหน่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่นๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศ (ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยจำแนกดังนี้

6.1 ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

6.2 คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าคุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

6.3 ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

6.4 การให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า การให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่า การให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

7. การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศ (ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งชั้น 0 จากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สถานะเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน โดยจำแนกได้ดังนี้

7.1 ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น คือประเทศไต้หวัน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น คือประเทศไต้หวันจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น คือประเทศไต้หวันจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

7.2 มาตรการทางการค้าของประเทศจีน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า มาตรการทางการค้าของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่ามาตรการทางการค้าของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

7.3 สภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า สภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

7.4 ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้า

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้าจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้าจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

7.5 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

จากแบบสอบถามทั้ง 116 ชุด พบว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาค้นคว้า ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก พบว่า ในด้านขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้น จะมีบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาทซึ่งถือว่าเป็นบริษัทขนาดเล็กมากที่สุด เนื่องจากว่าบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยขนาดเล็กจะใช้เวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี และ 6 – 10 ปี เท่ากัน เนื่องจากว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา การขยายตัวใน

ธุรกิจส่งออกเม็ดพลาสติกมีเพิ่มมากขึ้นและมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2542 ซึ่งระบบเศรษฐกิจทั่วเอเชียได้รับผลกระทบทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐวุฒิ ประสาทกุลชัย (2537 : 59) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงปัญหาการผลิตและสถานการณ์ด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตเม็ดพลาสติกของไทย โดยสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปีและจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และจะส่งผลให้ปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตสินค้าและการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในด้านจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจำนวน 2 ประเภท ซึ่งมากกว่าจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกอื่นๆ และในด้านประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกเป็นประเภทโรงงานฉีดพลาสติก เนื่องจากว่า ประเทศจีนมีอุตสาหกรรมพลาสติกที่มีขนาดใหญ่มาก และส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานฉีดพลาสติกไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งโรงงานฉีดพลาสติกเหล่านี้จะมีความต้องการในการใช้เม็ดพลาสติกในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

จากสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิจัยขึ้นนี้จะสรุปได้ว่า ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกัน (ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก , จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก และประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก) ส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกัน โดยจำแนกได้ดังนี้

ด้านขนาดของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก , บริษัทที่ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีขนาดของบริษัทที่แตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนสูงกว่าบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง กล่าวคือ บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกที่มีขนาดใหญ่จะมีปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกที่มากกว่าบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง เนื่องจากว่าบริษัทขนาดใหญ่จะมีเงินลงทุนในกิจการมากกว่าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า

ด้านระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก บริษัทที่ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกที่แตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า บริษัทที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือเท่ากับ 11 ปี จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด เนื่องจากว่าบริษัทเหล่านี้มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการเป็นเวลานานจึงเป็นที่รู้จักของลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในบริษัท

ด้านจำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกแตกต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า บริษัทส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีการส่งออกเม็ดพลาสติกจำนวน 5 ประเภท จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด เนื่องจากว่ามีความหลากหลายในชนิดของเม็ดพลาสติกจึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2532:บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศและสู่ทางการค้าในตลาดโลก โดยสรุปได้ว่าแนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศและสู่ทางการค้าในตลาดโลก จะมีการแบ่งเป็น

ประเภทของผลิตภัณฑ์พลาสติกและเม็ดพลาสติก ที่มีการขยายตัวในระดับสูง , ปานกลาง และต่ำ ซึ่งจะทำให้สามารถทราบถึงแนวโน้มการใช้เม็ดพลาสติกในการผลิตเป็นสินค้าในประเภทดังกล่าว

ด้านประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติก ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกที่ต่างกันจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกประเภททั้งตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก จะมีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมากที่สุด เนื่องจากว่าลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกในประเทศจีนส่วนใหญ่จะมี 2 ประเภทใหญ่ๆ เท่านั้น คือตัวแทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกและโรงงานฉีดพลาสติก ดังนั้น ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่มีลูกค้าประเภททั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายและโรงงานฉีดพลาสติก จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วยซึ่ง สอดคล้องกับบทความในวารสารผู้ส่งออก ปีที่ 15 ฉบับที่ 356 ซึ่งสรุปได้ว่า ในปัจจุบันการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนนั้นจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากว่ามีอุตสาหกรรมหลายประเภทเกิดขึ้นใหม่ในจีนซึ่งจะต้องใช้ชิ้นส่วนพลาสติกเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสินค้า จึงเป็นที่สนใจให้นักลงทุนในจีนหรือนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนเปิดโรงงานฉีดพลาสติกในประเทศจีนเพิ่มมากขึ้นและบางส่วนนั้นจะเป็นเพียงตัวแทนจำหน่ายแต่จะมีความสามารถในการหาเม็ดพลาสติกที่มีราคาถูกมาตอบสนองให้กับลูกค้าได้

2. สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศ (ประกอบด้วย ราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก , ปริมาณของเม็ดพลาสติกภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ด้านราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศ ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความไม่แน่นอนของราคาเม็ดพลาสติกในประเทศ โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจึงไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในจีนมีความแตกต่างกัน ซึ่งบางบริษัทอาจจะไม่เน้นที่คุณภาพของเม็ดพลาสติก โดยจะเน้นที่ราคาถูกเป็นหลัก ดังนั้นคุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรต รัตนวิไลวรรณ (2530:109) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงการวิเคราะห์ผลของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย โดยสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ยังคงได้เปรียบในตลาดโลกเพิ่มขึ้นไม่มาก เนื่องจากประสบปัญหาทางด้านต้นทุนการผลิตสินค้าทำให้คุณภาพของสินค้าไม่ดีเท่าที่ควรรวมถึง ปัญหาทางด้านการกีดกันทางการค้า

ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ ปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปริมาณของเม็ดพลาสติกที่สามารถผลิตได้ในประเทศไทยสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าภายในประเทศได้อย่างเพียงพออยู่แล้ว จึงไม่ส่งผล

กระทบต่อการส่งออกไปขายในต่างประเทศ ดังนั้นปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ด้านการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล การให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนจะไม่ได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐบาลเท่าที่ควร เช่นด้านข้อมูลต่างๆ การขอคืนภาษี เป็นต้น โดยส่วนใหญ่วิษัทส่งออกเม็ดพลาสติกจะเป็นผู้ดำเนินการเองแทบทั้งสิ้น ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนิ มหาวินิจยมณตรี (2537:84) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงโครงสร้างการผลิต การตลาด และการคุ้มครองอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย โดยสรุปได้ว่านโยบายและมาตรการของรัฐบาลไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตสินค้าในขั้นกลางและเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศได้ เนื่องจากการขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล และได้สอดคล้องกับงานวิจัยของประธาน จิรจินดา (2537:82) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบของนโยบายการคุ้มครองทางด้านภาษีศุลกากร และนโยบายการค้าเสรีที่มีต่ออุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก โดยสรุปได้ว่าการพัฒนาในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกนั้นจะต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล

3. สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศ (ประกอบด้วย ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น , มาตรการทางการค้าของประเทศจีน , สภาพเศรษฐกิจของประเทศจีน , ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านำเข้า และความสัมพันธ์ของอัตราแลกเปลี่ยน) จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ด้านศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น . ศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น คือประเทศไต้หวันจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ลูกค้านำเข้าของผู้นำเข้าเม็ดพลาสติกของไทยและไต้หวันมีความแตกต่างกัน โดยที่ประเทศไต้หวันจะเน้นที่ตลาดที่ต้องการคุณภาพมาก ส่วนประเทศไทยเน้นที่ตลาดระดับกลางและล่าง ดังนั้นศักยภาพของคู่แข่งจากประเทศอื่น คือประเทศไต้หวันจะไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ด้านมาตรการทางการค้าของประเทศจีน มาตรการทางการค้าของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าประเทศจีนได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO อย่างเป็นทางการแล้ว ทำให้มาตรการทางการค้าของประเทศจีนเอื้ออำนวยต่อการส่งออกเม็ดพลาสติก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอัตราภาษ้นำเข้าเม็ดพลาสติก จึงเป็นสิ่งที่สนใจให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยที่จะขยายตลาดส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังประเทศจีนมากขึ้น ดังนั้นมาตรการทางการค้าของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา กุลเถลิง (2538:112) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมพลาสติกนั้นจะไม่ยึดติดกับตลาดใดตลาดหนึ่งและไม่ยึดติดกับแหล่งวัตถุดิบที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าในขั้นกลางและขั้นสุดท้าย แต่จะสัมพันธ์กับตลาดที่มีนโยบายเอื้ออำนวยต่อการลงทุนและการส่งออก

ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีน สภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผลจากการที่ประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ทำให้เกิดการลงทุนในด้านต่างๆ ในจีนเพิ่มมากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้สภาวะทางเศรษฐกิจของจีนมีการขยายตัวเป็นที่สนใจต่อการลงทุนและการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน ซึ่งจะสอดคล้องกับบทความในสายตรงตลาดต่างประเทศ สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งสรุปได้ว่าการที่จีนได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO นั้นจะทำให้สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศจะดีขึ้น เนื่องจากว่านักลงทุนชาวต่างชาติจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจต่างๆ ในจีนจะทำให้เกิดการจ้างงานขึ้น ปัญหาการว่างงานจะลดน้อยลง ทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงด้วย

ด้านความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในประเทศจีน ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า เป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในประเทศจีนโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนพลาสติกเป็นส่วนประกอบในการผลิต จึงทำให้มีความต้องการใช้เม็ดพลาสติกที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ระดับของค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง จะส่งผลกระทบต่อผลกำไรจากการส่งออกเม็ดพลาสติก ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

4. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย เรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดคือ

1. ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีน

เนื่องจากว่า ราคาของเม็ดพลาสติกในประเทศจีนแทบทุกชนิด จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้งและไม่มีความแน่นอน ทำให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไม่สามารถที่จะกำหนดราคาที่แน่นอนได้ ซึ่งบางครั้งราคาของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะต่ำกว่าราคาของเม็ดพลาสติกที่ขายในประเทศ

2. ความไม่มั่นคงทางการเมืองในจีน

เนื่องจากว่า ประเทศจีนมีระบบการปกครองแบบสังคมนิยม มีพรรคคอมมิวนิสต์เป็นสถาบันการเมืองที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายของประเทศต่างๆ รวมถึงนโยบายทางการค้าของจีนซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อเอื้อประโยชน์แก่ประเทศมากที่สุด จึงทำให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเกิดความไม่มั่น

ใจใน เสถียรภาพทางการเมืองของจีน และปัญหาค่ารื้อรับชั้นของเจ้าหน้าที่ศุลกากร ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยและทำให้ราคาเม็ดพลาสติกของไทยที่ส่งออกสูงขึ้นด้วย

3. ความไม่แน่นอนของลูกค้านำเกี่ยวกับปริมาณการใช้เม็ดพลาสติก และความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีน

เนื่องจากว่า ความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าในประเทศจีนมีความไม่แน่นอนอย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับแต่ละช่วงเวลาและราคาของเม็ดพลาสติกในช่วงเวลานั้น ส่วนด้านความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าในประเทศจีนนั้นจะเกี่ยวกับการผิมนัดชำระเงินค่าเม็ดพลาสติกและการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้

4. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในประเทศจีน และต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น

เนื่องจากว่า ภาษาส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้าในประเทศจีนคือ ภาษาแมนดาริน(จีนกลาง) ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยจะมีปัญหาในการติดต่อสื่อสาร จึงเป็นข้อเสียเปรียบคู่แข่งจากประเทศไต้หวัน ส่วนต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่การขนส่งเม็ดพลาสติกไปจีนจะทำการขนส่งทางเรือ ซึ่งค่าระวางเรือจะมีขึ้นในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐจึงมีการผันแปรตามค่าของเงินบาทในช่วงเวลานั้นๆ

5. ความเสียหายระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติก และคุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

เนื่องจากว่า ในระหว่างการขนส่งเม็ดพลาสติกนั้นจะต้องเสี่ยงกับความเสียหายต่างๆ เช่น ความชื้นที่เกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งทางเรือ ความเสียหายระหว่างการขนย้าย เป็นต้น ส่วนทางด้านคุณภาพเม็ดพลาสติกไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งในบางครั้งคุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออกจะไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ จึงได้รับการปฏิเสธในการรับสินค้าของลูกค้า ทำให้ต้นทุนของเม็ดพลาสติกเพิ่มขึ้นและเสียเวลาในการขนส่ง

