

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ
ของประเทศไทย

สารนิพนธ์
ของ
ดลยา แพทย์จะเกรียง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2550

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ
ของประเทศไทย

บทคัดย่อ
ของ
ดลยา แพทย์จะเกรียง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2550

ดลยา แพทย์จะเกร็ง. (2550). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดย การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดย การวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ จะวิเคราะห์ผลความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ที่มีต่อตลาดประเทศไทยได้หวั่นซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก และตลาดโลก ในช่วงเวลา 6 ปี คือ ปี พ.ศ. 2543-2548

การวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร จะวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้ทำการศึกษาจากตัวแทนประชากรผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพ ปริมณฑล และพื้นที่อื่น ๆ จำนวนทั้งสิ้น 40 บริษัท จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนในการสุ่มร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่รวมจำนวน 8 บริษัท โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ยร้อยละเพื่อแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของแต่ละปัจจัยตามแบบจำลองเพชร (2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนมาวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร และกำหนดเป็นคะแนนจากนั้นนำมาวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ยร้อยละเพื่อแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

1.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศไทยได้หวั่นพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศได้หวั่น ในทุกปี โดยมาจากบรรจุภัณฑ์กระดาษดังต่อไปนี้มากที่สุด คือ สินค้าพิกัด 4819.200 (หีบ กล่องและซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก) และสินค้าพิกัด 4819.500 (ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง) ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศได้หวั่นอย่างต่อเนื่องใน พ.ศ. 2543-2548 โดยมาจากพิกัดดังต่อไปนี้ คือ สินค้าพิกัด 4819.100 (หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและ

กระดาษแข็งชนิดลูกฟูก), สินค้าพิกัด 4819.200 (หีบ กล่องและซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก) และสินค้าพิกัด 4819.600 (แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้า และสถานที่ที่คล้ายกัน) ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้น ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศใดวันในทุกปี

1.2 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก พบว่าในปี 2543- 2548 ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก แต่ในสินค้าพิกัดย่อยของบรรจุภัณฑ์กระดาษ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ สินค้าพิกัดย่อย 4819.200 (หีบ กล่องและซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก) ในทุกปี ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสินค้าพิกัดย่อย 4819.400 (กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย) ในทุกปี ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นไม่มีสินค้าพิกัดย่อยใดเลยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันในปี 2543-2548

2. การวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร

2.1 การวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร จากข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า ปัจจัยการผลิตในประเทศ และ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วน อุปสงค์ในประเทศ และ กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันปานกลาง และโดยภาพรวมทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยค่อนข้างสูง

2.2 การวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร จากข้อมูลทุติยภูมิ พบว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และ กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วน ปัจจัยการผลิตในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันปานกลาง โดยภาพรวมทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยค่อนข้างสูง

THE STUDY OF EXPORT COMPETITIVE POTENTIAL OF THE THAI
PAPER PACKAGING INDUSTRY

AN ABSTRACT
BY
DONLAYA PATJAKRENG

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University
May 2007

Donlaya Patjakreng. (2007). *The Study of Export Competitive Potential of the Thai Paper Packaging Industry*. Master's Project, M. Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc. Prof. Dr. Aotip Ratniyom.

The objective of this study was twofold: (1) to study the competitiveness of Thai exports of paper packaging using Revealed Comparative Advantage (RCA) and (2) to study the factors that affect the export competitive potential of Thai paper packaging using the Diamond Model.

The study of Revealed Comparative Advantage involved an analysis of the competitiveness of Thailand's paper packaging exports in comparison to its major competitors, China and Japan. The analysis was made within the Taiwanese market, which is a key export market for Thai paper packaging, as well as the global market over a six year period spanning the years 2000-2005

The Diamond Model analysis involved an examination of Primary data and Secondary Data. (1) Primary data was sourced from representatives of Thai companies that produce and export paper packaging located within a sampling area that included Bangkok, its surrounding areas, and other areas. Simple Random Sampling of 20% was used to select 8 companies out of the 40 firms within the sampling area that met the search criteria. Primary data was collected through the use of questionnaires and interviews. The data was then analyzed as a percentage to show the level of competitive potential under the various factors of the Diamond Model. (2) Secondary data analysis under the diamond model involved an examination of data sourced from both state enterprises and the private sector. A score was assigned, which was then analyzed as a percentage representing competitive potential.

The study revealed the following:

1. Analysis using Revealed Comparative Advantage

1.1 The analysis of Thailand's paper packaging exports, in comparison to those of China and Japan, to the Taiwanese market between 2000-2005 using Revealed Comparative Advantage, showed that for each year, Thailand had the greatest comparative advantage in exports of paper products in the following categories: HS 4819.200 (folding cartons, boxes and cases, of non-corrugated paper or paperboard), HS 4819.500 (other

packaging containers, including record sleeves). China had an advantage within categories HS 4819.100 (cartons, boxes and cases, of corrugated paper or paperboard), HS 4819.200 (folding cartons, boxes and cases, of non-corrugated paper or paperboard), and HS 4819.600 (box files, letter trays, storage boxes and similar articles, of a kind used in offices, shops or the like). Japan, however, did not enjoy any comparative advantage in exports of paper packaging to Taiwan within the years under analysis.

1.2 The analysis of the paper packaging exports of Thailand, China, and Japan to the global market during the years 2000-2005 revealed that none of these countries enjoyed a comparative advantage. However Thailand exhibited export competitive potential in subcategories of category HS 4819.200 (folding cartons, boxes and cases, of non-corrugated paper or paperboard) each year. China had a comparative advantage in subcategories of category HS 4819.400 (other sacks and bags including cones). Lastly, Japan had no comparative advantage in any subcategories during the years under analysis.

2. Analysis using the Diamond Model

2.1 The analysis of primary data using the Diamond Model revealed that Factor Conditions as well as Related and Supporting Industries have a rather high level of influence on competitive potential. Demand Conditions and Firm Strategy, Structure, and Rivalry have a medium level of influence on competitive potential. When looked at together, these four factors have a rather high level of influence on the competitive potential of Thailand's paper packaging exports.

2.2 The analysis of secondary data using the Diamond Model revealed that Related and Supporting Industries have a high degree of influence on competitiveness. Demand Conditions and Firm Strategy, Structure, and Rivalry have a rather strong influence on competitiveness. Lastly, Factor Conditions have a medium level of influence on competitiveness. When seen as a whole, these four factors have a rather high level of influence on the export competitive potential of Thai paper packaging.

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ
ของประเทศไทย

สารนิพนธ์
ของ
ดลยา แพทย์จะเกร็ง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม)

คณะกรรมการสอบ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

ประธาน

.....
(อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ในการวิจัยอย่างดียิ่ง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสิ้นเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม และ อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล ที่กรุณาสละเวลาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทความรู้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจและให้คำแนะนำ และทุกท่านที่มีอากกล่าวนามได้ทั้งหมดที่ให้ความช่วยเหลือ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาสละเวลาให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ และข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นอย่างมาก

สุดท้ายนี้ด้วยคุณความดีและประโยชน์อันอาจเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ขอมอบให้บิดามารดา คณาจารย์ ที่อบรมสั่งสอนและให้วิชาความรู้ แต่หากมีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยขออภัยรับไว้เพียงผู้เดียว

ดลยา แพทย์จะเกร็ง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	6
ความสำคัญของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ข้อจำกัดของการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	14
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	14
ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
งานวิจัยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ	20
งานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ของการส่งออก	22
ความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ	24
ประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษ	24
การผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ	26
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	30
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	31
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออก บรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย	49
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในตลาดประเทศไต้หวัน	54
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในตลาดโลก	63
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน ของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย	71
การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลปฐมภูมิ	71
การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลทุติยภูมิ	78
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	94
การอภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะ	104
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	104
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	109
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	113

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยปี 2543 – 2548	3
2 ตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ปี 2543 – 2548	4
3 พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนไนซ์ที่เกี่ยวข้องกับ บรรจุภัณฑ์กระดาษ	31
4 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก	32
5 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	36
6 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ	37
7 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ จากข้อมูลปฐมภูมิ	39
8 การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ จากข้อมูลปฐมภูมิ	41
9 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ในกลุ่มปัจจัยการผลิตในประเทศ จากข้อมูลทุติยภูมิ	42
10 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	43
11 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ จากข้อมูลทุติยภูมิ	44
12 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ	45
13 มูลค่าการนำเข้าสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของประเทศไต้หวัน ปี 2543-2548	47
14 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศไต้หวันปี 2543-2548	48
15 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศไต้หวันปี 2543-2548	48
16 มูลค่าการนำเข้าสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของโลกปี 2543-2548	49
17 เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขัน	52
18 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819 ในตลาดประเทศไต้หวัน	54
19 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.100 ในตลาดประเทศไต้หวัน	52

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.200 ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	56
21 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.300 ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	57
22 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.400 ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	58
23 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.500 ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	59
24 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.600 ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	60
25 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819 ในตลาดโลก.....	63
26 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.100 ในตลาดโลก.....	64
27 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.200 ในตลาดโลก.....	65
28 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.300 ในตลาดโลก.....	66
29 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.400 ในตลาดโลก.....	67
30 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.500 ในตลาดโลก.....	68
31 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าฟักัด 4819.600 ในตลาดโลก.....	69
32 การวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร.....	71
33 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตภายในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ.....	72
34 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ.....	73
35 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ จากข้อมูลปฐมภูมิ.....	74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ จากข้อมูลปฐมภูมิ.....	75
37 ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิโดยใช้การวิเคราะห์ระบบเพชร.....	78
38 ข้อมูลตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ.....	79
39 คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ.....	79
40 ข้อมูลตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ.....	80
41 คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ.....	81
42 ข้อมูลตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ จากข้อมูลทุติยภูมิ.....	81
43 ค่าดัชนีการส่งสินค้า.....	82
44 คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ จากข้อมูลทุติยภูมิ.....	83
45 จำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษจัดตั้งแยกตามประเภทนิติบุคคล.....	83
46 จำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ระดับสากล.....	84
47 คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ จากข้อมูลทุติยภูมิ.....	85

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 สัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	2
2 สัดส่วนการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไต้หวันแยก เป็นรายประเทศปี 2547.....	5
3 กรอบแนวคิดตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1.....	11
4 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลปฐมภูมิ.....	12
5 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลทุติยภูมิ.....	13
6 แบบจำลองเพชร.....	16
7 ขั้นตอนการผลิตกล่องกระดาษ.....	29
8 สรุปการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในตลาดประเทศไต้หวัน.....	81
9 สรุปการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก...	70
10 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลปฐมภูมิ.....	77
11 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลทุติยภูมิ.....	85

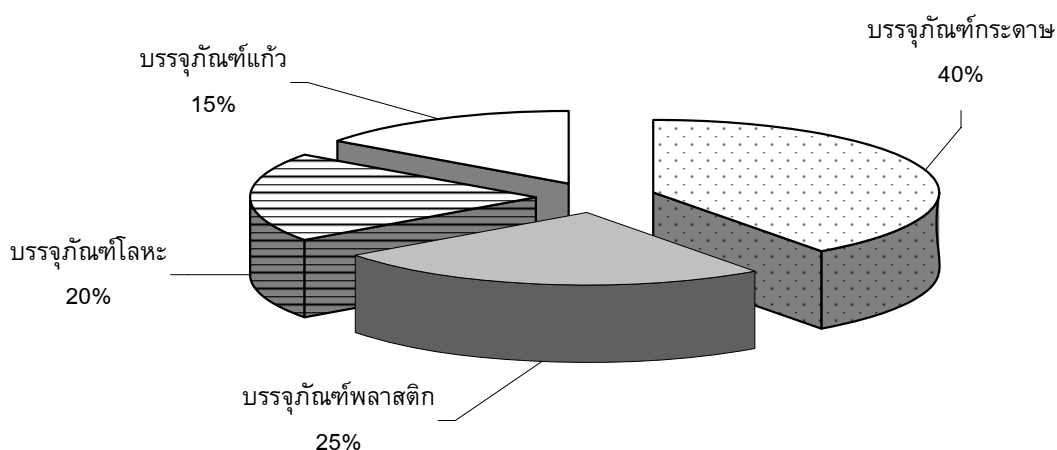
บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทยนั้นได้มีการพัฒนา และมีบทบาทสำคัญมากขึ้นตามลำดับ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการผลิต และการจำหน่ายสินค้า ด้วยบทบาทหน้าที่ ในการปกป้องคุ้มครองสินค้าให้รอดพ้นจากความเสียหายในระหว่างลำเลียงขนส่ง และเก็บรักษาป้องกันการปนเปื้อน ให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ใช้ป้องกันการเสื่อมสภาพของสินค้า แจ้งรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า นอกจากนี้ยังได้มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทจากตัวสินค้าไปสู่ด้านการตลาดมากขึ้น เพื่อนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมการขายให้กับตัวสินค้า ตลอดจนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และส่งเสริมการขาย รวมถึงวิทยาการด้านการบรรจุภัณฑ์ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้วัสดุที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมตามการใช้งาน และลดต้นทุนการผลิต อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังมีส่วนสนับสนุนภาคการส่งออกสินค้าของไทยทางอ้อมอีกด้วย บ่อยครั้งที่บรรจุภัณฑ์ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจึงทำให้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในส่วนของการป้องกันความเสียหายของสินค้าของผู้ผลิต และเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจจึงได้ให้ความสำคัญต่อการออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เทียบเท่ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการ และแข่งขันในตลาดได้

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั่วโลกมีการรณรงค์ให้อุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น บรรจุภัณฑ์กระดาษจึงได้รับความนิยมเนื่องจากผลิตจากพืชที่ง่ายต่อการย่อยสลาย และยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) จึงทำให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และประหยัดพลังงาน สามารถลดการนำวัตถุดิบ และพลังงานที่ต้องใช้ในการผลิต อีกทั้งบรรจุภัณฑ์กระดาษมีราคาถูก และมีหลายขนาดตามความต้องการใช้ และด้วยคุณสมบัติดังกล่าวจึงทำให้สัดส่วนการผลิตมีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จากภาพประกอบ 1 แสดงสัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์ในปี 2547 ซึ่งได้แบ่งบรรจุภัณฑ์ตามวัสดุที่ใช้ผลิตไว้ 4 ประเภทคือ บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์แก้วพบว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้นมีสัดส่วนการผลิตสูงกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น โดยอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีสัดส่วนการผลิตถึงร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจาก พลาสติก โลหะ และแก้ว



ภาพประกอบ 1 สัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์
ที่มา : กรมการค้าต่างประเทศ. (2548). (ออนไลน์).

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทต่อการเสริมสร้างอุตสาหกรรมต่างๆ และระบบการจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ อันประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมกล่องกระดาษลูกฟูก กล่องกระดาษแข็ง ฉลาก ถึงกระดาษ ถุงกระดาษ ซึ่งปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำรายได้เข้าประเทศ จากการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปตลอดจนการยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนด้วยการบริโภคสินค้าต่างๆ ที่บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพาหะส่งไปถึงสถานที่บริโภค จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมกระดาษมีส่วนช่วยเสริมสร้าง และผลักดันให้สินค้าของประเทศสามารถส่งออกไปแข่งขันกับนานาประเทศได้

ปัจจุบันพบว่ากระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษมีมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปี 2543 - 2548 โดยมีมูลค่าการส่งออก 603.10 610.50 617.60 712 776 และ 909.7 ล้านบาท สหรัฐ จากมูลค่าการส่งออกดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนไม่น้อย โดยมูลค่าการส่งออกนั้นมีอัตราการขยายตัวในปี 2543-2548 เท่ากับ 1.22 1.16 15.28 8.98 และ 17.22 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นว่ากระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษมีแนวโน้มการส่งออกที่มากขึ้น ดังนั้นในอนาคตก็จะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. 2549 : ออนไลน์)

ในส่วนของมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษปี 2543 – 2548 (ตาราง 1) นั้นมีมูลค่าเท่ากับ 56.50 64.40 69.00 76.30 89.70 และ 96.80 ตามลำดับ อัตราการขยายตัวร้อยละ 13.98 7.14 10.58 17.56 และ 7.92 ในปี 2544-2548 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในทุกปีประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สูงขึ้นเป็นลำดับ และมีอัตราการขยายตัวในทุกปีเช่นเดียวกัน ตลาดส่งออกที่เป็นตลาดสำคัญและมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดได้แก่ ประเทศไต้หวัน โดยประเทศไต้หวันมีมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง

ตาราง 1 มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยปี 2543 – 2548

ปี	มูลค่า : ล้านบาท	อัตราการขยายตัวร้อยละ
2543	56.50	
2544	64.40	13.98
2545	69.00	7.14
2546	76.30	10.58
2547	89.70	17.56
2548	96.80	7.92

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2549). (ออนไลน์).

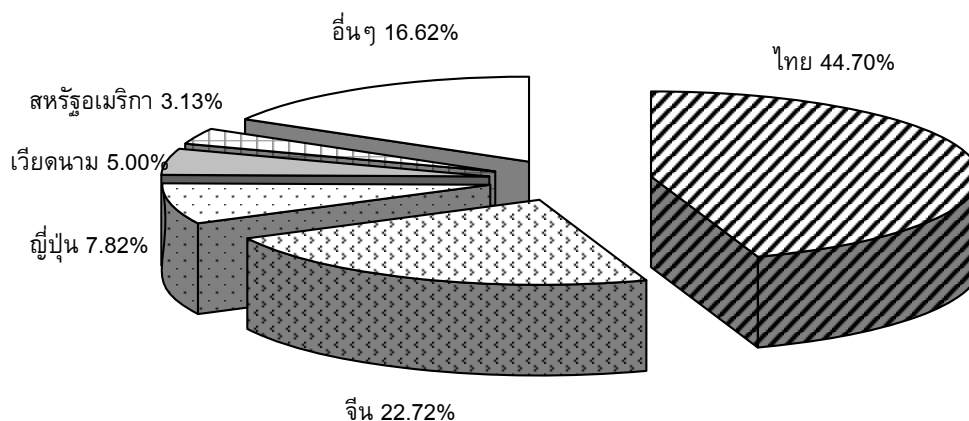
ตลาดการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ปี 2543 – 2548 (ตาราง 2) นั้นพบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันมากที่สุดในทุกปี และมีมูลค่าที่สูงกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกที่ส่งไปประเทศอื่นๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปประเทศไต้หวันมีค่าเท่ากับ 32.90 33.50 28.80 29.40 และ 29.30 ตามลำดับ

ตาราง 2 ตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ปี 2543 – 2548

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1 ไต้หวัน	32.9	33.5	28.8	28.3	29.4	29.3
2 เวียดนาม	0.8	0.3	1.2	1.4	6.2	10.7
3 สหรัฐอเมริกา	1.7	2.7	6.5	6.5	6.3	9.8
4 อินโดนีเซีย	0.1	0.2	1.5	4.1	6.6	8.2
5 จีน	5.9	8.8	9.2	11.3	9.5	5.9
6 เกาหลีใต้	1.0	1.4	1.4	3.1	4.2	5.7
7 คุเวต	2.1	2.2	3.5	4.1	3.7	4.0
8 ญี่ปุ่น	2.3	2.3	2.3	2.4	3.6	3.7
9 โอมาน	-	-	-	1.1	2.1	2.3
10 มาเลเซีย	-	1.1	1.1	1.3	1.6	1.9
รวม 10 รายการ	46.8	52.5	55.5	63.6	73.2	81.5
อื่นๆ	9.7	11.9	13.5	12.7	16.5	15.3
มูลค่ารวม	56.5	64.4	69.0	76.3	89.7	96.8

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2548). (ออนไลน์).

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สำคัญของประเทศไทย และถ้าพิจารณาจากภาพประกอบ 2 จะพบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีสัดส่วนร้อยละ 44.70 ในขณะที่นำเข้าจากประเทศจีน ญี่ปุ่น เป็นอันดับรองลงมา โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22.72 และร้อยละ 7.82 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าไต้หวันมีสัดส่วนการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษจากไทยมากที่สุดเช่นกัน และเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ก็จะพบว่าประเทศจีนถือได้ว่าเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ประเทศไทยควรให้ความสำคัญเนื่องจากมีสัดส่วนการส่งออกในอัตราที่สูง



ภาพประกอบ 2 สัดส่วนการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไต้หวันแยกเป็นรายประเทศปี 2547
ที่มา : Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China. (2005). (Online).