ข้อเสนอแนะ

1. การกำหนดมาตรฐานทางด้านราคาให้ตรงกับคุณภาพของเม็ดพลาสติก

จากการศึกษาค้นคว้าจะพบว่า ปัญหาในการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนส่วนใหญ่จะเกิดจากผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไม่สามารถตอบสนองให้ตรงกับความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้าได้ อันเนื่องมาจากลูกค้าในประเทศจีนส่วนใหญ่จะต้องการเม็ดพลาสติกที่มีราคาต่ำ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้า แต่จะต้องการเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพด้วย ซึ่งด้วยเหตุนี้เองผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไม่สามารถสรรหาเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพดีแต่ราคาถูกได้ และเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าในประเทศจีน ก็ทำการจัดส่งเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพต่ำไปให้ลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าไม่ยอมรับเม็ดพลาสติกจากผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ด้วยเหตุนี้เองผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยจึงต้องมีการตกลงกับลูกค้าในประเทศจีนเสียก่อนในเรื่องการกำหนดราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก เพื่อเป็นการลดปัญหาการคืนเม็ดพลาสติกซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการส่งออกของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยด้วย

2. การได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่เพิ่มขึ้น

จากการศึกษาค้นคว้าจะพบว่า บัณฑิตภายนอกประเทศเป็นบัณฑิตที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยได้มองเห็นโอกาสที่ดีที่จะขยายตลาดส่งออกเม็ดพลาสติกไปประเทศจีนให้เพิ่มมากขึ้น

ไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางการค้าของจีน สภาพทางเศรษฐกิจของจีน และความต้องการเม็ดพลาสติกของลูกค้านจีน ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเป็นโอกาสที่เอื้ออำนวยให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยได้ส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังประเทศจีนได้มากขึ้น แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกจะต้องได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องเช่น การวางแผนจัดงานแสดงสินค้าในประเทศจีน การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติทางการค้า การให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก เป็นต้น เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนและผลักดันการส่งออกเม็ดพลาสติกไปสู่จีนให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการเพียงลำพังโดยปราศจากการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีนมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2545(จากตารางที่ 6) ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องจึงควรมองเห็นโอกาสที่ดีที่ประเทศจีนได้เปิดเสรีทางการค้าโดยได้เข้าเป็นสมาชิกของ WTO เพื่อทำการสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยสามารถขยายตลาดส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังตลาดใหม่ๆ ในประเทศจีน เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยให้สูงขึ้นกว่าในปัจจุบัน

3. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในปัจจุบัน

จากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2542 นั้น ทำให้ค่าเงินบาทของไทยเกิดการผันผวนอย่างต่อเนื่อง โดยจะขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของเงินสกุลหลักของโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งเงินดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้นผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยจึงจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทอย่างต่อเนื่อง เพราะว่าการชำระเงินค่าสินค้าในการส่งออกนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ โดยค่าเงินบาทจะมีการอ่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และจะผันแปรตามสภาวะทางเศรษฐกิจของโลก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทในแต่ละครั้งนั้นจะมีผลกระทบต่อกำไรจากการส่งออกเม็ดพลาสติก ซึ่งบางครั้งผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยอาจจะขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่ประเทศอื่น ๆ เพิ่มเติม
2. ควรจะมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงในแต่ละประเภทของเม็ดพลาสติกที่ลูกค้าต้องการ
3. ควรจะศึกษาถึงปัญหาของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยในการส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังประเทศอื่น ๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรณีการ สิทธิฐาน.(2541). การวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์).กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกริก.ถ่ายเอกสาร.
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.(2544). ผลกระทบจากการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- . (2544). สถิติการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.
- กรมส่งเสริมการส่งออก.(2545). วารสารผู้ส่งออก.15(356).
- . (ม.ป.ป.).วารสารผู้ส่งออก.15(346).
- . (2544). สายตรงตลาดต่างประเทศ. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ.
- .ข้อมูลเบื้องต้นประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ.
- กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์.(2543). การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะเศรษฐศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ เอส โฟโตสตุดีโอ.
- เกรียงศักดิ์ วงศ์พร้อมรัตน์.(2541). การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกโพลีเอทธิลีน ของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เจริญ นาคะสรรค์.(2544). กระบวนการแปรรูปพลาสติก. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ B.J. Plate Processor.
- จักรพันธ์ เต็นดวงบริพัทธ์และคณะ. (2540) . การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี. กรุงเทพฯ : โครงการวิจัยเสนอ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชาย กิตติคุณาภรณ์.(2543). สร้างธุรกิจส่งออกด้วยปัญญา. กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรส(1989).
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด.(2539). "อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก ." วารสารเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- อัคร อุดมไพจิตรกุล.(2543). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ณัฐณี มหาวินิจฉัยมนตรี.(2537). โครงสร้างการผลิต การตลาดและการคุ้มครอง อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- ณัฐวุฒิ ประสานสกุลชัย.(2537). การวิเคราะห์การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปรีชา พหลเทพ.(2534). โพลีเมอร์. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พงศ์พัฒน์ คุโรวาท.(2539). อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์.(2537). พลาสติก . พิมพ์ครั้งที่ 11 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ห.จ.ก. ป. สัมพันธ์พาณิชย์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2535). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วรวิทย์ นาควัฒนากุล.(2538). การพัฒนาการควบคุมคุณภาพและระบบการตรวจติดตามคุณภาพสำหรับโรงงานผลิตเม็ดพลาสติก. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2544). กระแสทรรศน์. 7(1079).