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษทั่วประเทศที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมรวม 618 โรงงาน มีเงินลงทุนรวม 9,240 ล้านบาท และมีการจ้างแรงงานรวม 17,417 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม.(2548).(ออนไลน์) สำหรับการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของผู้ประกอบการไทยนั้น มีผู้ประกอบการที่ส่งออกบรรจุภัณฑ์ กระดาษ 40 ราย โดยจำนวนผู้ผลิตที่ส่งออกนั้นน้อยกว่าผู้ผลิตที่ไม่ได้ส่งออกแต่สร้างมูลค่าการส่งออกได้เป็นจำนวนมากดังรายละเอียดมูลค่าการส่งออกที่ได้กล่าวไปแล้ว

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนด้านการผลิตและการตลาดจากภาครัฐบาลทั้งทางตรง และทางอ้อมมากขึ้นในปัจจุบัน อาทิ นโยบายการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ (สินสาคร) และนโยบายการลดภาษีนำเข้ากระดาษกราฟท์และกระดาษแข็งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบลดลงเหลือร้อยละ 5 ในปี 2548 การลดภาษีดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษลดลงจากการที่ราคาวัตถุดิบหลักคือกระดาษลดลง

จากความสำเร็จดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้นจะเป็นประโยชน์กับผู้ส่งออกในปัจจุบัน รวมไปถึงผู้ผลิตเดิมและที่กำลังจะเข้ามาในอนาคตในอันที่จะตัดสินใจทำการส่งออกบรรจุภัณฑ์ จึงได้ทำการศึกษาใน 2 ประเด็น คือ ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น และศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อขยายตลาดการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปสู่ประเทศต่างๆ ได้มากขึ้นในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้โดยศึกษาใน 2 ด้านคือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยในตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน คือ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายในการจัดการเพื่อสนับสนุนการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

2. ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ต่อไปในอนาคต

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไปในตลาดส่งออกหลัก และเพื่อการขยายการส่งออกไปยังตลาดโลก

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยตามความมุ่งหมายที่ 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นโดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) จากข้อมูลการส่งออก และการนำเข้าภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนิไนซ์ (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) นำมาวิเคราะห์เป็นรายพิกัดในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 รวมระยะเวลา 6 ปี ซึ่งเป็นช่วง

หลังจากที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยพิกัดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1.สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

1.1 สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

1.2 สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

1.3 สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ภาชนะบรรจุชนิดอื่น ๆ

1.4 สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

1.5 สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

1.6 สินค้าพิกัด HS 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

2. การวิจัยตามความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก จำนวน 8 บริษัท ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่กรุงเทพ พื้นที่ปริมณฑล และพื้นที่อื่น ๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างเขตพื้นที่ร้อยละ 20 จากจำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกทั้งสิ้น 40 บริษัท โดยสุ่มร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่ คือ จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 11 บริษัท จะได้ 2 บริษัท ในเขตพื้นที่ปริมณฑลจำนวน 20 บริษัท จะได้ 4 บริษัท จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 9 บริษัท จะได้ 2 บริษัท

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกนั้น เนื่องจากผู้ตอบมีภาระงานมาก และประกอบกับผู้ตอบได้รับแบบสอบถามจากแหล่งวิจัยอื่นด้วย ทำให้การเข้าถึงเป็นไปได้ยาก และมีข้อมูลบางส่วนเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้เนื่องจากอาจมีผลกระทบต่อการแข่งขันของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท ซึ่งมาจากการสุ่มร้อยละ 20 จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 40 บริษัท

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ ความสามารถของปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยตามแบบจำลองเพชร

บรรจุภัณฑ์กระดาษ หมายถึง หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แผ่นชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน โดยในการพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบรรจุภัณฑ์กระดาษได้แบ่งบรรจุภัณฑ์กระดาษตามรหัสสินค้าพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนีซ์ดังต่อไปนี้

- สินค้าพิกัด HS 4819 หมายถึง หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แผ่นชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หมายถึง หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หมายถึง หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 หมายถึง กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 หมายถึง กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 หมายถึง ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 หมายถึง แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) หมายถึง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่เสนอโดย B.Balassa ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อย่างง่าย ๆ ของความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ทำการศึกษาในประเทศที่ต้องการศึกษาโดยเปรียบเทียบ โดยได้พิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศของประเทศไทยหรือประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศไต้หวันหรือตลาดโลกกับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศไต้หวันหรือตลาดโลก เทียบกับสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศทั้งหมดของประเทศไต้หวันหรือตลาดโลกกับมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศไต้หวันหรือตลาดโลก โดยค่าที่ได้จะแสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังนี้

มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไต้หวันหรือโลก

มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่นมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไต้หวันหรือโลก

มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประเทศไทยหรือประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไต้หวันหรือโลก

ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

ปัจจัยการผลิตในประเทศ หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน และปัจจัยขั้นสูงซึ่งมีความสำคัญสูงมากต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง โดยการพิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมิจะพิจารณาปัจจัยพื้นฐานอันประกอบไปด้วย วัตถุดิบ และแรงงาน และปัจจัยขั้นสูงจะศึกษาทางด้านการจัดการทรัพยากรความรู้ และการพัฒนาและนวัตกรรม ส่วนการพิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมิจะพิจารณาจากอัตราต้นทุนขายต่อ ยอดขาย และอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม

อุปสงค์ในประเทศ หมายถึง การมีอุปสงค์ภายในประเทศจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนา โดยการพิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมิจะพิจารณาจากขนาดของอุปสงค์ อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น ผู้ซื้อที่จริงจัง ส่วนผสมของอุปสงค์ภายในประเทศ ส่วนการพิจารณาในระดับทุติยภูมิจะพิจารณาจากอุปสงค์ภาคต่างประเทศของบรรจุกฎเกณฑ์กระดาศจากมูลค่าการส่งออก การนำเข้า และการส่งออกสุทธิ

อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ หมายถึง การมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจะก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศต่ออุตสาหกรรมที่อุตสาหกรรมนั้นสนับสนุนอยู่ สำหรับการพิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมินั้นพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ ของกลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอันได้แก่อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมปลายน้ำ และอุตสาหกรรมสนับสนุน ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ ส่วนการพิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมินั้นพิจารณาจากจำนวนการรวมกลุ่ม ผลการเชื่อมโยงไปข้างหน้า และผลการเชื่อมโยงไปข้างหลังของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ หมายถึง การเลือกใช้กลยุทธ์ และโครงสร้างของผู้ผลิตในประเทศโดยข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจะสอดคล้องกับระบบการจัดการที่สะท้อนลักษณะเฉพาะวัฒนธรรมของประเทศนั้น ส่วนสภาพการแข่งขันในประเทศจะกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ สำหรับการพิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมินั้นพิจารณาจากการจัดการของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษทางด้าน การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดโครงสร้าง เพื่อสนับสนุนการขายบรรจุภัณฑ์กระดาษ และพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันภายในประเทศของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ส่วนการพิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมิจะพิจารณาจาก จำนวนสถานประกอบการจดทะเบียน และจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล

อุตสาหกรรมต้นน้ำ หมายถึง ผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ ได้แก่ อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

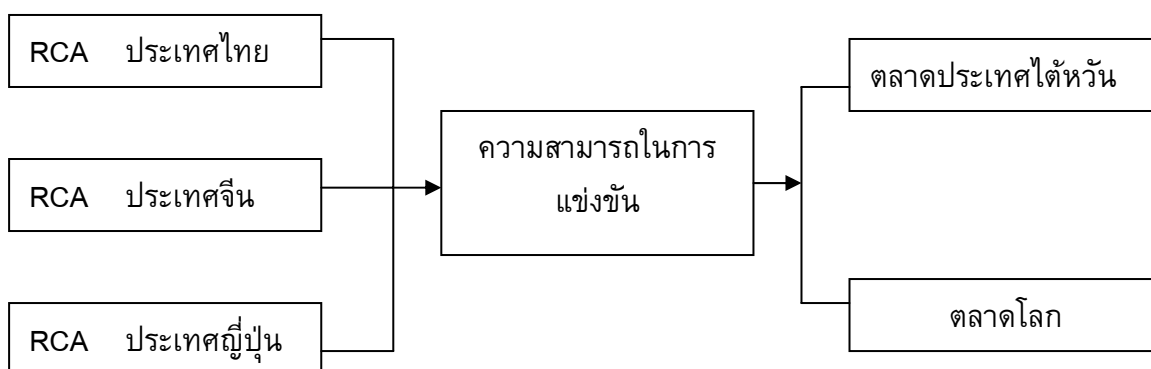
อุตสาหกรรมปลายน้ำ หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้ผลผลิตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษเป็นปัจจัยการผลิต ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก หมายถึง สถานประกอบการที่มีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ และได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมประเภท 39 โรงงานผลิตภาชนะบรรจุจากกระดาษทุกชนิดหรือแผ่นกระดาษไฟเบอร์ จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และมีการจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษไปต่างประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้กระทำภายใต้กรอบความคิด 2 ส่วนตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 และความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 2 ดังมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไทยได้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไทยได้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยมีกรอบแนวคิดตามภาพประกอบ 3

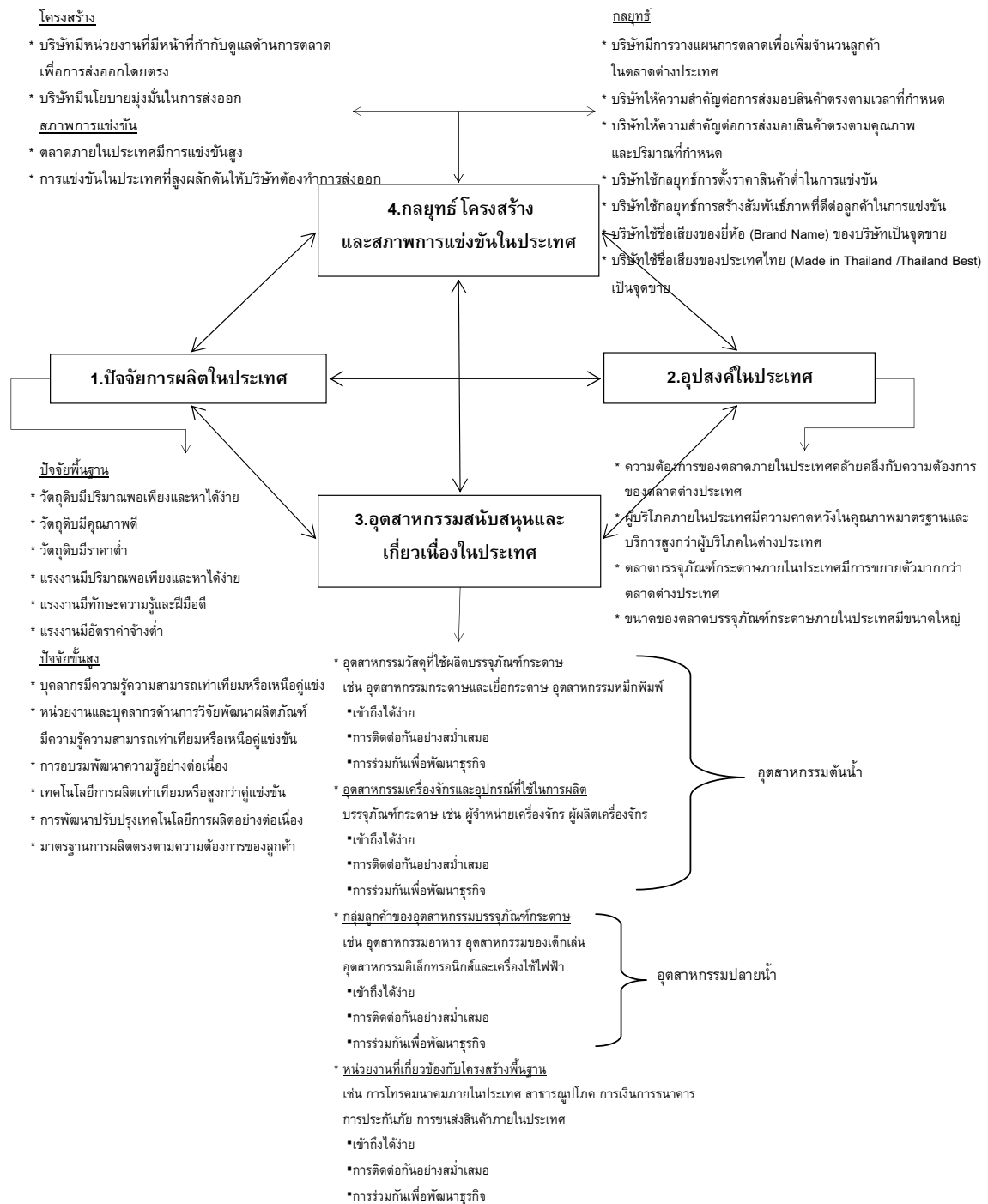


ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1

2. กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ โดยได้แยกกรอบแนวคิดออกเป็น 2 กรอบแนวคิดดังนี้

2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

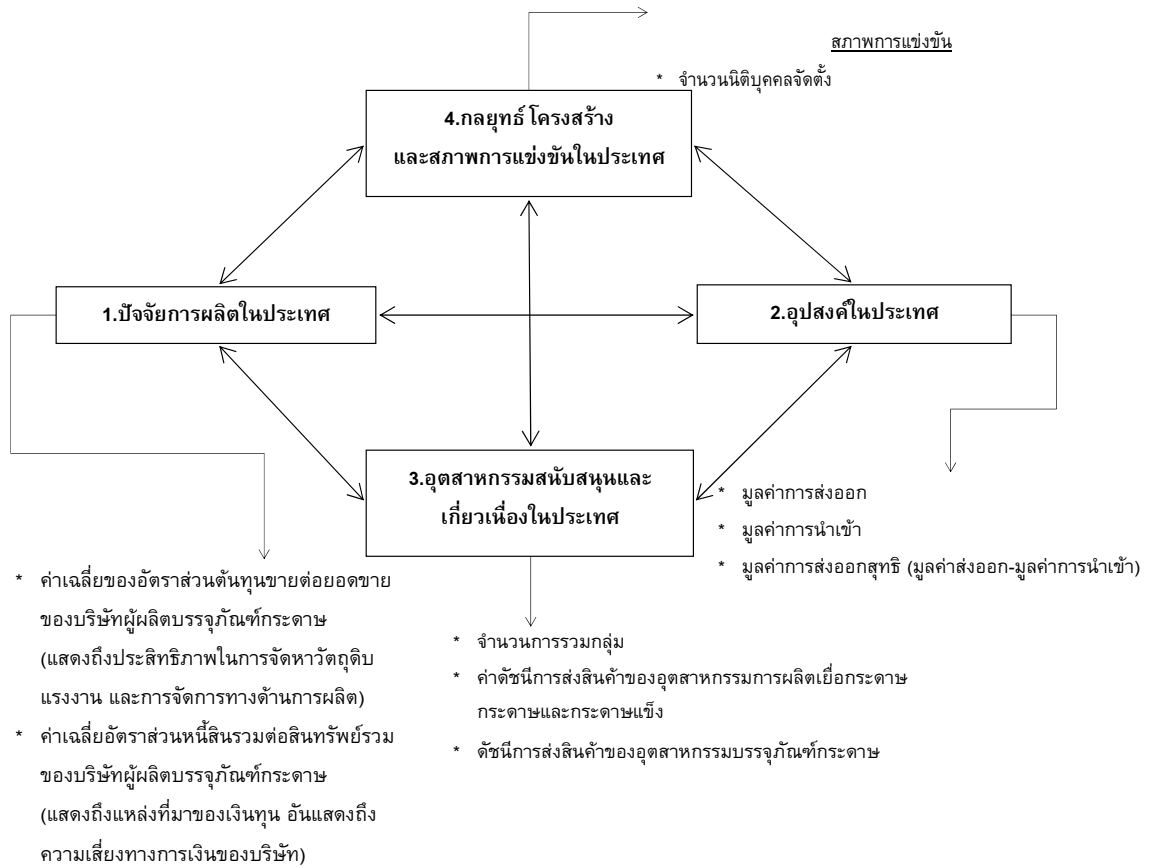
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ



ภาพประกอบ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน จากข้อมูลปฐมภูมิ

กลยุทธ์ โครงสร้าง

- * จำนวนนิติบุคคลที่ได้รับการรับรองระบบ
มาตรฐานระดับสากล เช่น ISO 9001:2000, HACCP



ภาพประกอบ 5 กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน
จากข้อมูลทุติยภูมิ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1.แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

2.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กระดาษ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออก

3.ความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

3.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษ

3.2 การผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 1 ทฤษฎี และ 1 แนวคิด คือ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งทั้ง 2 ทฤษฎีนี้จะใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามความมุ่งหมายของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) ของเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) โดยทฤษฎีกล่าวว่าประเทศจะทำการค้าขายในสินค้าหนึ่ง ขึ้นกับประเทศหนึ่งมีความสามารถในการผลิตสินค้านั้นน้อยอย่างมี และประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การผลิตสินค้านั้นในอีกประเทศหนึ่ง (ลักคณา วรศิลป์ชัย. 2548 : ออนไลน์) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และใช้อธิบายสาเหตุของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ที่เสนอโดย Balassa Bela ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อย่างง่าย ๆ ของความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ทำการศึกษาในประเทศที่ต้องการศึกษาโดยเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ RCA นี้จะใช้ดัชนีสำหรับแสดงความสามารถในการส่งออกโดยเปรียบเทียบของสินค้าออกชนิดหนึ่ง ของประเทศหนึ่งกับสินค้าประเภทเดียวกันของประเทศที่ต้องการศึกษาแทนการศึกษาถึงต้นทุนของการผลิตสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศซึ่งการ

วิเคราะห์ต้นทุนโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศนั้นเป็นเรื่องยากเพราะปัจจัยการผลิต และกระบวนการผลิตมีความซับซ้อนนอกจากนี้หลายประเทศมิได้มีการเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบจนสามารถนำมาเปรียบเทียบต้นทุนของสินค้าแต่ละประเภทในของแต่ละประเทศได้โดย RCA ของ Balassa Bela มีดังนี้

$$RCA = \frac{X_{ijw} / X_{iw}}{M_{wj} / M_w}$$

โดยที่	X_{ijw}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศ i ไปยังประเทศ w
	X_{iw}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w
	M_{wj}	คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า j ทั้งหมดของประเทศ w
	M_w	คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w
	w	คือ ประเทศที่จะศึกษา

ถ้า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

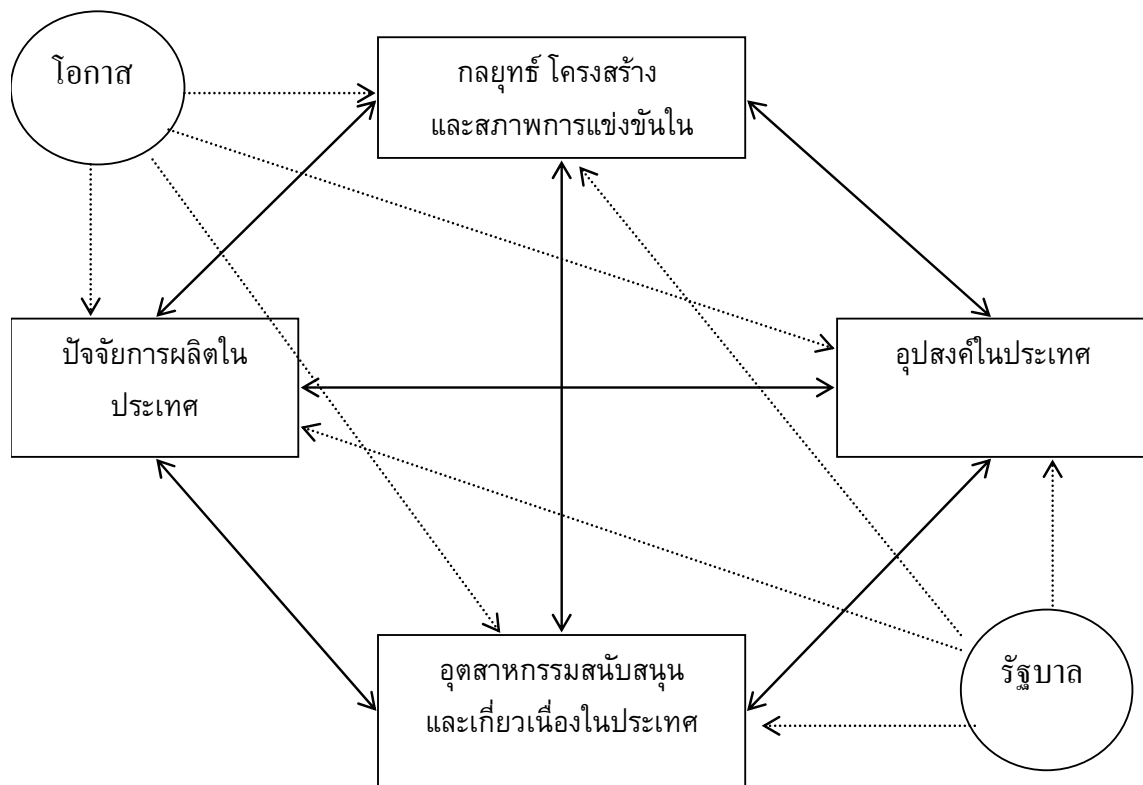
ถ้า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

ถ้า RCA มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประเทศไทย i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

อย่างไรก็ตามเนื่องจากในความเป็นจริงนั้นปริมาณการส่งออก และนำเข้าที่เกิดขึ้นได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการที่นอกเหนือไปจากความสามารถในการแข่งขันเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในการนำค่าดัชนีมาศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าในตลาดต่างประเทศจึงจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์แบบอื่น ๆ เช่น การใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกสินค้านั้นเพื่อที่จะทำให้การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าในตลาดต่างประเทศที่ Revealed Comparative Advantage:RCA) ไม่สามารถบอกได้สมบูรณ์ขึ้น (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2546 : 1-3) จึงได้นำแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) มาใช้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในระดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ค่านิยมทางสังคม รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาล และการประสานงานในภาคเอกชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมในประเทศมีการพัฒนาและเติบโต ปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมและสร้างระดับความสามารถทางการแข่งขันโดยตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ มีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 6 แบบจำลองเพชร

ที่มา : Michael E.Porter. (1990). The Competitive Advantage of Nations. p.127.

1. ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

นักเศรษฐศาสตร์กล่าวว่าปัจจัยการผลิตได้แก่ที่ดิน แรงงาน และทุน นั้นสามารถจัดประเภทปัจจัยการผลิตดังนี้

ทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ปริมาณ คุณภาพ และราคา ของบุคลากรในทุกระดับตั้งแต่ล่างสุดไปจนถึงสูงสุดในทุกสาขาอาชีพ

ทรัพยากรกายภาพ หมายถึง ปริมาณ คุณภาพ ความยากง่ายในการนำมาใช้ ราคา หรือต้นทุนของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศ

ทรัพยากรความรู้โดยทั่วไปแล้วแหล่งทรัพยากรความรู้ของประเทศได้แก่ สำนักงานสถิติของรัฐบาล มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษาต่างๆ สถาบันวิจัยของรัฐบาล สถาบันวิจัยของเอกชน สิ่งพิมพ์ต่างๆ สมาคมต่างๆ เป็นต้น

ทรัพยากรทุน หมายถึง เงินทุน เงินออมต่างๆ ในทุกรูปแบบ

โครงสร้างพื้นฐาน ตัวอย่างเช่น ระบบการขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ระบบไปรษณีย์ ระบบการโอนเงิน ระบบสาธารณสุข เป็นต้น

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ลำดับขั้นคือ

1.1 ปัจจัยพื้นฐานเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน เพราะปัจจัยพื้นฐานเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นต่ำ ปัจจัยพื้นฐานหลายๆอย่างเป็นสิ่งทดแทนได้ด้วยสิ่งเดียวกันในประเทศอื่น ปัจจัยพื้นฐานได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงาน ที่ไม่ชำนาญ และกึ่งชำนาญ รวมทั้งทุนประเภทนี้ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยขั้นสูงมีความสำคัญสูงมากต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง ปัจจัยขั้นสูงหาได้ยากเพราะว่าการพัฒนาปัจจัยขั้นสูงต้องอาศัยการลงทุนสูงมากและสะสมกันเป็นระยะเวลาอันยาวนาน นอกจากนั้นปัจจัยขั้นสูงก็ยิ่งยากต่อการที่จะไปหาซื้อหาในต่างประเทศหรือตั้งสาขาตัวแทนในต่างประเทศเพื่อให้ได้มาเพราะว่าปัจจัยขั้นสูงจำเป็นต้องตั้งอยู่ในประเทศแม่ ปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษา หรือการฝึกอบรมในระดับสูง เทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

ข้อแตกต่างระหว่างปัจจัยสองประเภทนี้อยู่ที่ระดับการพัฒนา โดยที่ปัจจัยพื้นฐานได้รับการพัฒนาไม่มากนักขณะที่ปัจจัยขั้นสูงได้รับการพัฒนามากพอสมควร (สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536 : 37-38)

2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

การมีอุปสงค์ภายในประเทศจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนา ขบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณและถ้าความต้องการภายในประเทศมีปริมาณที่มากก็จะทำให้เกิดการประหยัดต้นทุน เนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆได้ นอกจากนี้ความต้องการและปริมาณที่เพียงพอจะทำให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย

2.1 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกันตลาดบางส่วนก็มีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับตลาดโลกในขณะที่ตลาดบางส่วนก็มีอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างจากตลาดโลกมาก บริษัทจึงมักจะได้ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกถ้าตลาดส่วนนั้น เป็นส่วนที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ด้วยเหตุนี้บริษัทในประเทศเล็ก จึงสามารถพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ในตลาดส่วนที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นในประเทศถ้าตลาดส่วนนั้นมีความสำคัญต่ำในต่างประเทศแม้ว่าบริษัทจะมีสัดส่วนของยอดขายจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศสูงกว่ายอดขายจำหน่ายสินค้านั้นในประเทศมากเพียงใดก็ตาม

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จัก ผู้ซื้อที่รู้จักในสินค้าหรือบริการใด ก็จะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากันเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ คำว่า ผู้ซื้อ ในที่นี้หมายถึง ได้ทั้งผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือผู้ซื้อที่เป็นบริษัท สถาบัน องค์กร โรงงานต่างๆ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลัง ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงกว่าผู้ซื้อในประเทศก็ก่อให้เกิดอุปสงค์ในประเทศที่ล่วงหน้าและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ

ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ตลาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆครั้ง (Learning Curve)

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries)

การมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศต่ออุตสาหกรรมที่อุตสาหกรรมนั้นสนับสนุนอยู่เนื่องจากการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งทางด้านการผลิต ต้นทุนการผลิต และคุณภาพของสินค้า ให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้นทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการมีช่องทางที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการเข้าถึง วัตถุดิบ ชิ้นส่วน ตลอดจนเครื่องมือจักรต่างๆ นอกจากนี้ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น ร่วมกันแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิต หรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกันก็นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน และถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก็จะมีโอกาสสูงที่จะเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่น

นอกจากนี้การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศ ไม่เพียงจะสร้างแรงกดดันให้เกิดนวัตกรรม แต่ยังสร้างให้นวัตกรรมเป็นไปในทางที่จะยกระดับข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ทำให้ผู้แข่งขันจากต่างประเทศเข้าสู่ตลาดในประเทศได้ยากยิ่งขึ้น และกระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มมากขึ้นถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกัน เนื่องจากข้อมูลข่าวสารจะกระจายไปอย่างรวดเร็ว และกระตุ้นให้ผู้แข่งขันตื่นตัว และมีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

วัฒนธรรมของประเทศมีผลต่อการที่ผู้ประกอบการจะเลือกใช้กลยุทธ์ และโครงสร้างประเทศนั้น ผู้ประกอบการในประเทศเดียวกันส่วนใหญ่จะมีลักษณะร่วมกันบางประการที่แตกต่างจากผู้ประกอบการในประเทศอื่น โดยข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจะสอดคล้องกับระบบการจัดการที่สะท้อนลักษณะเฉพาะวัฒนธรรมของประเทศนั้น ส่วนสภาพการแข่งขันในประเทศก็มีความสำคัญ เช่นเดียวกันต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ เพราะผู้แข่งขันพยายามที่จะผลิตสินค้า และบริการของตนให้ดีกว่าคู่แข่ง ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านความหลากหลายของตัวสินค้า ทรัพยากรมนุษย์ และนวัตกรรม รวมทั้งข้อมูลเฉพาะทางที่เกี่ยวกับตลาด

5. รัฐบาล (Government)

เป็นตัวแปรที่มีผลและพร้อมรับผลจากตัวกำหนดทั้ง 4 ตัวอย่างเช่น ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้า และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านส่งเสริมการโฆษณาและด้านอื่นๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล เช่น ด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น

6. โอกาส (Chance)

เป็นปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือการควบคุมต่างๆ ในอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เช่น มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดเงินของโลก การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง หรือการเกิดสงคราม การเกิดโรคระบาด การก่อการร้าย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ประเทศอื่นสามารถเข้ามาแข่งขัน และได้เปรียบผู้แข่งขันรายเดิมได้ ขณะเดียวกันประเทศก็อาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้นได้แบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ 2 หัวข้อคือ

1.งานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

นันทนา เอื่องสีทอง; และ จตุพร วัฒนยากร. (2534). ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศไทย ผลจากการศึกษาพบว่าปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในช่วงปี 2528-2533 มีแนวโน้มที่ดี ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในปี 2533 เป็นการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศร้อยละ 99.83 การนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษในแต่ละปีมีมูลค่าไม่สูงนักเนื่องจากการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศสามารถสนองความต้องการภายในประเทศได้ สัดส่วนการนำเข้าในปี 2533 เพียงร้อยละ 0.4 โดยนำเข้าจากประเทศไต้หวันเป็นหลัก การส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษเพียงร้อยละ 0.17 ของปริมาณการผลิตภายในประเทศทั้งหมดโดยมีตลาดส่งออกหลักคือ สหรัฐอเมริกา

ภูรินทร์ อัครกุลธร. (2539). ทำการศึกษาเรื่องสถานภาพการใช้เศษกระดาษในประเทศไทย และประเมินการใช้เศษกระดาษในอนาคต ผลจากการศึกษาพบว่าในปี 2547 ความต้องการกระดาษเพิ่มขึ้นร้อยละ 212 จากปี 2537 ต้นทุนวัตถุดิบของการผลิตกระดาษคราฟท์ กระดาษพิมพ์เขียน และกระดาษอนามัย กรณีนำเศษกระดาษ ภายในประเทศร่วมในการผลิต ตั้งแต่ร้อยละ 50 - 100 ทำให้ในปี 2537 , 2542 และปี 2547 ต้นทุนวัตถุดิบลดลง โดยในแต่ละปีต้นทุนวัตถุดิบของการผลิตกระดาษคราฟท์ลดลงมากที่สุด รองลงมาต้นทุนวัตถุดิบของการผลิตกระดาษพิมพ์และเขียน และต้นทุนวัตถุดิบของการผลิตกระดาษอนามัยลดลงน้อยที่สุด

พรรณวิภา อยู่สุข. (2542). ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ด้านยุทธศาสตร์ที่มีการปรับเปลี่ยนเน้นการส่งออก แต่มีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านโครงสร้างและสภาพการแข่งขัน นอกจากนี้เหตุผลวิสัยก็มีส่วนช่วยให้ผู้ผลิตเยื่อกระดาษเพื่อการส่งออกสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตจากประเทศอื่นได้ดีขึ้น ส่วนนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมด้านปัจจัยการผลิตก็มีส่วนช่วยเสริมเช่นกัน

ชัยพร คุณศิริพงษ์. (2545). ทำการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก พบว่า ผู้ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกมีเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ผลิตขนาดใหญ่อยู่จำนวนหลายสิบราย แต่มีผู้ผลิตที่มีส่วนครองตลาดสูงและมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมต้นน้ำจำนวนไม่มากนัก กล่องกระดาษลูกฟูกเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างกัน แต่ไม่สามารถทดแทนกันได้และผู้ผลิตขนาดใหญ่ มีอำนาจในการกำหนดราคาพอสมควร ในส่วนภาครัฐนั้นมีบทบาทในการส่งเสริมการลงทุนต่ออุตสาหกรรมนี้ และการที่รัฐลดอัตราภาษีนำเข้าตามข้อตกลงของ WTO ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก

ชัยรัตน์ เสริมศรีสุวรรณ. (2545). ทำการศึกษาอัตราการคุ้มครองของอุตสาหกรรมกระดาษพิมพ์เขียนและกระดาษแข็งในประเทศไทยก่อนและหลังการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน ผลจากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมกระดาษพิมพ์เขียนได้รับความคุ้มครองจากโครงสร้างภาษีนำเข้าในอัตราที่สูง และเนื่องจากในขณะนั้นปริมาณความต้องการใช้กระดาษพิมพ์เขียนได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากจำนวนประชากร และการขยายตัวทางธุรกิจ ทำให้ผู้ผลิตมีการเพิ่มกำลังการผลิต และใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการ เป็นผลทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมกระดาษพิมพ์เขียนมีกำลังการผลิต มากกว่าความต้องการบริโภคในประเทศในขณะนั้น ต่อมาหลังจากมีเขตการค้าเสรีอาเซียน มีการปรับลดโครงสร้างภาษีนำเข้า ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงในช่วงหลัง ทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตจึงหันไปผลิตเพื่อส่งออกอย่างมาก จากกำลังการผลิตที่เกินอยู่แล้ว ทำให้สามารถลดต้นทุนเมื่อผลิตเต็มกำลังการผลิต และส่งออกไปยังต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษสามารถสรุปได้ว่าในช่วงปี 2533 การผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศสามารถสนองความต้องการภายในประเทศได้โดยมีสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 0.4 โดยนำเข้าจากประเทศไต้หวันเป็นหลัก และต่อมาในปี 2537-2543 มูลค่าการผลิตก็มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญในปี 2537-2540 ได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเวียดนาม ปี 2541-2543 ได้แก่ประเทศไต้หวัน โดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นคู่แข่งที่สำคัญ และปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ ปัจจัยแรงงานทั่วไป วัตถุดิบในการผลิตกระดาษ สภาวะอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเภทเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ยุทธการและโครงสร้างของบริษัท โดยบรรจุภัณฑ์ที่มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากที่สุดได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก และภาครัฐนั้นมีบทบาทในการส่งเสริมการลงทุน และการลดอัตราภาษีที่ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก และยังพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษโดยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ด้านยุทธการที่มีการปรับเปลี่ยนเน้นการส่งออก และการปรับลดโครงสร้างภาษีนำเข้า กับการเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน ทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศ และมีผลผลักดันให้ผู้ผลิตหันไปผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น และการใช้เศษกระดาษในประเทศไทยก็จะช่วยลดต้นทุนการผลิตกระดาษ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้นยังมีน้อยจึงมีแนวคิดในอันที่จะศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยในปัจจุบัน และในส่วนความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

2.งานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออก

ชัยฤทธิ์ มติภักดี. (2540). ทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในประเทศพัฒนาแล้ว โดยทำการศึกษาสินค้า 53 และใช้แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) มาทำการศึกษา และนำข้อมูลการนำเข้าของประเทศพัฒนาแล้ว 23 ประเทศ จากประเทศไทย และจากโลกในปี 1984 1987 1990 และ 1993 แทนการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศ พัฒนาแล้ว และการส่งออกของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศพัฒนาแล้ว เพื่อทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในประเทศพัฒนาแล้ว

ราวดี สุริสระพันธ์. (2542). ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ปัจจัย 4 ประการคือ สภาพของปัจจัยประกอบ สภาพอุปสงค์ กลยุทธ์โครงสร้างและคู่แข่งของบริษัท อุตสาหกรรมเกี่ยวข้อและสนับสนุน ตลอดจนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 2 ประการคือ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด และนโยบายและบทบาทของรัฐบาล การศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้บริหารกิจการส่งออกอาหารในประเทศไทย ผลของการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารไทย คือ ปัจจัยพื้นฐาน คือ วัตถุดิบ และแรงงาน มีความสำคัญต่อการส่งออกมากกว่ากลยุทธ์ของบริษัท และปัจจัยขั้นสูงได้แก่ทรัพยากรบุคคลและการผลิตและเทคโนโลยี

อรพรรณ อุษณาสุวรรณกุล. (2543). ทำการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทยโดยจะศึกษาในผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญ ได้แก่ คอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องรับโทรทัศน์ โดยวิธีการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันจากดัชนี RCA (Revealed Comparative Advantage) พบว่า ประเทศไทยจะอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกคอมพิวเตอร์อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ไปยังทุกตลาดที่ทำการศึกษา

กึ่งกาญจน์ ทอธราเมธา. (2545). ทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกัญมิในช่วงปี 2537-2543 มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่าที่ปรากฏเพื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ ผลการศึกษาพบว่ามูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญในช่วงปี 2537-2540 ได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเวียดนาม ส่วนในช่วงปี 2541-2543 ได้แก่ ประเทศไต้หวัน โดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นคู่แข่งที่สำคัญ และพบว่าปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ ปัจจัยแรงงานทั่วไปหรือแรงงานไร้ฝีมือ วัตถุดิบในการผลิตกระดาษ สภาวะอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องประเภทเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ยุทธการและโครงสร้างของบริษัท

ธนา ธนชัยวิวัฒน์. (2546). ทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออก ของอุตสาหกรรมพรมของประเทศไทยจากผลการส่งออกที่ผ่านมาในอดีตโดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันส่งออกโดยแนวคิด Diamond Model เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกพรมในช่วงปี 2539-2542 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถได้แก่ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศในส่วนการพัฒนาแรงงานฝีมือในประเทศไทยจะส่งผลทำให้มีผู้เชี่ยวชาญมากขึ้นทำให้มีความได้เปรียบในด้านเทคนิคใหม่ โดยแนวทางในการพัฒนาที่สำคัญคือ การพัฒนาแรงงานให้มีผลิตภาพแรงงานที่สูงขึ้น การสร้าง Brand Name ของตัวเอง และรัฐบาลควรศึกษาแนวทางการขยายตลาดส่งออกต่างประเทศให้มากขึ้น

พรสิริ ภัทรวิทิตกุล. (2547). ทำการศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกในประเทศไทยโดยใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการค้นคว้า และรวบรวมสถิติต่างๆ จากเอกสารประเภทหนังสือ วารสาร บทความ บทวิจารณ์ งานวิจัย รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไว้แล้วจากหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฯลฯ นำมาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และปัจจัยที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกในประเทศไทย ผลการศึกษาสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกในตลาดโลก ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสหรัฐอเมริกา โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพในการส่งออกได้แก่ปัจจัยด้านแรงงาน และปัจจัยการค้าระหว่างประเทศจากการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) รวมทั้งข้อตกลงด้านอัตราภาษีนำเข้าสินค้า

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกพบว่า ตั้งแต่ปี 2540 – 2547 มีงานวิจัยที่ศึกษาความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอย่างต่อเนื่องในหลายอุตสาหกรรมโดยมักจะใช้การศึกษาโดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และการวิเคราะห์โดยใช้ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิแทบทั้งสิ้น มีเพียงบางงานวิจัยเท่านั้นที่ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิแต่ก็มีได้นำข้อมูลทุติยภูมิมาศึกษาด้วย และมีเพียงงานวิจัยเดียวที่ทำการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยนำข้อมูลทุติยภูมิมารวบรวมมาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษจากผู้ผลิต และส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษโดยการใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์ และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเพื่อให้ผลการศึกษาที่มีความสมบูรณ์ และแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา

ความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนดังนี้

1. ประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษ
2. การผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

1.ประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษ

กระดาษมีหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียว ความทนทานต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุ สามารถตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย สามารถออกแบบได้ มากแบบ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกที่สุดและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและ ก๊าซซึมผ่านได้ดี ไม่สามารถป้องกันความชื้น เสียความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียก ชื้นมีความคงรูป พิมพ์ได้งดงาม และสามารถรีไซเคิล (Recycle) ได้จึงไม่ก่อปัญหามลภาวะ สามารถทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่าง ๆ กล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความ เหมาะสมกับการใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติ ของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติจึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้น โดยการผนึกหรือ เคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรค์เป็นโครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์ และทำหน้าที่บรรจุ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดทั่ว ๆ ไป มี 8 รูปแบบ ดังนี้ คือ

1.1 ซองกระดาษ (Paper Envelope) ใช้บรรจุสินค้าต่าง ๆ เช่น ใบเลี้ยง หัวสวาน ยา เม็ด เมล็ดพืช จดหมาย ฯลฯ การเลือกใช้ขนาดและชนิดของซองขึ้นกับชนิดของสินค้าและความแน่นอน หนาที่ต้องการกระดาษที่ใช้ทำซองต้องพิจารณาถึงความคุ้มครอง รูปร่าง และราคาเป็นหลัก (อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 12)

1.2 ถุงกระดาษ (Paper Bag) มีทั้งแบบแบนราบ (ใช้ใส่อาหารชิ้นเล็ก ๆ ที่มีน้ำหนัก เบา) แบบมีขยายข้างและกัน (ใช้บรรจุสินค้าที่มีปริมาณมาก เช่น แป้ง ลูกเกด ข้าวสาร ฯลฯ หรือใช้ ฟูเป็นถุงในกล่องกระดาษแข็ง) และแบบผนึก 4 ด้าน บรรจุสินค้าประเภทเครื่องเทศ คุณสมบัติของ กระดาษที่ใช้ขึ้นกับการใช้งานเป็นหลัก กล่าวคือ สินค้าที่มีน้ำหนักมากควรใช้กระดาษเหนียวซึ่งมี ค่าของการต้านแรงดันทะลุ และการต้านแรงดึง ขาด อยู่ในเกณฑ์สูง หากสินค้ามีความชื้นสูงหรือ เก็บในสภาวะเปียกชื้น กระดาษที่มีค่าการดูดซึมน้ำต่ำ ๆ เช่น กระดาษเคลือบไข กระดาษเคลือบ พลาสติก เป็นต้น(อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 17)