ศิริพร ปัญญาบาล.(2535). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : ตำรา-เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 15 ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยงานพิเศษ.

สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย.(2539). เอกสารการอบรมเรื่องอุตสาหกรรมปิโตรเคมี : โครงสร้างหลักวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์และการตลาด. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

สมพงษ์ กิรติวิกุล.(2541). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกไทย.(2539). วารสารพลาสติก.12(4) : 60-92.

สุรัช ลิขนะไพบูลย์.(2539). การส่งออกหนึ่งฟองสำเร็จรูปของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง.(2543). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.

อุบลรัตน์ ลิ้มปิยาภิรมณ์.(2540,มกราคม – มีนาคม). "ผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยในอนาคต," เศรษฐทัศน์. หน้า 19-29.

อัครยุทธ สุนทรวิภาต.(2533). แนวโน้มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Petroleum Institute of Thailand. (1997). *Thailand Petrochemical Market (1995-2006)*. Bangkok.

Morris, I.(1997, April). "Thailand," *Asian Chemical News*. 117 :11-34.

Morris, I.(1997, June). "Singapore," *Asian Chemical News*.125 :13-34.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

คำชี้แจง : กรุณากรอกรายละเอียดหรือทำเครื่องหมาย / ลงในหน้าข้อที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกเม็ดพลาสติก

1. ขนาดของบริษัท (โดยวัดจากทุนจดทะเบียนที่มีต่อกระทรวงพาณิชย์)

โปรดระบุ.....บาท

2. ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกเม็ดพลาสติก

โปรดระบุ.....ปี

3. จำนวนประเภทของเม็ดพลาสติกที่ส่งออก

โปรดระบุ(จำนวน)ประเภท

โปรดระบุ(ประเภท)

4. ประเภทของลูกค้าที่นำเข้าเม็ดพลาสติกของท่าน เช่น โรงงานฉีดพลาสติก , ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

ซึ่งจะแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยจะใช้วิธีการแบบ Semantic differential scale ซึ่งเป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย ซึ่งจะมีการกำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 –5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

ปัจจัยภายในประเทศ

ด้านราคาของเม็ดพลาสติก

5. ในปัจจุบันการตัดราคาของผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศไทยเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

เพิ่มขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

6. ในปัจจุบันกำไรจากการส่งออกเม็ดพลาสติกมากกว่าหรือน้อยกว่ากำไรจากการขายในประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากกว่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น้อยกว่า
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ด้านคุณภาพของเม็ดพลาสติก

7. ในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเม็ดพลาสติกมีความทันสมัยมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

8. ในปัจจุบันวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติกมีคุณภาพมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ด้านปริมาณของเม็ดพลาสติกในประเทศ

9. ในปัจจุบันการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติกมีเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

ลดลง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เพิ่มขึ้น
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

10. ในปัจจุบันความต้องการในการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศมีเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

ลดลง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เพิ่มขึ้น
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ด้านการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐบาล

11. ในปัจจุบันรัฐบาลของไทยให้การส่งเสริมการส่งออกเม็ดพลาสติกมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น้อยลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

12. ในปัจจุบันการให้สินเชื่อโดย EXIM BANKหรือธนาคารพาณิชย์ของไทย เพื่อช่วยเสริมสภาพคล่องให้กับผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยมีมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ปัจจัยภายนอกประเทศ

ด้านศักยภาพของคู่แข่งจากต่างประเทศ

13. ในปัจจุบันประเทศคู่แข่งของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย คือประเทศไต้หวัน มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าหรือน้อยกว่าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

น้อยกว่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ มากกว่า
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

14. ในปัจจุบันประเทศคู่แข่งชั้นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยคือ ประเทศใดหวั่นมีการกำหนดราคาเม็ดพลาสติกที่ขายในจีน(โดยเฉลี่ย)สูงกว่าหรือต่ำกว่าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

สูงกว่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ต่ำกว่า _____
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ด้านมาตรการทางการค้าของจีน

15. การกำหนดอัตราภาษีนำเข้าเม็ดพลาสติกของจีนในปัจจุบัน สูงขึ้นหรือต่ำลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

ต่ำลง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สูงขึ้น
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

16. ในปัจจุบันระบบทางการค้าของจีนเอื้ออำนวยหรือไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

เอื้ออำนวย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่เอื้ออำนวย
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

ด้านสภาวะทางเศรษฐกิจของจีน

17. ในปัจจุบันยอดขายเม็ดพลาสติกของไทยไปจีนเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

เพิ่มขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

18. แนวโน้มสภาวะทางเศรษฐกิจของจีนในปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว ซึ่งจะมีผลต่ออำนาจในการซื้อเม็ดเงินพลาสติกของผู้บริโภคในจีน

เพิ่มขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

ด้านความต้องการเม็ดเงินพลาสติกของลูกค้าในจีน

19. ในปัจจุบันปริมาณการใช้เม็ดเงินพลาสติกของลูกค้าในจีนมีมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

20. ในปัจจุบันอัตราการขยายตัวของเขตอุตสาหกรรมในจีนที่ต้องใช้เม็ดเงินพลาสติกเป็นวัตถุดิบในการผลิตเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

เพิ่มขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

21. ค่าเงินบาทในปัจจุบันมีความผันผวนมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

ลดลง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ มากขึ้น
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

22. ระดับของค่าเงินบาทในปัจจุบันจะทำให้กำไรจากการส่งออกเม็ดเงินพลาสติกของไทยไปจีนมีมากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
 5 4 3 2 1
 (เท่าเดิม)

ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน และข้อเสนอแนะของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย

โดยจะเป็นคำถามปลายเปิดและเป็นคำถามแบบ Semantic differential scale เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยเกี่ยวกับแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกในปี พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2544 และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปจีน

23. ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนของบริษัทท่านในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2545 มีปริมาณเท่าใด

โปรดระบุ..... บาท

24. ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกไปจีนของบริษัทท่านในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2544) มีปริมาณเท่าใด

โปรดระบุ..... บาท

25. เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของบริษัทท่านในปี พ.ศ. 2545 กับปีพ.ศ. 2544 (ในช่วง 2 ไตรมาสแรก) ท่านคิดว่า จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง

เพิ่มขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ลดลง
5 4 3 2 1
(เท่าเดิม)

26. ท่านคิดว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่ไม่ได้กล่าวมานี้ ที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน
โปรดระบุ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ที่ ทม 1012/ 7454



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๘ ตุลาคม 2545

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายประเสริฐ คุรพิพัฒน์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน” โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตให้ ท่าน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายประเสริฐ คุรพิพัฒน์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

ที่ ทม 1012/ 7453



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙๘ ตุลาคม 2545

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายประเสริฐ คุ้มพัฒน์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน” โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตให้ท่าน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทยไปสู่จีน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายประเสริฐ คุ้มพัฒน์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

ตาราง 1 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ(%)

ประเทศ	2540	2541	2542	2543	2544
โลก	28.04	24.43	-1.51	25.45	4.16
1. สหรัฐอเมริกา	39.69	41.23	-4.27	23.46	-0.65
2. ญี่ปุ่น	14.00	13.90	1.44	31.28	7.75
3. สิงคโปร์	16.61	-2.52	-1.16	25.92	-2.87
4. ฮองกง	30.95	7.11	-2.08	24.00	4.83
5. จีน	17.15	31.26	-3.12	60.52	12.31
6. มาเลเซีย	52.10	-5.71	9.85	40.96	6.68
7. สหราชอาณาจักร	46.05	33.13	-10.47	20.15	8.71
8. เนเธอร์แลนด์	28.13	54.10	-7.21	8.89	-0.64
9. ไต้หวัน	37.05	44.55	8.39	25.40	-12.23
10. เยอรมนี	9.34	43.35	-13.74	19.44	5.55
11. ประเทศอื่นๆ	30.53	28.17	0.20	21.89	8.15