1.3 ถุงกระดาษหลายชั้น (Multiwall Paper Sack) สำหรับขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนัก มากกว่า 10 กิโลกรัม สินค้าที่นิยมคือ ปูนซีเมนต์ อาหารสัตว์ สารเคมี เม็ดพลาสติก ถุงประเภทนี้มี

ทั้งแบบปากเปิด และแบบมีลิ้น แต่ละแบบอาจจะมีส่วนขยายข้างด้วยก็ได้ วัสดุที่ใช้ทำจากกระดาษเหนียวที่ทำจากเยื่อเส้นใยยาว เพื่อให้มีความเหนียวสูง หากต้องการเพิ่มคุณสมบัติในด้านป้องกันความชื้นก็อาจเคลือบด้วยพลาสติก หรือยางมะตอยอีกชั้นหนึ่งวัสดุที่ใช้ทำถุงและซองกระดาษ ส่วนใหญ่นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบางนำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น (Multiwall Bag) หรือเคลือบผิวแตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคในหน่วยขายแบบปลีกย่อยซึ่งจัดได้ว่าเป็น Individual package อีกแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดีอีกด้วย(อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 21)

1.4 เยื่อกระดาษขึ้นรูป (Moulded Pulp Container) มีทั้งชนิดที่ทำจากเยื่อบริสุทธิ์ซึ่งใช้บรรจุอาหารสำเร็จรูปและอาหารที่เข้าตู้อบไมโครเวฟได้ และชนิดที่ทำจากเยื่อเศษกระดาษซึ่งใช้บรรจุ ไข่ ผัก ผลไม้สด และทำเป็นวัสดุกันกระแทก การเลือกใช้ต้องคำนึงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะบรรจุเป็นสำคัญ เพราะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้บริโภค (อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 30)

1.5 กระป๋องกระดาษ (Paper/Composite Can) เป็นบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกที่ได้จากการพันกระดาษทับกันหลาย ๆ ชั้น พันแบบเกลียวหรือแบบแนวตรง ถ้าใช้กระดาษเหนียวแต่เพียงอย่างเดียวจะเรียกว่า Paper Can นิยมใช้บรรจุของแห้ง แต่ถ้าใช้วัสดุร่วมระหว่าง กระดาษเหนียว / อลูมิเนียมฟอยล์ / พลาสติก จะเรียกว่า Compostie Can ซึ่งมักจะบรรจุอาหารประเภทขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ ฝากระป๋องมักเป็นโลหะหรือพลาสติกบางครั้งจะใช้ฝาแบบมีห่วงเปิดง่าย (Easy Opening End) ก็ได้ การเลือกใช้ต้องพิจารณาคุณภาพของตะเข็บระหว่างตัวกระป๋องฝาและรอยต่อของการพัน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการรั่วซึม(อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 81)

1.6 ถังกระดาษ (Fibre Drum) มีลักษณะเช่นเดียวกับกระป๋องกระดาษ แต่มีขนาดใหญ่ ใช้เพื่อการขนส่ง สินค้าที่นิยมบรรจุคือ สารเคมี เม็ดพลาสติก ฯลฯ การเลือกใช้ต้องคำนึงความแข็งแรงเมื่อเรียงซ้อนเป็นหลักโดยการทดสอบค่าของการต้านแรงกด (อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 87)

1.7 กล่องกระดาษแข็ง (Paperboare Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ขายปลีกที่ได้รับความนิยมสูงสุดสามารถทำจากกระดาษแข็งได้หลายชนิด อาทิ กระดาษไม่เคลือบ (กระดาษขาว - เทา กระดาษเคลือบ กระดาษการ์ด กระดาษอาร์ตมัน กระดาษอาร์ตบอร์ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเคลือบวัสดุอื่น เช่นวานิช พลาสติก ไซ เพื่อปรับคุณสมบัติให้ดีขึ้น รูปแบบของกล่องกระดาษแข็งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กล่องแบบพับได้ (Folding Carton) หรือ (Cardboard) กล่องแบบคงรูป (Set-Up Box) (อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 35)

1.8 กล่องกระดาษลูกฟูก (Corrugated Fibreboard Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทและปริมาณการใช้สูงสุด กล่องกระดาษลูกฟูกมีน้ำหนักเบา สามารถออกแบบให้มีขนาดรูปทรงและมี

ความแข็งแรงได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถพิมพ์ข้อความ หรือรูปภาพบนกล่องให้สวยงาม เพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อและเพื่อแจ้งข้อมูลสินค้าได้อีกด้วย (อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่น ๆ. 2545 : 56)

2. การผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

2.1 ประเภทของกระดาษ

กระดาษสามารถแบ่งได้ 8 ประเภทดังนี้ (Mew design. 2005 : Online)

2.1.1 กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษเหนียว หมายถึง กระดาษที่ผลิตจากเยื่อซัลเฟตหรือเยื่อคราฟท์ล้วน ๆ หรือต้องมีเยื่อคราฟท์อย่างน้อยร้อยละ 80 กระดาษคราฟท์ที่ใช้งานทั่วไปมีทั้งประเภทไม่ฟอกสี (กระดาษสีน้ำตาล) สำหรับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงสูง และกระดาษคราฟท์ฟอกสีเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อผลิตเป็นกระดาษสีชนิดต่าง ๆ นิยมใช้กระดาษ เหนียวทำถุงเพื่อการขนส่ง และห่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป

2.1.2 กระดาษเหนียวชนิดยืด (Stretchable Paper) หมายถึงกระดาษเหนียวที่ปรับปรุงให้สามารถยืดตัวได้มากกว่าปกติจึงสามารถทนทานแรงดึงได้สูงกว่ากระดาษเหนียวธรรมดา นิยมใช้ทำถุงเพื่อการขนส่ง

2.1.3 กระดาษแข็งแรงขณะเปียก (Wet Strength Paper) หมายถึง กระดาษเหนียวที่เติม เมลามีนฟอร์มอลดีไฮด์ (Melamine Formaldehyde) หรือ ยูเรียฟอร์มอลดีไฮด์ (Urea Formaldehyde) เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กระดาษแม้ขณะเปียก นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นสูง และใช้ทำถุงเพื่อการขนส่งที่มีโอกาสเปียกน้ำสูง

2.1.4 กระดาษกันไขมัน (Greaseproof Paper) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ผ่านการตีปนเป็นเวลานานจนเส้นใยกระจาย และบวมน้ำมากเป็นพิเศษ ทำให้กระดาษมีความหนาแน่นสูง จึงป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้ดี นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไขมันสูง และชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีน้ำมันเคลือบกันสนิม

2.1.5 กระดาษกลาซีน (Glassine) ทำจากกระดาษกันไขมันที่ผ่านการรีดเรียบร้อยด้วยลูกกลิ้งภายใต้อุณหภูมิสูง ๆ ขณะกระดาษเปียกชื้น ทำให้ความหนาแน่นของกระดาษเพิ่มขึ้น และยังมีการขัดผิว ทำให้กระดาษกลาซีนมีเนื้อแน่นและผิวเรียบมันวาว นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันสูง

2.1.6 กระดาษทิชชู (Tissue Paper) หมายถึง กระดาษที่มีความนุ่มและบางเป็นพิเศษน้ำหนักมาตรฐานประมาณ 17 – 30 กรัมต่อตารางเมตร นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการป้องกันรอยขีดข่วน ห่อของขวัญ หรือห่อผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงเป็นการช่วยเสริมความสวยงามและความพิถีพิถัน เช่น น้ำหอม นาฬิกา และเครื่องประดับ เป็นต้น

2.1.7 กระดาษพาร์ชเมนต์ (Parchment Paper) เป็นกระดาษที่ผ่านกระบวนการผลิตพิเศษ โดยการจุ่มกระดาษในกรดซัลฟิวริกเข้มข้นเป็นเวลาสั้น ๆ แล้วนำไปล้างและทำให้เป็นกลางก่อนจะนำไปอบรีดให้แห้ง กระดาษนี้จะมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้เป็นอย่างดี นิยมใช้บรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร

2.1.8 กระดาษรีไซเคิล คือ กระดาษที่สามารถนำไปหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ เช่น หนังสือ - พิมพ์เก่า ก่อกระดาษแข็ง และกระดาษลูกฟูก กระดาษพิมพ์เขียนทั่วไป และเศษกระดาษจากโรงงานผลิตกระดาษ หรือก่อก่อกระดาษ กระดาษเหล่านี้ต้องทิ้งแยกออกจากขยะทั่วไป และต้องมีผู้รับผิดชอบในการรวบรวมเพื่อส่งกลับไปยังโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ โดยในกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษใช้แล้วมักจะต้องมีการใช้สารเคมีเพื่อกำจัดกาว และหมึกพิมพ์ออกไป นอกจากนี้ การตีเยื่อจากกระดาษเก่าเพื่อนำมาผลิตกระดาษนั้นจะช่วยลดมลภาวะทางน้ำได้ถึงร้อยละ 35 และมลภาวะทางอากาศได้ร้อยละ 74

การใช้ประโยชน์จากเยื่อกระดาษเก่า

- ผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์ โดยจะใช้เยื่อเก่าทั้งหมดหรือผสมเยื่อบริสุทธิ์บ้าง ขึ้นกับความแข็งแรงที่ต้องการ
- ผลิตกระดาษซับน้ำหรือหมึก (Absorbent) จะได้คุณภาพดีกว่าการใช้เยื่อบริสุทธิ์ นอกจากนี้ยังใช้ผลิตกระดาษทิชชู และกระดาษเช็ดหน้าด้วย
- ผลิตภาชนะบรรจุประเภท moulded pulp เช่น กล่องไข่ ถาดรองผลไม้ แผ่นกั้นภายในกล่อง เป็นต้น
- ผลิตกระดาษแข็งและกระดาษลูกฟูก เยื่อกระดาษเก่าจะมาใช้ผลิตกระดาษทั้งสองนี้มากที่สุด โดยจะใช้ชั้นของเยื่อกระดาษเก่าอยู่ด้านในหรืออาจผสมโดยตรงกับเยื่อบริสุทธิ์

ข้อจำกัดของการหมุนเวียนกระดาษเก่ามาใช้ใหม่

- การแยกกระดาษและเก็บรวบรวม ต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน โดยส่วนรวมจึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง
- ความคุ้มทุน ต้นทุนการผลิตเยื่อกระดาษบริสุทธิ์บางครั้งต่ำกว่าเยื่อกระดาษใช้แล้วทำให้ไม่มีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจนี้ นอกจากนี้ความไม่แน่นอนของปริมาณวัตถุดิบทำให้การบริหารโรงงานทำได้ลำบาก
- สิ่งเจือปน เช่น กาวที่ไม่ละลายน้ำ ลวดเหล็ก ยางรัด พลาสติก และสารแต่งเติมบางประเภท สารเหล่านี้จะทำให้การสกัดเยื่อจากกระดาษเก่ายุ่งยากมากยิ่งขึ้น ทำให้กระดาษที่นำมาหมุนเวียนใช้ใหม่ต้องผ่านการคัดเลือกให้มีสารเจือปนเหล่านี้น้อยที่สุด ด้วยเหตุนี้ภาชนะบรรจุสำหรับผู้บริโภคทั่วไปจึงไม่นิยมนำมาสกัดเยื่อ เนื่องจากภาชนะบรรจุเหล่านี้มักจะต้องมีการเคลือบพลาสติกใช้กาวกันน้ำ หรือแถบกาวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ที่สุด

2.2 วัตถุดิบในการผลิตและขั้นตอนการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

วัตถุดิบในการผลิตและขั้นตอนการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษแบ่งตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์กระดาษมีรายละเอียดดังนี้ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2547 : 27-28)

2.2.1 กระจกดาษ กระจกดาษสามารถทำจากกระดาษได้หลายชนิด ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ใช้กระดาษที่ใช้แล้ว เช่นกระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษหนังสือวารสาร นิตยสาร ต่างๆ มาพับใช้ในครัวเรือน และใช้กระดาษเหนียว (Kraft Paper) ซึ่งมี 2 ชนิด คือ ไม่ลอกขาวกับลอกขาว ซึ่งผลิตเป็นอุตสาหกรรม โดยมีหลายแบบและหลายชนิด นิยมใช้กระดาษ 2-3 ชั้นซ้อนกัน เพื่อเพิ่มความเหนียว

2.2.2 กล่องกระดาษแข็งกล่องกระดาษแข็งทำจากกระดาษแข็งที่มีความแข็งแรง และเหนียวกว่ากระดาษธรรมดาสามารถนำมาแปรรูปเป็นภาชนะบรรจุหีบห่อได้ง่าย โดยกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องมี 2 ประเภท ดังนี้

- กระดาษกล่องขาวไม่เคลือบกระดาษชนิดนี้คล้ายกับชนิดเคลือบ แต่เนื้อหยาบ กว่าสีขาวของกระดาษไม่สม่ำเสมอแต่ราคาถูกกว่า ต้องพิมพ์ด้วยระบบธรรมดา เช่นกล่องใส่รองเท้า กล่องใส่ขนม เป็นต้น

- กระดาษกล่องขาวเคลือบกระดาษชนิดนี้นิยมใช้ในการบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคกันมาก เพราะสามารถพิมพ์ระบบออฟเซตได้ดีหลายสีสวยงามและทำให้สินค้าที่บรรจุภายในกล่องดูมีคุณค่าขึ้น กระดาษนี้มีขายตามร้านเครื่องเขียนทั่วไปเรียกอีกชื่อว่า กระดาษแข็งเทา – ขาว ในการทำกล่องบรรจุภัณฑ์อาหารนิยมใช้กระดาษชนิดนี้เพราะหาซื้อง่าย

2.2.3 กล่องกระดาษลูกฟูกกล่องกระดาษลูกฟูกมีน้ำหนักเบา สามารถออกแบบให้มีขนาดรูปทรงและมีความแข็งแรงได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถพิมพ์ข้อความ หรือรูปภาพบนกล่องให้สวยงามเพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อและเพื่อแจ้งข้อมูลสินค้าได้อีกด้วย ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกประกอบด้วย

- แผ่นกระดาษลูกฟูก โดยสามารถแบ่งกระดาษลูกฟูกได้ 4 ประเภทดังนี้

- กระดาษลูกฟูกหน้าเดียว (Single Face) ประกอบด้วยกระดาษผิว และกระดาษลอนอย่างละ 1 แผ่น ประกบติดกันด้วยกาว

- กระดาษลูกฟูกชั้นเดียว (Single Wall) ประกอบด้วยกระดาษลอน 1 แผ่นประกบติด ทั้งสองหน้าด้วยกระดาษผิว (ต้องใช้กระดาษผิว 2 แผ่น)

- กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น (Double Wall) ประกอบด้วยกระดาษลอน 2 แผ่น อาจจะเป็นลอนชนิดเดียวกันหรือต่างกันได้ ประกบติดสลับชั้นกับกระดาษผิว โดยใช้กระดาษผิวทั้งหมด 3 แผ่น มีความแข็งแรงมากกว่ากระดาษลูกฟูกชั้นเดียว

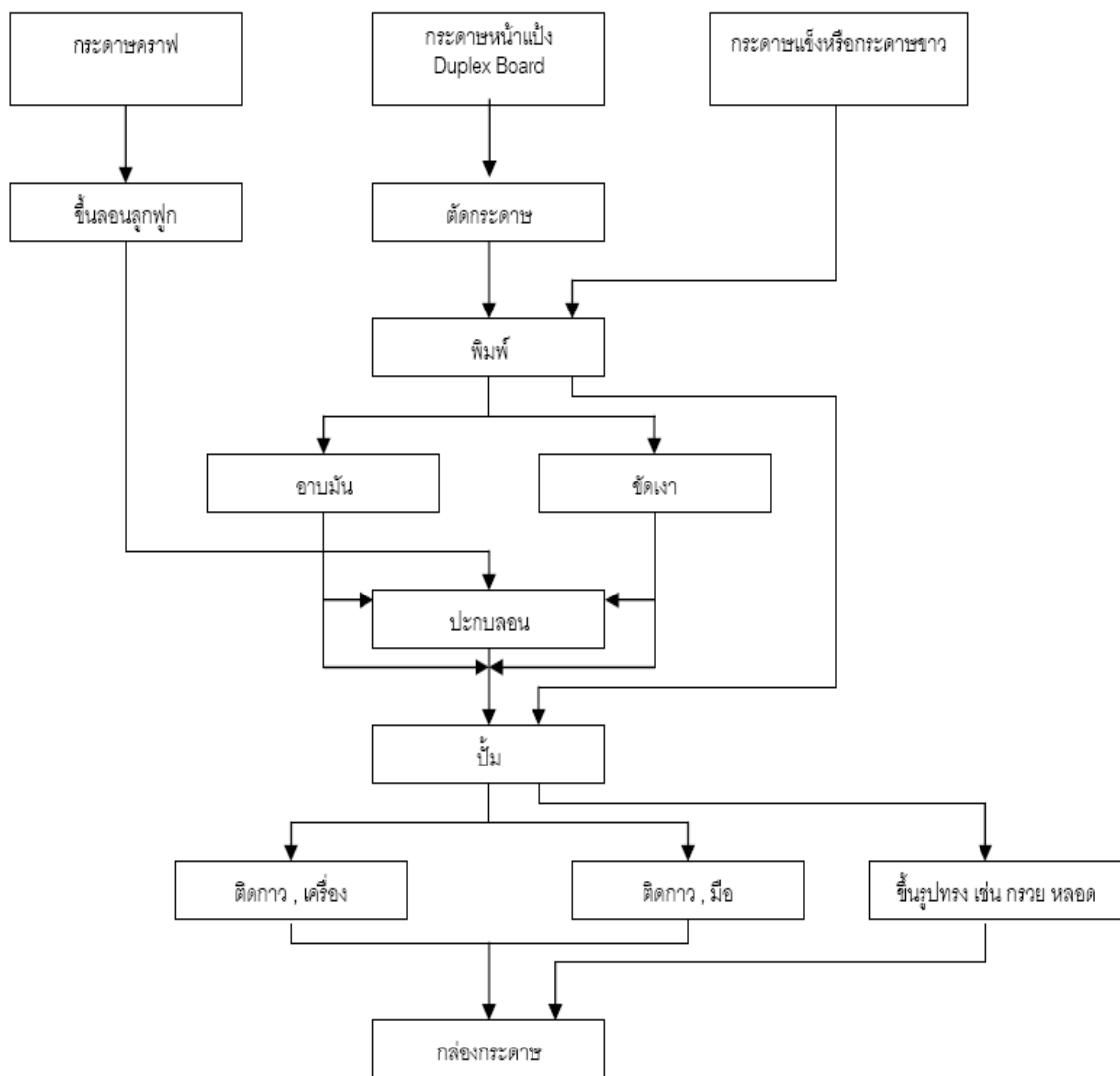
- กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น ประกอบด้วยกระดาษผิว 5 แผ่นเรียบสลับกับกระดาษลอน 3 แผ่นมีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น ใช้กับการบรรจุขนาดใหญ่ และต้องการความแข็งแรงสูง

- บล็อกพิมพ์ (Printing Plate) วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่ทำจากยาง หรือโพลีเมอร์ บล็อกพิมพ์มี 2 แบบคือ แบบใช้มีดแกะ และแบบหล่อโดยใช้สารเคมีเพื่อให้เกิดเป็นตัวหนังสือ และรูปภาพตามแบบที่ต้องการแล้วนำไปติดกับเครื่องพิมพ์ทำการพิมพ์กล่องต่อไป

- สีพิมพ์ (Printing Ink) สีพิมพ์ใช้ในการพิมพ์กล่อง ถ้าเป็นระบบเฟลกโซส่วนใหญ่จะเป็นสีน้ำ (Water Based Ink)

- กาว กาวที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกาวลาเทกซ์ ใช้ตัดลิ้นกาวของกล่อง

- ลวดตอกใช้ในการตอกลิ้นกาวของกล่องบางประเภทแทนที่จะใช้การติดกาว



ภาพประกอบ 7 ขั้นตอนการผลิตกล่องกระดาษ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากพนักงานระดับบริหารของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษและมีการส่งออก รวมทั้งใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลต่างๆตามความมุ่งหมายของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัย 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) จากข้อมูลการส่งออก และการนำเข้าภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนี (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) นำมาวิเคราะห์เป็นรายพิกัดในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 รวมระยะเวลา 6 ปี ซึ่งเป็นช่วงหลังจากที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยพิกัดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังตาราง 3

ตาราง 3 พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนีที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์กระดาษ

พิกัด	พิกัดย่อย	รายการ
4819		หีบ กล่อง ซอง ถุงและภาชนะบรรจุอื่นๆ ทำด้วยกระดาษ กระดาษแข็ง เซลลูโลสเวดดิ้ง หรือทำด้วยแผ่นเยื่อของเส้นใยเซลลูโลส เพิ่มชนิดกล่อง ถาดใส่จดหมายและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าหรือสถานที่ที่คล้ายกัน ทำด้วยกระดาษหรือกระดาษแข็ง
	4819.100	หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก
	4819.200	หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก
	4819.300	กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่นๆ
	4819.400	กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย
	4819.500	ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง
	4819.600	เพิ่มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บซองและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

ที่มา : กรมศุลกากร. (2548). (ออนไลน์).

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

จากความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ คือพนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 40 บริษัท ดังรายละเอียดในตาราง 4

ตาราง 4 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก

บริษัท	ประเภทโรงงาน	ประเภทธุรกิจ	จังหวัด	เขตพื้นที่
1 บริษัท กูเกียรติ ลอนกระดาษ จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
2 บริษัท คอนติเนนตัล บรรจุภัณฑ์ (ไทยแลนด์) จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
3 บริษัท คอร์รุฟต์ (ไทยแลนด์) จำกัด	03900	ISIC 21020	ชลบุรี	อื่น ๆ
4 บริษัท เจนสิริ อุตสาหกรรม จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
5 บริษัท เจริญชัยอุตสาหกรรม จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
6 บริษัท ชันไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
7 บริษัท ชินไท แพคเกจจิ้ง จำกัด	03900	ISIC 21020	เพชรบุรี	อื่น ๆ
8 บริษัท ชุนหลี่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	นครปฐม	ปริมณฑล
9 บริษัท เซฟสกิน อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด	03900	ISIC 21020	สงขลา	อื่น ๆ
10 บริษัท ทั้งอ้าวชิน ฟรินดิง เนทเวอร์ค จำกัด	03900	ISIC 21020	ฉะเชิงเทรา	อื่น ๆ
11 บริษัท ที ซี พี แมนนิวแพ็คเซอริง จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
12 บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน)	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
13 บริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
14 บริษัท เนม อินดัสทรี (1991) จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
15 บริษัท ปราณบุรีบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	ประจวบคีรีขันธ์	อื่น ๆ
16 บริษัท ปัญจพลไฟเบอร์คอนเทนเนอร์ จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
17 บริษัท โปรเอกเซล จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
18 บริษัท พับบลิค แพ็คเก็จ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด	03900	ISIC 21020	ระยอง	อื่น ๆ
19 บริษัท พี.เค.คอนเวทติ้ง จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรสาคร	ปริมณฑล
20 บริษัท พีวเจอร์ กล่องกระดาษ จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
21 บริษัท เฟรนด์ลี่ แบกส์ จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
22 บริษัท แม แม อินดัสเทรียล จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
23 บริษัท ศรีไทยบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรสาคร	ปริมณฑล
24 บริษัท สตาร์-แพค จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
25 บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
26 บริษัท สยามการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
27 บริษัท สยามทบพันแพคเกจจิ้ง จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
28 บริษัท สหกิจบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
29 บริษัท สหไทยการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
30 บริษัท สหผลแปเปอร์คาร์บอนส์ จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
31 บริษัท อุตสาหกรรมไทยบรรจุภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)	03900	ISIC 21020	สมุทรสาคร	ปริมณฑล
32 บริษัท เอเชียเคนดี จำกัด	03900	ISIC 21020	สมุทรปราการ	ปริมณฑล
33 บริษัท เอ็ม เอ เอช ฟรินดิง จำกัด	03900	ISIC 21020	กรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
34 บริษัท เอส ไอ จี คอมมิวนิเคชัน จำกัด	03900	ISIC 21020	ระยอง	อื่น ๆ
35 บริษัท วี แอนด์ เอส เปเปอร์ม็อกซ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
36 บริษัท สยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล
37 บริษัท เอปปีเอเซียอินเตอร์เนชันแนล จำกัด	03900	ISIC 21020	ระยอง	อื่น ๆ
38 บริษัท เอ็ม.วี.ภาคใต้ จำกัด	03900	ISIC 21020	สงขลา	อื่น ๆ
39 ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิติประพาศ	03900	ISIC 21020	กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
40 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค.ที.คาร์ตัน(1999)	03900	ISIC 21020	ปทุมธานี	ปริมณฑล

ที่มา : จากการรวบรวมของผู้วิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้น เป็นพนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) คือสุ่มตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่มย่อยมาเข้าเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 87) มีวิธีการสุ่มคือ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตัวแทนประชากรผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกโดยแบ่งตามเขตพื้นที่ 3 เขตพื้นที่ได้แก่ พื้นที่กรุงเทพ พื้นที่ปริมณฑล และพื้นที่อื่นๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างเขตพื้นที่ร้อยละ 20 จากจำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกทั้งสิ้น 40 บริษัท โดยสุ่มร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่ คือ จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 11 บริษัท จะได้ 2 บริษัท ในเขตพื้นที่ปริมณฑลจำนวน 20 บริษัท จะได้ 4 บริษัท จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 9 บริษัท จะได้ 2 บริษัท โดยมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกต่าง ๆ ดังนี้

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตพื้นที่กรุงเทพ จำนวน 11 บริษัท สุ่ม 2 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท ปัญจพลไฟเบอร์คอนเทนเนอร์ จำกัด
- 2.บริษัท สหกิจบรรจุภัณฑ์ จำกัด

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตปริมณฑล ซึ่งประกอบไปด้วย 5 จังหวัด คือ สมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี นนทบุรี และ นครปฐม จำนวน 20 บริษัท สุ่ม 4 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท สยามทบพันแพคเกจจิ้ง จำกัด
- 2.บริษัท แม แม อินดัสเตรียล จำกัด
- 3.บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน)
- 4.บริษัท กู้เกียรติ ลอนกระดาษ จำกัด

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตพื้นที่อื่นๆจำนวน 9 บริษัทสุ่ม 2 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท เอปปีเอเซียอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- 2.บริษัท ทั้งฮั่วชิน พรินติ้ง เน็ทเวอร์ค จำกัด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการสร้างเครื่องมือตามความมุ่งหมายในการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ทำการศึกษาเอกสาร งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ และสำหรับการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเพื่อกำหนดเป็นคะแนนอันแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

2. สร้างแบบสอบถาม/สัมภาษณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการออกแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือข้อ 5

3. สร้างตัวบ่งชี้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการสร้างตัวบ่งชี้ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือข้อ 6

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม/สัมภาษณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ได้แก่ อาจารย์อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คุณดวงตล ลีลามะลิ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน) และ คุณนันทน์ภัส มณีทรัพย์นัทธา ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน) และนำไปปรับปรุงแก้ไข

5. การให้คะแนนจากข้อมูลปฐมภูมิ

การให้คะแนนสำหรับข้อมูลปฐมภูมิผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ มาใช้เป็นกรอบในการออกแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถกำหนดเป็นคะแนนรวมอันแสดงระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยได้ และผู้วิจัยได้ระบุว่าข้อคำถามแต่ละข้อนั้นจะใช้เป็นตัวบ่งชี้ในปัจจุบันแวดล้อมด้านใดตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ดังมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) อันจะประกอบไปด้วย ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยขั้นสูง ดังมีรายละเอียดดังนี้

- ตัวบ่งชี้ปัจจัยพื้นฐาน จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทางด้าน วัตถุดิบ และแรงงานในส่วนของความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบและแรงงาน ทางด้านปริมาณ คุณภาพ และราคา อันเป็นบ่อเกิดแห่งความสามารถในการแข่งขันขั้นต่ำเนื่องจากเป็นข้อได้เปรียบที่ไม่ยั่งยืน ดังนั้นถ้าผู้ผลิตมีปัญหาทางด้านการจัดหาวัตถุดิบและแรงงาน ที่มีปริมาณไม่เพียงพอ ไม่มีคุณภาพ และในราคาสูง จะได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน เพื่อแสดงถึงการไม่มีความสามารถในการแข่งขัน และในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ผลิตไม่มีปัญหาทางด้านการจัดหาวัตถุดิบและแรงงาน ทางด้าน ปริมาณ คุณภาพ และราคา จะได้รับคะแนนข้อละ 1 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขัน

- ตัวบ่งชี้ปัจจัยขั้นสูง จะพิจารณาถึงความสามารถของการจัดการทรัพยากร ความรู้ และการพัฒนาหรือการมีนวัตกรรม ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการผลิต อันจะเป็นบ่อเกิดแห่งความสามารถในการแข่งขันขั้นสูงเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ต้องอาศัยการลงทุนสูง และต้องใช้ ระยะเวลามากในการสะสม ดังนั้นถ้าผู้ผลิตมีการจัดการทรัพยากรความรู้ และการพัฒนาหรือการมี นวัตกรรม ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการผลิต จะสะท้อนให้เห็นข้อได้เปรียบทางด้าน ความสามารถในการแข่งขันด้านทรัพยากรความรู้ และการพัฒนาหรือการมีนวัตกรรม ดังนั้นจะ ได้รับคะแนนข้อละ 2 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน และถ้าไม่มีจะ ได้รับคะแนนข้อละ 0 คะแนน เพื่อแสดงถึงการไม่มีความสามารถในการแข่งขัน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้สำหรับปัจจัยการผลิตในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูล ปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 5

ตาราง 5 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
ปัจจัยพื้นฐาน		
1) วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	มีปริมาณไม่เพียงพอ	0
	มีปริมาณเพียงพอ	1
2) วัตถุดิบมีคุณภาพดี	มีคุณภาพไม่ดี	0
	มีคุณภาพดี	1
3) วัตถุดิบมีราคาต่ำ	มีราคาสูง	0
	มีราคาต่ำ	1
4) แรงงานมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	มีปริมาณไม่เพียงพอ	0
	มีปริมาณเพียงพอ	1
5) แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี	มีคุณภาพไม่ดี	0
	มีคุณภาพดี	1
6) แรงงานมีอัตราค่าจ้างต่ำ	มีราคาสูง	0
	มีราคาต่ำ	1
ปัจจัยขั้นสูง		
7) บุคคลากรมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่งชั้น	น้อยกว่าคู่แข่ง	0
	เท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	2
8) หน่วยงานและบุคคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่งชั้น	น้อยกว่าคู่แข่ง	0
	เท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	2
9) การอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง	น้อยกว่าคู่แข่ง	0
	เท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	2
10) เทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่งชั้น	น้อยกว่าคู่แข่ง	0
	เท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	2
11) การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง	ไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	0
	มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	2
12) มาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า	ไม่มีมาตรฐานการผลิต	0
	มีมาตรฐานการผลิต	2

5.2 อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions) มีรายละเอียดในการพิจารณาดังนี้

- ตัวบ่งชี้ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ โดยถ้าความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศอันแสดงถึงการมีส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับต่างประเทศย่อมจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และจะได้รับคะแนน 0 คะแนนถ้าไม่มีความคล้ายคลึงกัน

- ตัวบ่งชี้ผู้ซื้อที่รู้จักจริง ผู้ซื้อที่รู้จักจริงก็จะตั้งมาตรฐานไว้สูงซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนา ดังนั้นถ้าผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ จะส่งผลให้เกิดความสามารถในการแข่งขันดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าผู้บริโภคมีความคาดหวังที่ต่ำกว่าก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ดังนั้นถ้าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศย่อมสร้างความสามารถในการแข่งขันดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวน้อยกว่าตลาดต่างประเทศก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- ตัวบ่งชี้ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ตลาดขนาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆครั้ง (Learning Curve) ดังนั้นขนาดของตลาดภายในประเทศหากมีขนาดใหญ่จะสะท้อนถึงระดับความสามารถในการแข่งขันดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าไม่ใช่จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ภายในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 6

ตาราง 6 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ	ไม่คล้ายคลึงกัน	0
	มีความคล้ายคลึงกัน	1
2) ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ	มีความคาดหวังต่ำกว่า	0
	มีความคาดหวังสูงกว่า	1
3) ตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ	ขยายตัวน้อยกว่า	0
	ขยายตัวมากกว่า	1
4) ขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีขนาดใหญ่	ตลาดมีขนาดเล็ก	0
	ตลาดมีขนาดใหญ่	1

5.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries) อันประกอบด้วย อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ อุตสาหกรรมเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน โดยจะพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายอันสะท้อนให้เห็นถึงการมีช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในประเทศอันจะส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน พิจารณาจากการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือกันมากกว่า อุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีการติดต่อกันอันสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการเข้าถึงได้ง่าย พิจารณาจากการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี เกิดการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน ทำให้อัตราความเร็วในการนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมต่างๆที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องถูกเร่งให้เร็วขึ้นดังนั้นจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ ดังมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละอุตสาหกรรมดังนี้

- อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อกระดาษ อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ โดยจะพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่ายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจจะได้รับคะแนน 3 คะแนน และถ้าไม่เลือกเลยก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เช่น ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ผู้ผลิตเครื่องจักร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นกลางของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษทำหน้าที่ผลิตผลผลิตจากอุตสาหกรรมขั้นต้นของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ โดยจะพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่ายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจจะได้รับคะแนน 3 คะแนน และถ้าไม่เลือกเลยก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมของเด็กเล่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นปลายของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษทำหน้าที่จำหน่ายผลผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษให้ไปถึงมือผู้บริโภค โดยจะพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่ายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจจะได้รับคะแนน 3 คะแนน และถ้าไม่เลือกเลยก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน การโทรคมนาคมภายในประเทศ สาธารณูปโภค การเงินการธนาคาร การประกันภัย การขนส่งสินค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีส่วนช่วยสนับสนุนในการดำเนินงานการผลิต และการจำหน่าย ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ โดยจะพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งหากเลือกเข้าถึงได้ง่ายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน เลือกการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอจะได้รับคะแนน 2 คะแนน และเลือกการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจจะได้รับคะแนน 3 คะแนน และถ้าไม่เลือกเลยก็จะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 7

ตาราง 7 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1) อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อกระดาษ อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย	1
	การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ	2
	การร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ	3
2) อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ผู้ผลิตเครื่องจักร	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย	1
	การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ	2
	การร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ	3
3) กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมของเด็กเล่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย	1
	การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ	2
	การร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ	3
4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การโทรคมนาคมภายในประเทศ สาธารณูปโภค การเงินการธนาคาร การประกันภัย การขนส่งสินค้าภายในประเทศ	ไม่เลือก	0
	เข้าถึงได้ง่าย	1
	การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ	2
	การร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ	3

5.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) จะพิจารณาการจัดการของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษทางด้าน การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดโครงสร้างเพื่อสนับสนุนการขายบรรจุภัณฑ์กระดาษ และพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันภายในประเทศของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษอื่นจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของแต่ละปัจจัยดังมีรายละเอียดในการให้คะแนนดังนี้

- การกำหนดกลยุทธ์ จะพิจารณาในส่วนของการมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ในหลายรูปแบบของบริษัทอื่นจะแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้นดังนั้นถ้าบริษัทมีการกำหนดยุทธการจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าไม่มีการกำหนดยุทธการจะได้รับคะแนน 0 คะแนน โดยมีรูปแบบของกลยุทธ์ดังตาราง

- โครงสร้าง ในการจัดโครงสร้างของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับ การบริหาร สายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ การประสานงาน ความสัมพันธ์ของหน่วยงาน และถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะทำให้การวางกลยุทธ์ในธุรกิจประสบความสำเร็จ อันจะเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันอีกทางหนึ่ง ดังนั้นปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้แก่

- บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรงเพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะได้รับคะแนน 1 คะแนนและถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- บริษัทมีการกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่นในการส่งออกย่อมสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกที่เข้มแข็งกว่าบริษัทที่ไม่มีหน่วยงานที่มุ่งเน้นการส่งออก ดังนั้นจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- สภาพการแข่งขัน สภาพการแข่งขันภายในประเทศนั้นจะส่งผลถึงวิธีการกำหนดยุทธการ และโครงสร้างของบริษัทเพื่อที่จะผลักดันให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งให้ได้ ถ้าบริษัทต่างๆในประเทศมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ก็จะเกิดแรงกดดันแก่กันและกันให้ต้องพัฒนาและนวัตกรรม ส่วนในเรื่องของการหาปริมาณเพิ่มเติมเพื่อใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นจากการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมาก ๆ นั้น ก็หาได้จากตลาดต่างประเทศ โดยไม่ได้พึ่งพาตลาดในประเทศแต่เพียงอย่างเดียวดังนั้นปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้แก่

- ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง สะท้อนถึงการมีแรงกดดันแก่กันและกันให้ต้องพัฒนาและนวัตกรรม ดังนั้นถ้าตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูงจะได้รับคะแนน 1 คะแนนและถ้าตลาดภายในประเทศไม่มีการแข่งขันสูงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

- การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออก สะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากเกิดจากการขยายตลาดไปต่างประเทศจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และถ้าไม่มีจะได้รับคะแนน 0 คะแนน

จากการให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ สำหรับ
ตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 8

ตาราง 8 การให้คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
กลยุทธ์		
1) บริษัทที่มีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า ในตลาดต่างประเทศ	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
2) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
3) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
4) บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
5) บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
6) บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
7) บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย (Made in Thailand /Thailand Best) เป็นจุดขาย	ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์	0 1
โครงสร้าง		
1) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาด เพื่อการส่งออกโดยตรง	ไม่มีการกำหนดโครงสร้าง มีการกำหนดโครงสร้าง	0 1
2) บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก	ไม่มีการกำหนดนโยบาย มีการกำหนดนโยบาย	0 1
สภาพการแข่งขัน		
1) ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง	ไม่มีการแข่งขัน มีการแข่งขันสูง	0 1
2) การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออก	ไม่มีผลผลักดันให้ส่งออก มีผลผลักดันให้ส่งออก	0 1

6. การให้คะแนนจากข้อมูลทฤษฎีภูมิ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลทฤษฎีภูมิเพื่อสร้างตัวบ่งชี้ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้คือ

6.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) อันจะประกอบไปด้วย เงินทุน วัตถุดิบ และแรงงาน ดังมีรายละเอียดดังนี้

- ตัวบ่งชี้เงินทุน ได้พิจารณาถึงแหล่งที่มาของเงินทุน จากค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของสถานประกอบการที่ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในช่วงปี 2543-2547 อันจะแสดงถึงแหล่งที่มาของเงินลงทุนทั้งหมดว่ามาจากการกู้ยืมหรือจากเจ้าหนี้ในสัดส่วนเท่าใด โดยถ้าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะแสดงถึงภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นซึ่งหมายถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงจึงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่ถ้ามีสัดส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมไม่เปลี่ยนแปลงจะได้รับ 1 คะแนน หากมีสัดส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับ 2 คะแนน เนื่องจากแสดงว่ามีการใช้เงินทุนจากเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินต่ำกว่าและยังมีโอกาสหาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมได้เพิ่มเติมซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

- ตัวบ่งชี้วัตถุดิบ และแรงงาน ได้พิจารณาถึงตัวบ่งชี้ค่าเฉลี่ยต้นทุนขายต่อยอดขายของสถานประกอบการที่ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในช่วงปี 2543-2547 อันจะแสดงถึงประสิทธิภาพการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน และการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายของสถานประกอบการที่ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ โดยถ้าต้นทุนขายต่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นย่อมแสดงถึงการไม่มีความสามารถในการแข่งขันจึงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน ถ้าต้นทุนขายต่อยอดขายไม่เปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากต้นทุนขายต่อยอดขายเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

จากการให้คะแนนปัจจัยการผลิตในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทฤษฎีภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 9

ตาราง 9 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ในกลุ่มปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทฤษฎีภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1 ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	2
2 ค่าเฉลี่ยอัตราต้นทุนขายต่อยอดขายของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	2

6.2 อุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) พิจารณาในประเด็นของการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันโดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสุทธิของอุตสาหกรรม คือ หากมูลค่าการส่งออกสุทธิสูงย่อมหมายถึงการที่อุตสาหกรรมนั้นมีความสามารถในการแข่งขันที่สูง ซึ่งตัวบ่งชี้ในอุปสงค์ภายในประเทศมีทั้งสิ้น 3 ตัว ได้แก่มูลค่าการส่งออก มูลค่าการนำเข้า และมูลค่าการส่งออกสุทธิ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

- ตัวบ่งชี้มูลค่าการส่งออกนั้น หากมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง จะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่หากมูลค่าการส่งออกไม่มีการเปลี่ยนแปลง จะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะได้รับคะแนน 2 คะแนน

- ตัวบ่งชี้มูลค่าการนำเข้าจะได้รับคะแนนในทางตรงกันข้าม กล่าวคือหากมูลค่าการนำเข้ามีค่ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงอาจเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตภายในประเทศสูงกว่าต่างประเทศ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศจึงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่ถ้าหากมูลค่าการนำเข้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน แต่ถ้าหากมูลค่าการนำเข้าเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