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ: ปี 2544 เป็นข้อมูลเบื้องต้น

ตาราง 2 มูลค่าการค้า การส่งออก และนำเข้าระหว่างไทยกับจีน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า
2544	292,282	121,222	165,060	-37,837
2543	248,984	113,281	135,172	-22,421
2542	165,163	70,569	94,593	-24,024
2541	147,650	72,884	74,806	-1,962
2540	124,963	55,495	69,467	-13,971
2539	96,869	47,369	49,499	-2,129
2538	93,055	40,867	52,187	-11,319
2537	58,233	23,336	34,897	-11,561
2536	41,246	13,636	27,609	-13,973
2535	40,779	9,800	30,979	-21,178
2534	37,882	8,554	29,327	-20,772

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตาราง 3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากไทย

	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ	สัดส่วน	%เพิ่ม หรือลด
มูลค่าการนำเข้าจากไทย	3,454.45	100.00	9.92
1. เครื่องใช้ไฟฟ้า	674.27	19.52	24.62
2. เครื่องจักร	653.13	18.91	0.85
3. เม็ดพลาสติกและ ผลิตภัณฑ์พลาสติก	504.17	14.60	8.65
4. ยางพาราและผลิตภัณฑ์	286.10	8.28	-6.35
5. แร่และเชื้อเพลิง	265.43	7.68	-2.74
6. สินค้าอื่นๆ	1,071.35	31.01	17.52

ที่มา: World Trade Atlas – CHINA imports from THAILAND – January – September , 2001

ตาราง 4 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากตลาดโลก

	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ	สัดส่วน	%เพิ่ม หรือลด
มูลค่าการนำเข้ารวม	181,430.37	100.00	11.22
1. เครื่องใช้ไฟฟ้า	41,358.75	22.80	13.55
2. เครื่องจักร	29,859.65	16.46	20.87
3. แร่และเชื้อเพลิง	13,989.55	7.71	-4.05
4. เม็ดพลาสติกและ ผลิตภัณฑ์พลาสติก	11,526.96	6.35	10.30
5. เหล็กและเหล็กกล้า	8,342.56	4.60	24.06
6. สินค้าอื่นๆ	76,352.90	42.08	8.70

ที่มา: World Trade Atlas – CHINA imports from THAILAND – January – September , 2001

ตาราง 5 ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2540	2541	2542	2543	2544
โลก	1,806,681	2,248,089	2,214,248	2,777,733	2,893,176
1. สหรัฐอเมริกา	354,539	500,722	479,355	591,820	587,944
2. ญี่ปุ่น	270,765	308,394	312,837	410,677	442,492
3. สิงคโปร์	199,445	194,426	192,177	241,983	235,028
4.ฮ่องกง	107,538	115,185	112,789	139,855	146,616
5. จีน	55,495	72,844	70,569	113,281	127,222
6. มาเลเซีย	77,680	73,244	80,458	113,412	120,983
7. สหราชอาณาจักร	66,493	88,454	79,194	95,148	103,432
8. เนเธอร์แลนด์	58,148	89,606	83,145	90,535	89,956
9. ไต้หวัน	49,369	71,361	77,346	96,992	85,131
10. เยอรมนี	44,638	63,990	55,198	65,927	59,586
11. ประเทศอื่นๆ	522,620	669,859	671,175	818,097	884,782

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ: ปี 2544 เป็นข้อมูลเบื้องต้น

ตาราง 6 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่จีนนำเข้าจากไทย ในปีพ.ศ. 2545 (มกราคม – มิถุนายน)

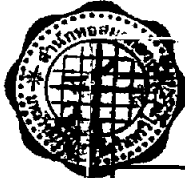
	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ	สัดส่วน	%เพิ่ม หรือลด
มูลค่าการนำเข้าจากไทย	2,408.56	100.00	5.11
1. เครื่องใช้ไฟฟ้า	529.04	21.97	14.43
2. เครื่องจักร	508.73	21.12	14.74
3. เม็ดพลาสติกและ ผลิตภัณฑ์พลาสติก	336.39	13.97	1.14
4. ยางพาราและผลิตภัณฑ์	171.92	7.14	-11.19
5. แร่และเชื้อเพลิง	109.34	4.54	-42.39
6. สินค้าอื่นๆ	753.14	31.26	12.43