- ตัวบ่งชี้มูลค่าการส่งออกสุทธิ หากมีการเปลี่ยนแปลงลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่ลดลง จะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่ถ้าหากมีมูลค่าการส่งออกสุทธิไม่มีการเปลี่ยนแปลง จะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะได้รับคะแนน 2 คะแนน ดังตาราง

จากการให้คะแนนอุปสงค์ในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทฤษฎีภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 10

ตาราง 10 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทฤษฎีภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1.มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
2.มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงลดลง	2
3.มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิ	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2

6.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries) พิจารณาจาก

- ตัวบ่งชี้จำนวนการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม โดยถ้าหากอุตสาหกรรมไม่มีการรวมกลุ่มของสมาคม หรือชมรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเลยจะได้รับ 0 คะแนน และถ้ามีการรวมกลุ่มกันจำนวน 1 กลุ่ม จะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากมีการรวมกลุ่มกันมากกว่า 1 กลุ่ม จะได้รับคะแนน 2 คะแนน

- ตัวบ่งชี้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็งอันเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ หากมีค่าดัชนีการส่งสินค้าเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ถ้าค่าดัชนีไม่มีการเปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะได้รับคะแนน 2 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

- ตัวบ่งชี้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษไปยังอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยหากอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีค่าดัชนีการส่งสินค้าเปลี่ยนแปลงลดลงจะได้รับคะแนน 0 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ถ้าค่าดัชนีไม่มีการเปลี่ยนแปลงจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะได้รับคะแนน 2 คะแนน เพื่อแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

จากการให้คะแนนอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิสามารถสรุปเกณฑ์ในการให้คะแนนตามตาราง 11

ตาราง 11 การให้คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1 จำนวนการรวมกลุ่ม	ไม่มีการรวมกลุ่ม	0
	มีการรวมกลุ่ม 1 ราย	1
	มีการรวมกลุ่มมากกว่า 1 ราย	2
2 ค่าดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
3 ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ	เปลี่ยนแปลงลดลง	0
	ไม่เปลี่ยนแปลง	1
	เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2

6.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) พิจารณาใน 2 ประเด็นดังนี้

- ตัวบ่งชี้ของสภาพการแข่งขัน โดยพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียนในช่วงปี 2543-2547 อันจะสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงหรือสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม กล่าวคือ หากมีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มย่อมหมายถึงสภาพการแข่งขันที่สูงอันเป็นแรงผลักดันให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อให้อุตสาหกรรมมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นโดยหากไม่มีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 2543-2547 อันแสดงถึงสภาวะการแข่งขันที่ไม่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศลดลง ในกรณีนี้จะได้รับคะแนน 0 คะแนน แต่ถ้าหากจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มจำนวน 1 รายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากมีจำนวนสถานประกอบการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 รายจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

- ตัวบ่งชี้ของกลยุทธ์ โครงสร้าง จะพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลในช่วงปี 2543-2547 อันจะสะท้อนให้เห็นการมีการจัดการทางด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพจนสามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล โดยหากปีใดไม่มีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลจะได้รับคะแนน 0 คะแนน อันแสดงถึงการไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ถ้าหากมีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลจำนวน 1 รายจะได้รับคะแนน 1 คะแนน หากมีสถานประกอบการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 รายจะได้รับคะแนน 2 คะแนน

จากการให้คะแนน กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ของตัวบ่งชี้ข้อมูลทุติยภูมิสามารถสรุปเกณฑ์การให้คะแนนตามตาราง 12

ตาราง 12 การให้คะแนนตัวบ่งชี้ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ตัวบ่งชี้	หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1 จำนวนสถานประกอบการจดทะเบียน	ไม่มีการจดทะเบียน	0
	มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงลดลง	1
	มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2
2 จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล	ไม่ได้รับการรับรอง	0
	ได้รับการรับรองเปลี่ยนแปลงลดลง	1
	ได้รับการรับรองเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น	2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น นั้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และนำมาคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1 รวบรวมข้อมูลการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย และมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของสินค้าทุกชนิดของประเทศไทยในช่วงปี 2543-2548 โดยแบ่งเป็นรายประเทศจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China โดยรวบรวมข้อมูลเป็นรายพิกัดดังนี้

- สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็ง ชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบ และถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

1.2 รวบรวมข้อมูลการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของทุกประเทศในตลาดโลก และมูลค่ารวมทั้งหมดของการส่งออกสินค้าทุกชนิดของตลาดโลก ในช่วงปี 2543-2548 โดยแบ่งเป็นรายประเทศจาก United Nations โดยรวบรวมข้อมูลเป็นรายพิกัดดังนี้

- สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็ง ชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบ และถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น

ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง เพิ่มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไปถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 เพิ่มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

2. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิโดยจะแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาจะใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์ให้กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท จาก 3 เขตพื้นที่ คือพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 2 บริษัท พื้นที่ปริมณฑลจำนวน 4 บริษัท และพื้นที่อื่น ๆ จำนวน 2 บริษัท โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

2.1.1 ติดต่อทางโทรศัพท์ถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกเพื่อชี้แจงและขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตหมายเข้าพบเพื่อใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์

2.1.2 เตรียมแบบสอบถาม/สัมภาษณ์

2.1.3 สำหรับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกบางบริษัททางผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามทางโทรศัพท์เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านระยะทางและการเดินทาง

2.1.4 เข้าพบผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกตามวันและเวลาที่นัดหมายเพื่อสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม

2.1.5 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการโทรศัพท์ และการไปสัมภาษณ์

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

2.2.1 รวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของปัจจัยการผลิตในประเทศ

2.2.2 รวบรวมข้อมูลจากกรมศุลกากรสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุปสงค์ภายในประเทศ

2.2.3 รวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

2.2.4 รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยข้อ 1 ซึ่งใช้การหาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มีการจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้น จะใช้การคำนวณความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกดังต่อไปนี้ในการคำนวณเพื่อให้ได้ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังนี้

1.1 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษตามสินค้านำเข้า 4819 และพิกัดย่อยของสินค้านำเข้า 4819 ของประเทศไต้หวันซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China มาจัดทำเป็นตารางดังตาราง 13

ตาราง 13 มูลค่าการนำเข้าสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของประเทศไต้หวันปี 2543-2548

HS 4819	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	60,424,851	54,941,765	49,142,007	55,228,123	68,854,444	77,093,543
THAILAND	34,667,660	32,302,025	26,501,916	27,831,209	30,617,131	28,839,021
JAPAN	8,834,830	7,428,305	6,025,738	5,110,763	5,434,735	4,831,383
CHINA	2,861,292	1,972,491	3,569,503	9,320,714	15,600,032	22,938,750
HS 4819.100	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	5,156,000	4,089,501	3,891,647	3,678,050	5,887,259	4,797,514
THAILAND	183,710	27,498	17,875	27,472	43,705	13,630
JAPAN	561,552	927,898	460,588	877,534	1,154,729	854,048
CHINA	1,271,077	785,542	712,998	1,247,861	2,782,480	2,441,495
HS 4819.200	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	16,366,552	14,842,008	8,174,266	5,274,294	6,903,373	12,991,843
THAILAND	9,941,117	8,279,721	3,482,258	947,144	923,395	797,300
JAPAN	1,516,045	1,934,509	1,153,999	604,786	920,186	1,001,309
CHINA	1,183,046	830,524	931,061	1,624,253	3,144,604	7,998,103
HS 4819.300	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	167,300	567,368	1,706,909	2,036,393	4,508,706	5,843,704
THAILAND			2,571	30	179	21,692
JAPAN	124,893	232,104	371,263	338,807	598,824	429,161
CHINA		1,406	233	11,020	34,018	27,383
HS 4819.400	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	5,318,588	5,421,295	5,501,236	7,177,891	8,946,352	9,896,604
THAILAND	23,425	41,863	13,634	3,874	38,017	58,858
JAPAN	1,079,835	835,709	503,951	981,782	956,283	788,762
CHINA	21,870	66,906	894,837	787,002	1,447,551	2,359,998
HS 4819.500	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	32,434,853	29,245,984	29,177,806	36,319,056	41,422,453	39,007,809
THAILAND	24,481,031	23,943,005	22,963,836	26,850,504	29,603,490	27,846,184
JAPAN	5,329,000	3,331,850	3,080,853	2,449,385	1,675,710	1,678,389
CHINA	78,221	119,063	1,241,233	5,243,181	7,627,613	6,474,432
HS 4819.600	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global-Country	981,558	775,609	690,143	742,439	1,186,301	4,556,069
THAILAND	38,377	9,938	21,742	2,185	8,345	101,357
JAPAN	223,505	166,235	64,198	53,249	129,003	79,714
CHINA	307,078	169,050	180,027	212,617	563,766	3,637,339

ที่มา : Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China. (2006). (Online).

1.2 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกพิกัดของประเทศไต้หวันซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China มาจัดทำเป็นตาราง ดังตาราง 14

ตาราง 14 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศไต้หวันปี 2543-2548

ALL HS CODE	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Global_Country	140,004,899,508	107,965,538,908	128,007,458,953	168,750,606,068	168,750,606,068	182,610,210,912
THAILAND	2,767,871,679	2,192,795,138	2,379,372,769	2,784,634,468	2,784,634,468	2,887,035,355
JAPAN	38,556,954,971	25,932,813,711	32,718,847,027	43,715,710,611	43,715,710,611	46,052,601,907
CHINA	6,223,111,811	5,902,784,486	11,017,481,839	16,791,537,670	16,791,537,670	20,093,086,019

ที่มา : Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China. (2006). (Online).

1.3 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกพิกัดของโลกซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก United Nations มาจัดทำเป็นตาราง ดังตาราง 15

ตาราง 15 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศไต้หวันปี 2543-2548

ALL HS CODE	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	6,003,397,138,139	5,821,112,672,228	6,118,411,942,839	7,163,019,143,483	8,669,947,069,589	9,640,806,481,958
Thailand	68,818,989,570	64,919,225,910	68,107,865,050	80,323,274,404	96,247,901,276	110,110,034,192
Japan	479,247,587,246	403,363,609,237	416,715,260,264	471,995,905,358	565,761,077,451	594,940,865,790
China	249,202,551,015	266,098,208,590	325,595,969,765	438,227,767,355	593,325,581,430	761,953,409,531

ที่มา : United Nations. (2006). (Online).

1.4 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษตามสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของสินค้าพิกัด 4819 ของโลกซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก United Nation มาจัดทำเป็นตาราง ดังตาราง 16

ตาราง 16 มูลค่าการนำเข้าสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อย ของโลกปี 2543-2548

HS 4819	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	8,698,402,269	8,950,843,680	9,418,116,376	10,789,288,143	12,246,707,092	12,892,332,033
Thailand	55,737,659	64,355,259	68,953,401	76,689,122	89,436,769	96,150,296
Japan	73,814,070	58,308,129	47,374,655	48,320,717	58,936,112	50,349,163
China	302,506,463	319,324,044	370,613,736	451,603,263	609,121,785	770,382,515
HS 4819.100	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	3,195,740,997	3,094,583,280	3,237,880,877	3,687,349,204	4,189,303,377	4,461,214,383
Thailand	2,928,127	3,298,325	4,394,079	4,558,692	4,729,085	6,524,012
Japan	25,683,179	20,248,407	15,969,704	12,854,736	13,928,223	15,010,343
China	65,182,703	68,777,294	80,456,505	108,085,859	144,329,429	172,719,504
HS 4819.200	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	3,260,430,671	3,546,021,313	3,762,873,760	4,295,545,241	4,835,849,175	5,014,201,077
Thailand	49,367,847	56,294,523	59,196,028	66,523,544	76,533,251	81,659,649
Japan	27,344,941	24,695,492	18,487,483	18,163,713	20,109,182	20,269,640
China	104,916,491	101,128,689	114,113,302	134,186,593	184,887,615	234,272,874
HS 4819.300	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	375,673,772	379,346,527	388,633,219	456,777,385	490,387,337	521,290,613
Thailand	1,572,427	2,273,432	2,751,778	3,026,597	4,554,729	4,228,816
Japan	2,598,204	1,986,204	2,253,169	2,483,360	2,731,780	3,204,731
China	10,772,624	11,930,777	16,123,948	17,652,017	22,794,657	19,131,291
HS 4819.400	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	1,085,373,821	1,105,216,665	1,204,469,548	1,376,406,031	1,626,938,054	1,763,462,112
Thailand	1,132,358	1,593,157	1,988,639	1,614,405	1,484,485	1,595,287
Japan	14,745,962	8,329,768	7,593,581	9,170,896	16,766,851	7,403,806
China	105,519,348	123,806,601	146,365,643	171,950,984	225,837,541	303,807,256
HS 4819.500	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	571,623,283	603,418,533	596,196,958	693,713,405	753,122,183	772,650,747
Thailand	495,027	526,197	292,615	210,964	1,188,465	1,712,578
Japan	3,355,003	2,172,118	2,169,260	4,659,649	4,554,316	3,268,016
China	10,615,426	8,933,913	6,944,445	11,366,620	17,602,556	23,159,939
HS 4819.600	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Grand Total	193,239,149	206,468,881	210,791,319	264,639,482	328,889,995	359,513,107
Thailand	241,873	369,626	330,262	754,920	946,754	429,955
Japan	86,781	876,140	901,458	988,363	845,760	1,192,627
China	5,499,871	4,746,770	6,609,893	8,361,190	13,669,987	17,291,651

ที่มา : United Nation. (2006). (Online).

1.5 นำข้อมูลจากตาราง 13-16 มาคำนวณตามสูตรโดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$RCA = \frac{X_{ijw} / X_{iw}}{M_{wj} / M_w}$$

โดยที่	X_{ijw}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศ i ไปยังประเทศ w
	X_{iw}	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w
	M_{wj}	คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า j ทั้งหมดของประเทศ w
	M_w	คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w
	w	คือ ประเทศที่จะศึกษา

ถ้า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

ถ้า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

ถ้า RCA มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประเทศไทย i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ w

โดยในการวิเคราะห์จะทำการเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุกุณฑ์กระดาษในสินค้าพิกัด 4819 และสินค้าพิกัด 4819.100-600 ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ที่มีกับประเทศไต้หวัน และที่มีกับตลาดโลก โดยผลการคำนวณได้แสดงไว้ในบทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

2.จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 2 ผู้วิจัยได้มีการจัดกระทำข้อมูลคือ จากข้อมูลตัวบ่งชี้ จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิ ตามรายละเอียดการให้คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้วโดยมีการจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

จากการให้คะแนนตามที่ได้กล่าวไปแล้วในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแก้ตัวบ่งชี้จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมินั้น จะนำคะแนนที่ได้รับในข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิมาคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ยของข้อมูลปฐมภูมิ และคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ยของข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อแสดงถึงระดับปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยทั้งในข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีเกณฑ์การวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิตามตาราง 17 ดังนี้

$$\text{คะแนนร้อยละเฉลี่ยจากข้อมูลทุติยภูมิ} = \frac{\text{คะแนนเฉลี่ย}}{\text{คะแนนเต็ม}}$$

$$\text{คะแนนร้อยละเฉลี่ยจากข้อมูลปฐมภูมิ} = \frac{\text{คะแนนเฉลี่ย}}{\text{คะแนนเต็ม}}$$

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณาแบ่งแยกเป็น 5 ระดับโดยการหาช่วงกว้างของอัตราภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 หน้า 8-11)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{100 - 0}{5} \\ &= 20 \end{aligned}$$

ตาราง 17 เกณฑ์วัดระดับความสามารถในการแข่งขัน

คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
80.01-100.00	สูง
60.01-80.00	ค่อนข้างสูง
40.01-60.00	ปานกลาง
20.01-40.00	ค่อนข้างต่ำ
0.00-20.00	ต่ำ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปยังตลาดส่งออกหลัก และตลาดโลก ซึ่งตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยคือประเทศไต้หวันโดยเลือกประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดประเทศไต้หวันของประเทศไทยมาเปรียบเทียบทั้งในตลาดประเทศไต้หวัน และตลาดโลก โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี 2543-2548

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะจำแนกเป็นกลุ่มภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดระบบฮาร์โมนี (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) คือสินค้าพิกัด 4819 และสินค้าพิกัดย่อยคือ

- สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ”

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก”

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง”

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.300 กระสอบและถุงฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป”

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย”

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง โดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง”

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ภาชนะบรรจุ ภาชนะบรรจุภัณฑ์และซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่คล้ายกันโดยในการวิเคราะห์จะใช้คำว่า “สินค้าพิกัด 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ภาชนะบรรจุ ภาชนะบรรจุภัณฑ์และซองที่คล้ายกัน”

จากพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนิซซ์ของบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ทำการศึกษาข้างต้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศได้หวั่น
2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศไต้หวัน

1.1 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดประเทศไต้หวัน จากตาราง 18 แสดงให้เห็นถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 29.02 28.95 29.01 30.54 26.95 และ 23.66 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.53 0.56 0.48 0.6 0.30 และ 0.25 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 1.07 0.66 0.84 1.70 2.28 และ 2.70 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2548 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี ประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ใน พ.ศ. 2543 และ พ.ศ. 2546-2548

สรุปได้ว่า ในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ในตลาดประเทศไต้หวันและมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ในตลาดประเทศไต้หวันในช่วง พ.ศ. 2543-2548 โดยมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ในตลาดประเทศไต้หวันใน พ.ศ. 2543 และ พ.ศ. 2546-2548 และมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นส่วนใน พ.ศ. 2544-2545 ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ในตลาดประเทศไต้หวัน

ตาราง 18 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819 ในตลาดประเทศไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	29.02	28.95	29.01	30.54	26.95	23.66
ญี่ปุ่น	0.53	0.56	0.48	0.36	0.30	0.25
จีน	1.07	0.66	0.84	1.70	2.28	2.70

1.2 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูกในตลาดประเทศไทย ไต้หวัน

จากตาราง 19 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 1.80 0.33 0.25 0.45 0.45 และ 0.18 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.40 0.94 0.46 0.92 0.76 และ 0.71 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 5.55 3.51 2.13 3.41 4.75 และ 4.63 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ใน พ.ศ. 2543 ส่วนใน พ.ศ. 2544-2548 มีค่าน้อยกว่า 1 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี และประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปี

สรุปได้ว่า ในช่วง พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.10 กล่องกระดาษลูกฟูก ส่วน พ.ศ. 2544-2548 ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก ในตลาดประเทศไต้หวันและมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก ในตลาดประเทศไทยในทุกปี โดยมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงแต่มีค่าเข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศไทย ส่วนประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก ในตลาดประเทศไต้หวันในทุกปีโดยมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ตาราง 19 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.100 ในตลาดประเทศไทย
ไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	1.80	0.33	0.25	0.45	0.45	0.18
ญี่ปุ่น	0.40	0.94	0.46	0.92	0.76	0.71
จีน	5.55	3.51	2.13	3.41	4.75	4.63

1.3 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็งในตลาดประเทศไทย ไต้หวัน

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็งของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 30.72 27.47 22.92 10.88 8.11 และ 3.88 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.34 0.54 0.55 0.44 0.51 และ 0.31 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 1.63 1.02 1.32 3.09 4.58 และ 5.59 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยและประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปีโดยที่ประเทศไทยมีค่า RCA ที่สูงกว่าประเทศจีนในช่วง พ.ศ. 2543-2547 แต่ใน พ.ศ. 2548 มีค่า RCA ที่น้อยกว่าประเทศจีน ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี

สรุปได้ว่า ตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง และมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง ในตลาดประเทศไต้หวันทุกปีและมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ส่วนประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง ในตลาดประเทศไต้หวันในทุกปี โดยมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 20 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.200 ในตลาดประเทศไทย
ไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	30.72	27.47	22.92	10.88	8.11	3.88
ญี่ปุ่น	0.34	0.54	0.55	0.44	0.51	0.31
จีน	1.63	1.02	1.32	3.09	4.58	5.59

1.4 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.300 กระจกและกระจกหน้าต่างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไปในตลาดประเทศไทย

จากตาราง 21 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.30 กระจกและกระจกหน้าต่างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีการส่งออกใน พ.ศ. 2545-2548 มีค่า RCA เท่ากับ 0.081 0.001 0.002 และ 0.235 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA ใน พ.ศ. 2543-2548 เท่ากับ 2.711 1.703 0.851 0.642 0.513 และ 0.291 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีการส่งออกใน พ.ศ. 2544-2548 โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.045 0.002 0.054 0.076 และ 0.043 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2548 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นใน พ.ศ. 2548 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วง 2 ปีแรก คือ พ.ศ. 2543-2544 และมีค่าน้อยกว่า 1 ใน พ.ศ. 2545- 2548 และมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี ซึ่งพบว่าประเทศไทยมีค่า RCA ที่น้อยกว่าประเทศญี่ปุ่น แต่มากกว่าประเทศจีนใน พ.ศ. 2548