ที่มา: World Trade Atlas – CHINA imports from THAILAND – January – June , 2002

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายประเสริฐ กุร์พิพัฒน์
วันเดือนปีเกิด	29 ตุลาคม 2518
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	374-376 ซอยสาธุประดิษฐ์ 34 ถนนสาธุประดิษฐ์ เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้จัดการสนาม บริษัทโอสิริ แอนด์ ซันส์ จำกัด ผู้จัดการด้านขายเม็ดพลาสติก หสม. ยูนิตี้ โพลีเทรต
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาปีที่ 6 (วิทยาศาสตร์) โรงเรียนวัดสุทธิวราราม
พ.ศ. 2539	บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
วันกำหนดส่ง

เลขทะเบียนหนังสือ

๖	พ.ค. 2547	
๗	ก.ค. 2547	
๘	ค.ค. 2547	
๙	พ.ค. 2548	
๑๐	ก.ค. 2548	
๑๑	ค.ค. 2548	
๑๒	พ.ค. 2548	
๑๓	ก.ค. 2548	
๑๔	ค.ค. 2548	
๑๕	พ.ค. 2548	
๑๖	ก.ค. 2548	
๑๗	ค.ค. 2548	
๑๘	พ.ค. 2548	
๑๙	ก.ค. 2548	
๒๐	ค.ค. 2548	
๒๑	พ.ค. 2548	
๒๒	ก.ค. 2548	
๒๓	ค.ค. 2548	
๒๔	พ.ค. 2548	
๒๕	ก.ค. 2548	
๒๖	ค.ค. 2548	
๒๗	พ.ค. 2548	
๒๘	ก.ค. 2548	
๒๙	ค.ค. 2548	
๓๐	พ.ค. 2548	
๓๑	ก.ค. 2548	
๓๒	ค.ค. 2548	
๓๓	พ.ค. 2548	
๓๔	ก.ค. 2548	
๓๕	ค.ค. 2548	
๓๖	พ.ค. 2548	
๓๗	ก.ค. 2548	
๓๘	ค.ค. 2548	
๓๙	พ.ค. 2548	
๔๐	ก.ค. 2548	
๔๑	ค.ค. 2548	
๔๒	พ.ค. 2548	
๔๓	ก.ค. 2548	
๔๔	ค.ค. 2548	
๔๕	พ.ค. 2548	
๔๖	ก.ค. 2548	
๔๗	ค.ค. 2548	
๔๘	พ.ค. 2548	
๔๙	ก.ค. 2548	
๕๐	ค.ค. 2548	
๕๑	พ.ค. 2548	
๕๒	ก.ค. 2548	
๕๓	ค.ค. 2548	
๕๔	พ.ค. 2548	
๕๕	ก.ค. 2548	
๕๖	ค.ค. 2548	
๕๗	พ.ค. 2548	
๕๘	ก.ค. 2548	
๕๙	ค.ค. 2548	
๖๐	พ.ค. 2548	
๖๑	ก.ค. 2548	
๖๒	ค.ค. 2548	
๖๓	พ.ค. 2548	
๖๔	ก.ค. 2548	
๖๕	ค.ค. 2548	
๖๖	พ.ค. 2548	
๖๗	ก.ค. 2548	
๖๘	ค.ค. 2548	
๖๙	พ.ค. 2548	
๗๐	ก.ค. 2548	
๗๑	ค.ค. 2548	
๗๒	พ.ค. 2548	
๗๓	ก.ค. 2548	
๗๔	ค.ค. 2548	
๗๕	พ.ค. 2548	
๗๖	ก.ค. 2548	
๗๗	ค.ค. 2548	
๗๘	พ.ค. 2548	
๗๙	ก.ค. 2548	
๘๐	ค.ค. 2548	
๘๑	พ.ค. 2548	
๘๒	ก.ค. 2548	
๘๓	ค.ค. 2548	
๘๔	พ.ค. 2548	
๘๕	ก.ค. 2548	
๘๖	ค.ค. 2548	
๘๗	พ.ค. 2548	
๘๘	ก.ค. 2548	
๘๙	ค.ค. 2548	
๙๐	พ.ค. 2548	
๙๑	ก.ค. 2548	
๙๒	ค.ค. 2548	
๙๓	พ.ค. 2548	
๙๔	ก.ค. 2548	
๙๕	ค.ค. 2548	
๙๖	พ.ค. 2548	
๙๗	ก.ค. 2548	
๙๘	ค.ค. 2548	
๙๙	พ.ค. 2548	
๑๐๐	ก.ค. 2548	