สรุปได้ว่า ทั้ง 3 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.300 กระจกและกระจกหน้าต่างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ในทุกปี โดยประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นแต่ยังน้อยกว่า 1 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงแต่มีค่ามากกว่าประเทศไทย และประเทศจีน ส่วนประเทศจีนมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงใน พ.ศ. 2548

ตาราง 21 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.300 ในตลาดประเทศไทย

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.300 กระจกและกระจกหน้าต่างตั้งแต่ 40 ซม.ขึ้นไป					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	-	-	0.081	0.001	0.002	0.235
ญี่ปุ่น	2.711	1.703	0.851	0.642	0.513	0.291
จีน	-	0.045	0.002	0.054	0.076	0.043

1.5 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวยใน ตลาดประเทศไต้หวัน

จากตาราง 22 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.22 0.38 0.13 0.03 0.26 และ 0.38 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.74 0.64 0.36 0.53 0.41 และ 0.32 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.09 0.23 1.89 1.10 1.63 และ 2.17 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2548 และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นใน พ.ศ. 2548 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี และมีแนวโน้มที่ลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วง 2 ปีแรก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ใน พ.ศ. 2545-2548 และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

สรุปได้ว่า ในทุกปีประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย และมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบ และถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย ในตลาดประเทศไต้หวันในทุกปีและมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ส่วน ประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุง อื่นๆ รวมถึงกรวย ในช่วง 2 ปีแรกคือ พ.ศ. 2543-2544 และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใน การส่งออกสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย ในตลาดประเทศไต้หวันใน พ.ศ. 2545-2548 และมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 22 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.400 ในตลาดประเทศ ไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.22	0.38	0.13	0.03	0.26	0.38
ญี่ปุ่น	0.74	0.64	0.36	0.53	0.41	0.32
จีน	0.09	0.23	1.89	1.10	1.63	2.17

1.6 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.500 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียงในตลาดประเทศไต้หวัน

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.500 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 38.18 40.31 42.34 44.80 43.31 และ 45.15 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.60 0.47 0.41 0.26 0.16 และ 0.17 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.05 0.07 0.49 1.45 1.85 และ 1.51 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปีตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2548 และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีเช่นเดียวกับประเทศไทย แต่มีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วง 3 ปีแรก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ใน พ.ศ.2546-2548 และมีแนวโน้มที่ลดลงเล็กน้อย

สรุปได้ว่า ตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.50 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง และมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.50 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง ในตลาดประเทศไต้หวันในทุกปีและมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ส่วนประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.50 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง ในช่วง 3 ปีแรกคือ พ.ศ. 2543-2545 และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.50 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง ในตลาดประเทศไต้หวันใน พ.ศ. 2546-2548 และมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงเล็กน้อย

ตาราง 23 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.500 ในตลาดประเทศไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA พิกัด 4819.50 ภาษนะบรรจุกฎอื่น ๆ รวมถึงของใส่แผ่นเสียง					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	38.18	40.31	42.34	44.80	43.31	45.15
ญี่ปุ่น	0.60	0.47	0.41	0.26	0.16	0.17
จีน	0.05	0.07	0.49	1.45	1.85	1.51

1.7 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของในตลาดประเทศไต้หวัน

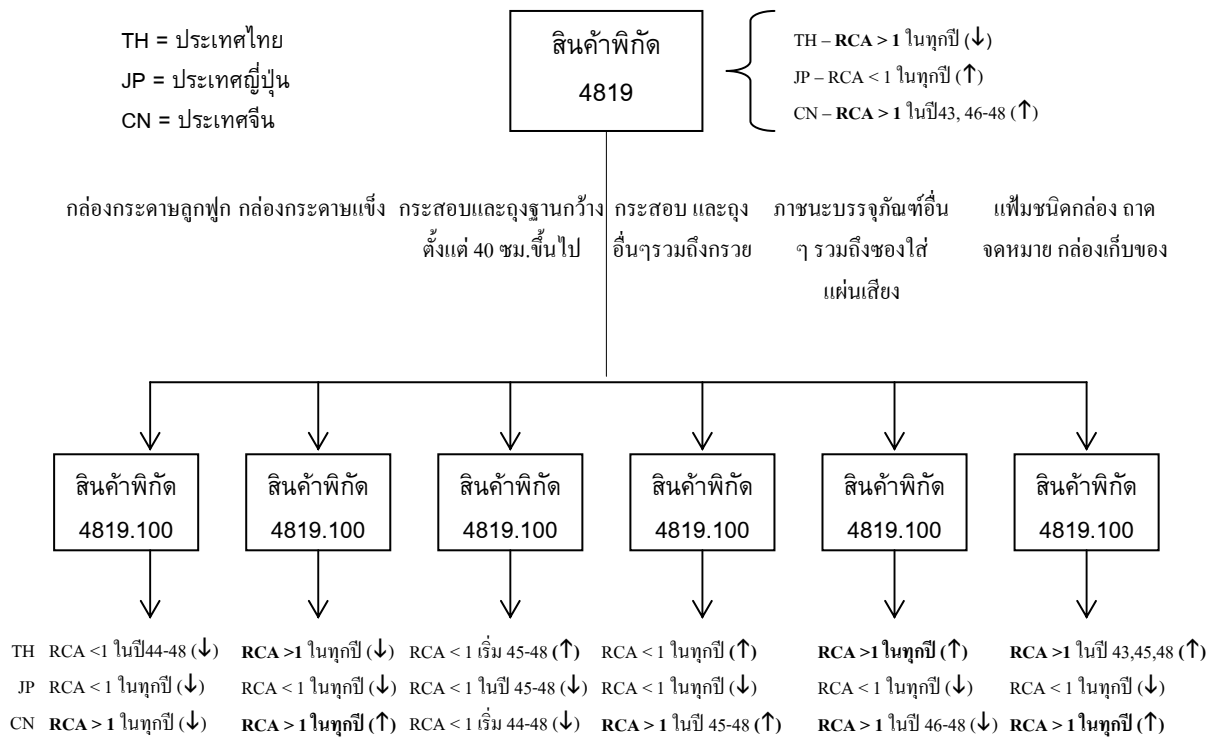
จากตาราง 24 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของ ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไต้หวัน พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 1.98 0.63 1.69 0.18 0.43 และ 1.41 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.83 0.89 0.36 0.28 0.42 และ 0.07 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 7.04 3.99 3.03 2.88 4.78 และ 7.26 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2547 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วง พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2548 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี โดยมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปี และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ในช่วง พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2545 และปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของ และมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2548 เมื่อเทียบกับปี 2547 ซึ่งไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของ ในตลาดประเทศไต้หวันในทุกปี และมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ส่วนประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของ ในทุกปีและมีแนวโน้มของค่า RCA ที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 24 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.600 ในตลาดประเทศไต้หวัน

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาดจดหมาย กล่องเก็บของ					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	1.98	0.63	1.69	0.18	0.43	1.41
ญี่ปุ่น	0.83	0.89	0.36	0.28	0.42	0.07
จีน	7.04	3.99	3.03	2.88	4.78	7.26

จากภาพประกอบ 8 สรุปว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก
 บรรจุก๊าซกระดาศไปประเทศไต้หวัน ในทุกปี โดยมาจากบรรจุก๊าซกระดาศในสินค้าพิกัด
 4819.200 กล่องกระดาศแข็ง สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุก๊าซอื่นๆ รวมถึงของใส่
 แผ่นเสียง มากที่สุดในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุก๊าซ
 กระดาศไปประเทศไต้หวันอย่างต่อเนื่องใน พ.ศ. 2546-2548 โดยมาจากบรรจุก๊าซกระดาศใน
 สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาศลูกฟูก สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาศแข็ง และสินค้า
 พิกัด 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของ ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีความ
 ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุก๊าซกระดาศไปประเทศไต้หวันในทุกปี



ภาพประกอบ 8 สรุปการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศไต้หวัน

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก

2.1 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก

จากตาราง 25 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.56 0.64 0.66 0.63 0.66 และ 0.65 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.11 0.09 0.07 0.07 0.07 และ 0.06 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.84 0.78 0.74 0.68 0.73 และ 0.76 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี โดยประเทศจีนมีค่า RCA สูงกว่าประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นตามลำดับ

สรุปได้ว่าในช่วงปี 2543 ถึงปี 2548 ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ในตลาดโลกทั้ง 3 ประเทศ โดยที่ประเทศไทย และประเทศจีนมีค่า RCA เข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศจีนมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงเล็กน้อย

ตาราง 25 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819 บรรจุภัณฑ์กระดาษ					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.56	0.64	0.66	0.63	0.66	0.65
ญี่ปุ่น	0.11	0.09	0.07	0.07	0.07	0.06
จีน	0.84	0.78	0.74	0.68	0.73	0.76

2.2 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูกในตลาดโลก

จากตาราง 26 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.08 0.10 0.12 0.11 0.10 และ 0.13 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.10 0.09 0.07 0.05 0.05 และ 0.05 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.49 0.49 0.47 0.48 0.50 และ 0.49 ตามลำดับ พบว่าทั้งประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปี โดยที่ประเทศจีนมีค่า RCA สูงกว่าประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นตามลำดับ

สรุปได้ว่า ในช่วงปี 2543 ถึงปี 2548 ทั้ง 3 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก โดยที่ประเทศจีนมีค่า RCA เข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นตามลำดับ และประเทศจีนมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA คงที่

ตาราง 26 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.100 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.100 กล่องกระดาษลูกฟูก					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.08	0.10	0.12	0.11	0.10	0.13
ญี่ปุ่น	0.10	0.09	0.07	0.05	0.05	0.05
จีน	0.49	0.49	0.47	0.48	0.50	0.49

2.3 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็งในตลาดโลก

จากตาราง 27 แสดงให้เห็นถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของพิกัด 4819.20 กล่องกระดาษแข็งของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 1.32 1.42 1.41 1.38 1.43 และ 1.43 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.11 0.10 0.07 0.06 0.06 และ 0.07 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.78 0.62 0.57 0.51 0.56 และ 0.59 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปี ส่วนประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีโดยที่ประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่าประเทศญี่ปุ่นในทุกปี

สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.20 กล่องกระดาษแข็งในทุกปี และมีแนวโน้มค่า RCA ที่คงที่ ในขณะที่อีกทั้ง 2 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.20 กล่องกระดาษแข็งในตลาดโลก โดยที่ทั้งประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนต่างก็มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ประเทศจีนมีค่า RCA เข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศญี่ปุ่น

ตาราง 27 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.200 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	1.32	1.42	1.41	1.38	1.43	1.43
ญี่ปุ่น	0.11	0.10	0.07	0.06	0.06	0.07
จีน	0.78	0.62	0.57	0.51	0.56	0.59

2.4 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.30 กระสอบและถุงฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไปในตลาดโลก

จากตาราง 28 แสดงให้เห็นถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.30 กระสอบและถุงฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543 – 2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.37 0.54 0.64 0.59 0.84 และ 0.71 ตามลำดับ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.09 0.08 0.09 0.08 0.09 และ 0.10 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.69 0.69 0.78 0.63 0.68 และ 0.46 ตามลำดับ พบว่าทั้ง 3 ประเทศมีค่า RCA ส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ในทุกปี โดยที่ในช่วงปี 2543-2546 ประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่าประเทศจีน แต่มากกว่าประเทศญี่ปุ่น แต่ในช่วงปี 2547-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่าประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น และมีค่าเข้าใกล้ 1

สรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.30 กระสอบและถุงฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ในทุกปี โดยที่ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงเล็กน้อยแต่ยังคงมากกว่าประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี 2548 ซึ่งประเทศจีนมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง และประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งโดยรวมแล้วประเทศไทย และประเทศจีนมีค่า RCA ค่อนข้างเข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศญี่ปุ่น

ตาราง 28 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.30 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.300 กระสอบและถุงฐานกว้างตั้งแต่ 40 ซม.ขึ้นไป					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.37	0.54	0.64	0.59	0.84	0.71
ญี่ปุ่น	0.09	0.08	0.09	0.08	0.09	0.10
จีน	0.69	0.69	0.78	0.63	0.68	0.46

2.5 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวยในตลาดโลก

จากตาราง 29 แสดงให้เห็นถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวยของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543 ถึง ปี 2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.09 0.13 0.15 0.10 0.08 และ 0.08 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.17 0.11 0.09 0.10 0.16 และ 0.07 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 2.34 2.45 2.28 2.04 2.03 และ 2.18 ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีตั้งแต่ปี 2543 ถึงปี 2548 และมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีเช่นกันและมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างมากในปี 2548 ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกปีและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในปี 2548

สรุปได้ว่า ในทุกปีประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย โดยที่ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ที่คงที่ ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2543-2548 และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 29 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.400 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.09	0.13	0.15	0.10	0.08	0.08
ญี่ปุ่น	0.17	0.11	0.09	0.10	0.16	0.07
จีน	2.34	2.45	2.28	2.04	2.03	2.18

2.6 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียงในตลาดโลก

จากตาราง 30 แสดงให้เห็นถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543 ถึง ปี 2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.08 0.08 0.04 0.03 0.14 และ 0.19 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.07 0.05 0.05 0.10 0.09 และ 0.07 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.45 0.32 0.22 0.27 0.34 และ 0.38 ตามลำดับ พบว่าทั้ง 3 ประเทศต่างมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกปีโดยที่ประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่าประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

สรุปได้ว่า ทั้ง 3 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง โดยที่ประเทศไทย และประเทศจีนต่างมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้น แต่ประเทศไทยมีค่า RCA ที่น้อยกว่าประเทศจีน ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลง โดยที่เมื่อเปรียบเทียบกันจะพบว่าประเทศจีนมีค่า RCA ที่เข้าใกล้ 1 มากกว่าประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่น

ตาราง 30 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.500 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.08	0.08	0.04	0.03	0.14	0.19
ญี่ปุ่น	0.07	0.05	0.05	0.10	0.09	0.07
จีน	0.45	0.32	0.22	0.27	0.34	0.38

2.7 การวิเคราะห์ RCA สินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของในตลาดโลก

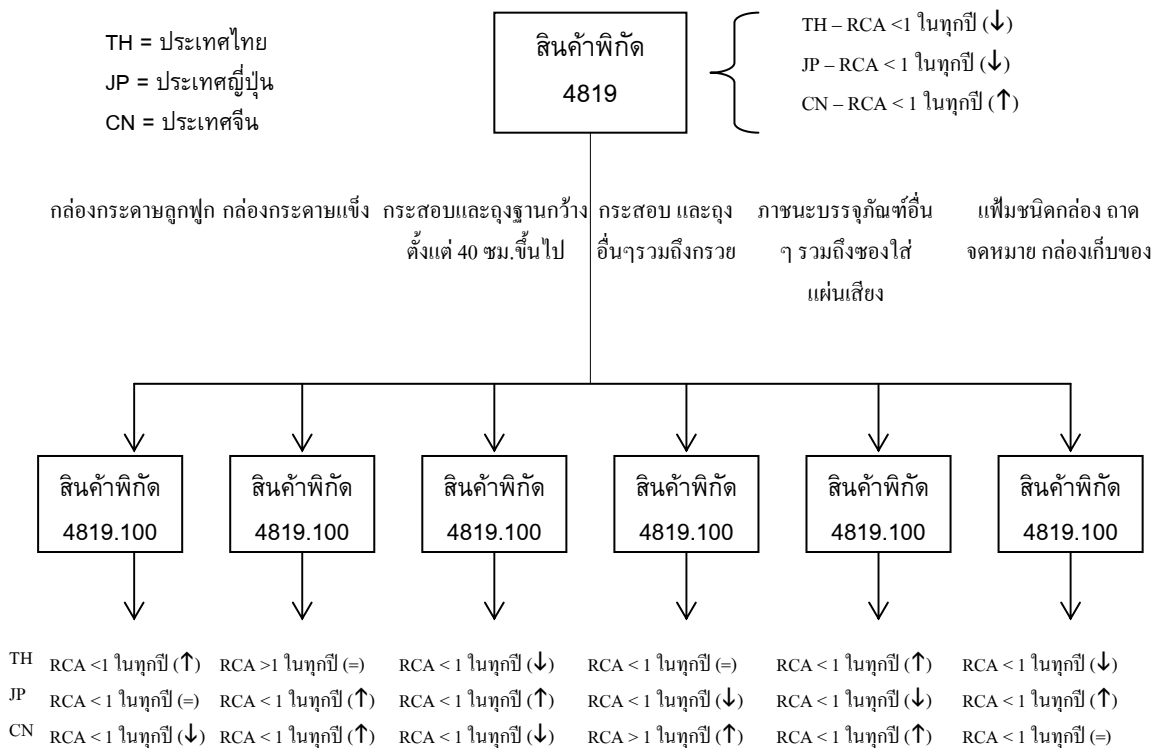
จากตาราง 31 แสดงให้เห็นถึงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งต่อไปจะขอใช้คำว่า RCA ของสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของ ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2543 ถึง ปี 2548 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.11 0.16 0.14 0.25 0.26 และ 0.10 ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA เท่ากับ 0.01 0.06 0.06 0.06 0.04 และ 0.05 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.69 0.50 0.59 0.52 0.61 และ 0.61 ตามลำดับ พบว่าทั้ง 3 ประเทศต่างมีค่า RCA ที่น้อยกว่า 1 ในทุกปี โดยที่ประเทศจีนมีค่า RCA มากกว่าประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นตามลำดับ

สรุปได้ว่า ในช่วงปี 2543-2548 ทั้ง 3 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของ โดยที่ประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA ที่ลดลงมาก ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย และประเทศจีนมีแนวโน้มค่า RCA ที่คงที่ในปี 2548 แต่ประเทศจีนมีค่า RCA เข้าใกล้ 1 มากกว่าทั้งประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

ตาราง 31 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าพิกัด 4819.600 ในตลาดโลก

ประเทศ	ค่า RCA สินค้าพิกัด 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของ					
	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	0.11	0.16	0.14	0.25	0.26	0.10
ญี่ปุ่น	0.01	0.06	0.06	0.06	0.04	0.05
จีน	0.69	0.50	0.59	0.52	0.61	0.61

จากภาพประกอบ 9 สรุปว่าในปี 2543- 2548 ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก แต่ในสินค้าพิกัดย่อยของบรรจุภัณฑ์กระดาษ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสินค้าพิกัดย่อย 4819.200 กล่องกระดาษแข็ง ในทุกปี ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสินค้าพิกัดย่อย 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย ในทุกปี ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นไม่มีสินค้าพิกัดย่อยใดเลยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก



ภาพประกอบ 9 สรุปการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุกัญชากระตาศของประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิเพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุกัญชากระตาศของประเทศไทยในส่วนนี้ ได้นำแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ หรือแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุกัญชากระตาศของประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ใน 2 ส่วนดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากตาราง 32 พบว่า ปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 65.28 และ 67.75 ตามลำดับ ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 56.25 และ 51.14 ตามลำดับ โดยผลการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ภาพรวมพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 61.68 ดังมีรายละเอียดการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ตาราง 32 การวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	คะแนน	คะแนน	คะแนน	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
	เฉลี่ย	เต็ม	ร้อยละเฉลี่ย	
1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ	11.75	18	65.28	ค่อนข้างสูง
2.อุปสงค์ในประเทศ	2.25	4	56.25	ปานกลาง
3.ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ	5.63	11	51.14	ปานกลาง
4.อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	8.13	12	67.75	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	27.76	45	61.68	ค่อนข้างสูง

2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- ปัจจัยพื้นฐาน จากตาราง 33 พบว่าปัจจัยพื้นฐานโดยรวมมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูงมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.00 โดยมาจาก วัตถุประสงค์มีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย วัตถุประสงค์มีคุณภาพดี แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือ อยู่ในระดับสูง มีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 87.50 87.50 และ 87.50 ส่วนปัจจัยวัตถุประสงค์มีราคาต่ำ และแรงงานมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย อยู่ในระดับค่อนข้างสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 75.00 และ 62.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยแรงงานมีอัตราค่าจ้างต่ำอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 50.00

- ปัจจัยขั้นสูง จากตาราง 33 พบว่า ปัจจัยขั้นสูงโดยรวมมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูงมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 60.42 โดยมาจาก การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 87.50 และ 87.50 ตามลำดับ ส่วนบุคลากรมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง และเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง อยู่ในระดับค่อนข้างสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 ส่วนการอบรมพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง และหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่งอยู่ในระดับปานกลาง และต่ำตามลำดับ

ตาราง 33 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตภายในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

รายการ	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
ปัจจัยพื้นฐาน	4.50	6	75.00	ค่อนข้างสูง
1) วัตถุประสงค์มีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	0.88	1	87.50	สูง
2) วัตถุประสงค์มีคุณภาพดี	0.88	1	87.50	สูง
3) วัตถุประสงค์มีราคาต่ำ	0.75	1	75.00	ค่อนข้างสูง
4) แรงงานมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	0.63	1	62.50	ค่อนข้างสูง
5) แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือ	0.88	1	87.50	สูง
6) แรงงานมีอัตราค่าจ้างต่ำ	0.50	1	50.00	ปานกลาง
ปัจจัยขั้นสูง	7.25	12	60.42	ค่อนข้างสูง
1) บุคลากรมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	1.25	2	62.50	ค่อนข้างสูง
2) หน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	0.25	2	12.50	ต่ำ
3) การอบรมพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง	1.00	2	50.00	ปานกลาง
4) เทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง	1.25	2	62.50	ค่อนข้างสูง
5) การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง	1.75	2	87.50	สูง
6) มาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า	1.75	2	87.50	สูง
ภาพรวม	11.75	18	65.28	ค่อนข้างสูง

2.1.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ภายในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ รูปแบบความต้องการสินค้าภายในประเทศมีผลต่ออุตสาหกรรมในแง่ปริมาณการผลิตและการพัฒนา จากตาราง 34 พบว่า ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 50.00

- ผู้ซื้อที่รู้จัก ผู้ซื้อที่รู้จักจะตั้งมาตรฐานไว้สูง ส่งผลให้เกิดแรงกดดันให้มีนวัตกรรมที่รวดเร็วจนมีข้อได้เปรียบ และเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากตาราง 34 พบว่า ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 37.50 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

- อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่นจะส่งผลต่อรูปแบบการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้ออันจะเสริมสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีความชัดเจนก่อนประเทศอื่น ดังนั้นการขยายตัวของตลาดบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จากตาราง 34 พบว่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

- ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ตลาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆครั้ง (Learning Curve) ดังนั้นขนาดของตลาดจึงมีความสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจากตาราง 34 พบว่า ขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีขนาดใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ตาราง 34 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

รายการ	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
1) ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ	0.50	1	50.00	ปานกลาง
2) ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ	0.38	1	37.50	ค่อนข้างต่ำ
3) ตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ	0.63	1	62.50	ค่อนข้างสูง
4) ขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีขนาดใหญ่	0.75	1	75.00	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	2.25	4	56.25	ปานกลาง

2.1.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ จากการพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ 4 อุตสาหกรรมดังนี้

- อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
- กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน

จากตาราง 35 พบว่าในทั้ง 4 อุตสาหกรรมซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้นมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 66.67 75.00 และ 66.67 ตามลำดับ ซึ่งมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 4 อุตสาหกรรม ทำให้มีภาพรวมที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงเช่นกัน ดังนั้นแสดงว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

ตาราง 35 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเต็ม	คะแนนร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
1) อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อกระดาษ อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์	1.88	3	62.50	ค่อนข้างสูง
2) อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ผู้ผลิตเครื่องจักร	2.00	3	66.67	ค่อนข้างสูง
3) กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมของเด็กเล่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	2.25	3	75.00	ค่อนข้างสูง
4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การโทรคมนาคมภายในประเทศ สาธารณูปโภค การเงินการธนาคาร การประกันภัย การขนส่งสินค้าภายในประเทศ	2.00	3	66.67	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	8.13	12	67.71	ค่อนข้างสูง

2.1.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- การกำหนดกลยุทธ์ จะพิจารณาในส่วนของกรณีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ในหลายรูปแบบของบริษัทนั้นจากตาราง 36 พบว่าการให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด และส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด ใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน และใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย สามารถกำหนดความสามารถในการแข่งขันสูง โดยมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 100.00 87.50 100.00 และ 87.50 ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์ด้านอื่นมีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ

- โครงสร้าง พบว่า ตัวบ่งชี้บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรงนั้นจากตาราง 36 พบว่ากำหนดความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 12.50 ส่วนตัวบ่งชี้ บริษัทมีการกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่นในการส่งออกนั้นจากตาราง 34 พบว่าสามารถกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 25

- สภาพการแข่งขัน พบว่า ตัวบ่งชี้ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง จากตาราง 34 พบว่ากำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 25.00 ส่วนตัวบ่งชี้การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออกนั้นจากตาราง 36 พบว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 12.50

ตาราง 36 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

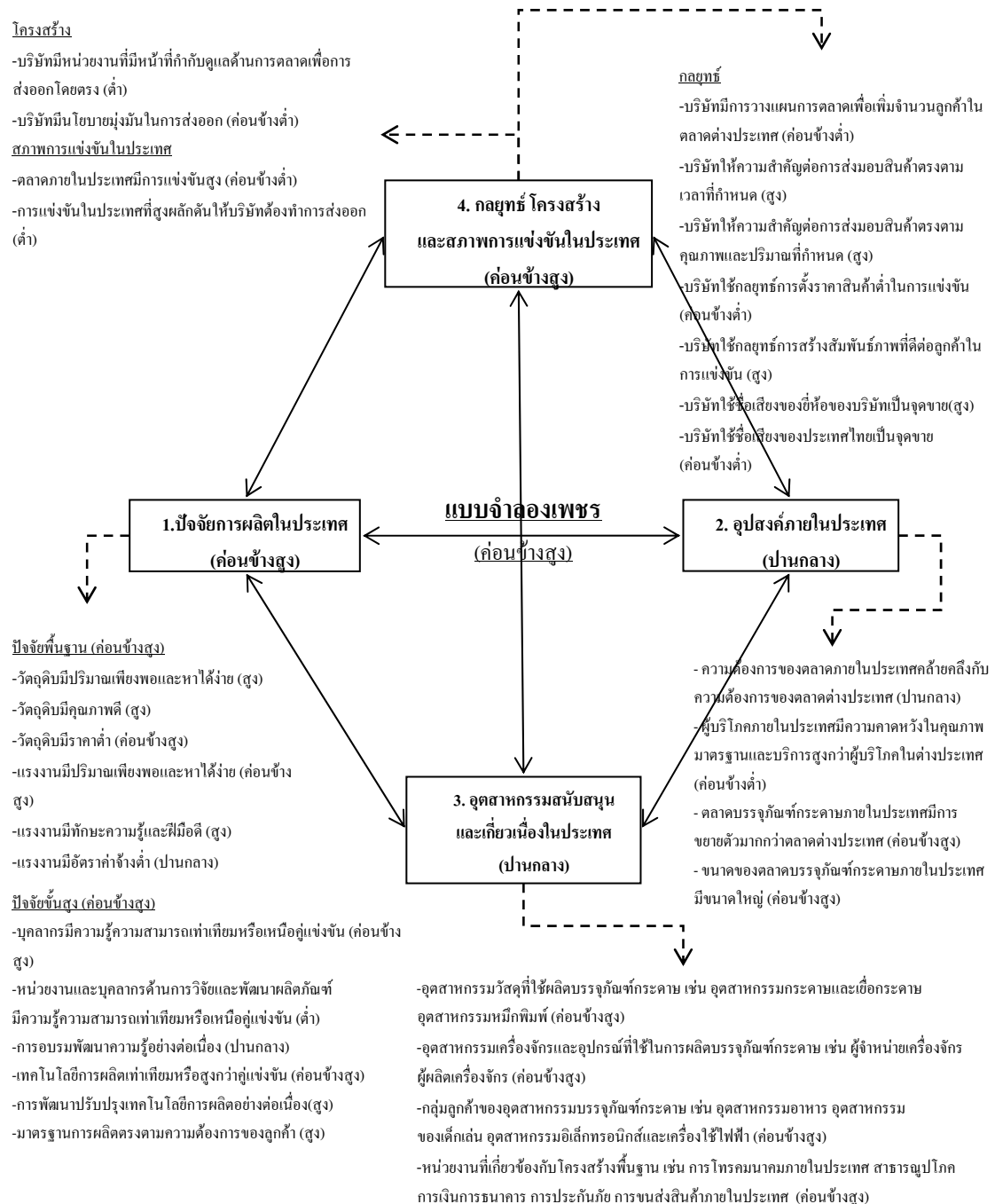
รายการ	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
<u>ยุทธการ</u>				
1) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	0.38	1	37.50	ค่อนข้างต่ำ
2) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด	1.00	1	100.00	สูง
3) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด	0.88	1	87.50	สูง
4) บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน	0.38	1	37.50	ค่อนข้างต่ำ
5) บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน	1.00	1	100.00	สูง
6) บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย	0.88	1	87.50	สูง
7) บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย (Made in Thailand /Thailand Best)เป็นจุดขาย	0.38	1	37.50	ค่อนข้างต่ำ
<u>โครงสร้าง</u>				
1) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง	0.13	1	12.50	ต่ำ
2) บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก	0.25	1	25.00	ค่อนข้างต่ำ
<u>สภาพการแข่งขัน</u>				
1) ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง	0.25	1	25.00	ค่อนข้างต่ำ
2) การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออก	0.13	1	12.50	ต่ำ
ภาพรวม	5.63	11	51.14	ปานกลาง

2.1.5 รัฐบาล ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกตามแบบจำลองเพชรนั้นจากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิพบว่าผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนดังนี้

- มีการสนับสนุนให้มีกองเรือของประเทศเองเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางทะเล
- กระตุ้นและสนับสนุนให้มีการประดิษฐ์และผลิตเครื่องจักรในการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศ
- ลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตให้เป็นร้อยละ 0
- ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานกับทางศุลกากร
- ต้องการการบริการที่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานกับทาง BOI

2.1.6 โอกาส ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกตามแบบจำลองเพชรอีกตัวหนึ่งซึ่งจากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิพบว่าปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตจะเป็นในส่วนของ เรื่อง การถูกบังคับใช้มาตรฐานการผลิตและสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบ ISO9001:2000 การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมัน และเกี่ยวกับเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ส่วนเรื่องการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การเกิดอุทกภัย ภัยแล้ง ไม่ค่อยส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

จากรายละเอียดการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิของปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้น สามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 10 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

จากการให้คะแนนจากข้อมูลทุติยภูมินั้นทำให้พบว่าปัจจัยทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลางโดยรวมทั้ง 4 ปัจจัยกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังรายละเอียดในตาราง 37

ตาราง 37 ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิโดยใช้การวิเคราะห์ระบบเพชร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	คะแนน	คะแนน	คะแนน	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
	เฉลี่ย	เต็ม	ร้อยละเฉลี่ย	
1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ	2.25	4	56.25	ปานกลาง
2.อุปสงค์ในประเทศ	4.40	6	73.33	ค่อนข้างสูง
3.อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	5.60	6	93.33	สูง
4.ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ	3.00	4	75.00	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	15.25	20	76.25	ค่อนข้างสูง

2.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม จากตาราง 38 พบว่าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษเฉลี่ยในช่วง พ.ศ. 2543-2547 พบว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีสัดส่วนเงินลงทุนมาจากการกู้ยืมที่เพิ่มขึ้น 0.07 เท่าใน พ.ศ. 2544 ส่วน พ.ศ. 2545 มีสัดส่วนการกู้ยืมที่ลดลงเท่ากับ 0.09 และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยใน พ.ศ. 2546 และลดลงเท่ากับ 0.13 เท่า อันแสดงว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีแนวโน้มการมีภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นที่ลดลงทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินลดลง ซึ่งจากตาราง 39 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 50.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง

- การบริหารจัดการวัตถุดิบ แรงงาน และการผลิตสินค้า จากตาราง 38 พบว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีต้นทุนขายประมาณ 0.86 ถึง 0.87 เท่าของยอดขายในช่วง พ.ศ. 2544-2547 ซึ่งลดลงจาก พ.ศ. 2543 ถึงประมาณ 0.11 เท่าอันแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีการควบคุมทางการจัดการและการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน รวมไปถึงกระบวนการผลิตสินค้าจนทำให้สามารถมีการควบคุมต้นทุนขายอยู่ในระดับที่คงที่ซึ่งจากตาราง 39 พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่า 62.50 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

ตาราง 38 ข้อมูลตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547
1) อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	0.80	0.87	0.78	0.79	0.66
2) อัตราต้นทุนขายต่อยอดขายของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	0.92	0.87	0.86	0.87	0.87

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2550. ออนไลน์.

ตาราง 39 คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2544	2545	2546	2547	คะแนน	คะแนน	คะแนน	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
					เฉลี่ย	เต็ม	ร้อยละเฉลี่ย	
1) ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	0	2	0	2	1.00	2.00	50.00	ปานกลาง
2) ค่าเฉลี่ยอัตราต้นทุนขายต่อยอดขายของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ (เท่า)	2	2	0	1	1.25	2.00	62.50	ค่อนข้างสูง
คะแนนรวม	2	4	0	3	2.25	4.00	56.25	ปานกลาง

2.2.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ ไปต่างประเทศทำให้ผู้ผลิตมีปริมาณขายที่มากขึ้นทำให้ได้รายได้มากกว่าที่จะจำกัดอยู่เฉพาะภายในประเทศ ถือเป็นกาเพิ่มขนาดของอุปสงค์ โดยการขยายส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ดังนั้นมูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลงจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขัน จากตาราง 40 พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยใน พ.ศ. 2543-2548 มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้ง 6 ปี โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 55,737,659 บาท 64,355,259 บาท 68,953,401 บาท 76,689,122 บาท 89,436,769 บาท และ 96,150,296 บาทตามลำดับ ซึ่งจากตาราง 41 พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 100.00 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง

- มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออก กล่าวคือหากมูลค่าการนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงอาจเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตภายในประเทศสูงกว่าต่างประเทศ ในทางกลับกันหากมูลค่าการนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลงลดลงจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น โดยจากตาราง 40 แสดงมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2543-2548 พบว่าใน พ.ศ. 2544 ประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้าที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2543 เท่ากับ 2,909,912 บาท และมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 363,428 บาทใน พ.ศ. 2545 ส่วนใน พ.ศ. 2546 กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5,171,808 บาท และลดลงเท่ากับ 5,531,413 บาท ใน พ.ศ. 2547 แต่ใน พ.ศ. 2548 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 9,313,572 บาท ทำให้มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 40.00 ตามตาราง 41 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

- มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิ แสดงให้เห็นถึงส่วนต่างของมูลค่าการส่งอกกับมูลค่าการนำเข้าอันสะท้อนให้เห็นถึงการขยายอุปสงค์ไปต่างประเทศอันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน จากตาราง 40 พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิของประเทศไทยใน พ.ศ. 2543-2547 มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ลดลงเล็กน้อยใน พ.ศ. 2548 โดยมีมูลค่าการส่งออกสุทธิเท่ากับ 21,092,396 บาท 26,800,084 บาท 31,761,654 บาท 34,325,567 บาท 52,604,627 บาท และ 50,004,582 บาทตามลำดับเนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากตาราง 41 พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิของประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.00 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ตาราง 40 ข้อมูลตัวบ่งชี้อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

หน่วย : เหมียณสหรัฐ

ปี	มูลค่าการส่งออก	มูลค่าการนำเข้า	มูลค่าการส่งออกสุทธิ
2543	55,737,659	34,645,263	21,092,396
2544	64,355,259	37,555,175	26,800,084
2545	68,953,401	37,191,747	31,761,654
2546	76,689,122	42,363,555	34,325,567
2547	89,436,769	36,832,142	52,604,627
2548	96,150,296	46,145,714	50,004,582

ที่มา: องค์การสหประชาชาติ. 2549. ออนไลน์.

ตาราง 41 คะแนนตัวบ่งชี้ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

รายการ	2544	2545	2546	2547	2548	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
1) มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ	2	2	2	2	2	2.00	2.00	100.00	สูง
2) มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ	0	2	0	2	0	0.80	2.00	40.00	ค่อนข้างต่ำ
3) มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิ	2	2	2	2	0	1.60	2.00	80.00	ค่อนข้างสูง
คะแนนรวม	4	6	4	6	2	4.40	6.00	73.33	ค่อนข้างสูง

2.2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

- การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม จากตาราง 42 พบว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีการรวมกลุ่มในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย 7 สมาคม 1 ชมรม และ 1 กลุ่ม ได้แก่ สมาคมการพิมพ์ไทย, สมาคมผู้จัดพิมพ์และ ผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย, สมาคมการพิมพ์สกรีนไทย, สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย, สมาคมส่งเสริมวิชาการพิมพ์, สมาคมผู้ผลิตกล่องและแผ่นกระดาษลูกฟูกไทย, สมาคมแยกสีแม่พิมพ์เพื่ออุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย, ชมรมการจัดพิมพ์และกลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษ (ส.อ.ท.) โดยทั้งหมดได้มีการรวมกลุ่มกันเป็น สหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ เป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจการพิมพ์ที่ชัดเจน คือก้าวสู่การเป็น Printing Hub ของภูมิภาคแทนสิงคโปร์ สร้างมูลค่าการส่งออกปีละ 30,000 ล้านบาท ให้ได้ภายใน 5 ปี ได้รับการส่งเสริมการลงทุนทั้งระบบ ภายในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร ซึ่งเป็นนิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์แห่งแรกของโลก และการพัฒนาบุคลากรด้านการพิมพ์ โดยร่วมกับสถาบันการศึกษา 15 สถาบัน (สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ. 2548 : ออนไลน์)

ตาราง 42 ข้อมูลตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

การรวมกลุ่ม	จำนวนการรวมกลุ่ม
สมาคม	7
ชมรม	1
กลุ่ม	1

- ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็งระดับการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็งอันเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ จากตาราง 43 แสดงถึงสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรวบรวมไว้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็งใน พ.ศ. 2543-2548 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 100.00 108.94 111.31 116.54 125.1 และ 124.69 ตามลำดับ

- ตัวบ่งชี้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษไปยังอุตสาหกรรมปลายทางโดยจากตาราง 43 แสดงถึงสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรวบรวมไว้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษใน พ.ศ. 2543-2548 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 100.00 109.33 113.45 124.98 135.08 และ 141.98ตามลำดับ

ตาราง 43 ค่าดัชนีการส่งสินค้า

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. ค่าดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง	100.00	108.94	111.31	116.54	125.11	124.69
2. ค่าดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ	100.00	109.33	113.45	124.98	135.08	141.98

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2549. (ออนไลน์).

จากตาราง 44 พบว่าตัวบ่งชี้ทั้ง 3 ตัวได้แก่ ตัวบ่งชี้การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง และตัวบ่งชี้ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ได้กล่าวข้างต้นมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 93.33 อันแสดงถึงว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

ตาราง 44 คะแนนตัวบ่งชี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	5.6	6	93.33	สูง

2.2.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- ตัวบ่งชี้ของสภาพการแข่งขัน โดยพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียนในช่วง พ.ศ. 2543-2547 อันจะสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงหรือสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม จากตาราง 45 พบว่าตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2543-2547 มีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นจำนวนรวม 64 62 83 77 และ 80 บริษัทโดยมีการจดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัดมากที่สุด

ตาราง 45 จำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษจัดตั้งแยกตามประเภทนิติบุคคล

ประเภทนิติบุคคล	2543	2544	2545	2546	2547
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	0	0	0	0	0
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	22	8	25	22	21
บริษัทจำกัด	42	54	57	55	59
บริษัทมหาชนจำกัด	0	0	1	0	0
รวมทั้งหมด	64	62	83	77	80

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2550. (ออนไลน์)

- ตัวบ่งชี้ของ กลยุทธ์ โครงสร้าง จะพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลในช่วง พ.ศ. 2543-2547 อันจะสะท้อนให้เห็นการมีการจัดการทางด้านกลยุทธ์ โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพจนสามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล จากตาราง 46 พบว่าในช่วง พ.ศ. 2543-2547 นั้นมีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากลมีจำนวนรวมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับโดยมีจำนวนผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานประเภทต่างๆ รวมทั้งหมด 3 แห่ง 3 แห่ง 5 แห่ง 12 แห่ง และ 10 แห่งตามลำดับ โดยเป็นการได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 9001:2000 มากที่สุด ส่วน HACCP และ GMP มีจำนวนการได้รับการรับรองระบบมาตรฐานดังกล่าวอย่างน้อยที่สุด

ตาราง 46 จำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547
1.ระบบการบริหารงานคุณภาพ ตามมาตรฐาน มอก.9001-2544 (ISO 9001:2000)	2	2	3	6	5
2.ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน มอก.14001-2548 (ISO 14001:2004)				2	
3.ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ตามมาตรฐาน มอก.18001-2542	1	1	2	4	3
4.ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) ตามมาตรฐาน มอก.7000-2540					1
5.ระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ (GMP) ตามมาตรฐาน Codex Alimentarius Commission, Rev.4-2003					1
รวมทั้งหมด	3	3	5	12	10

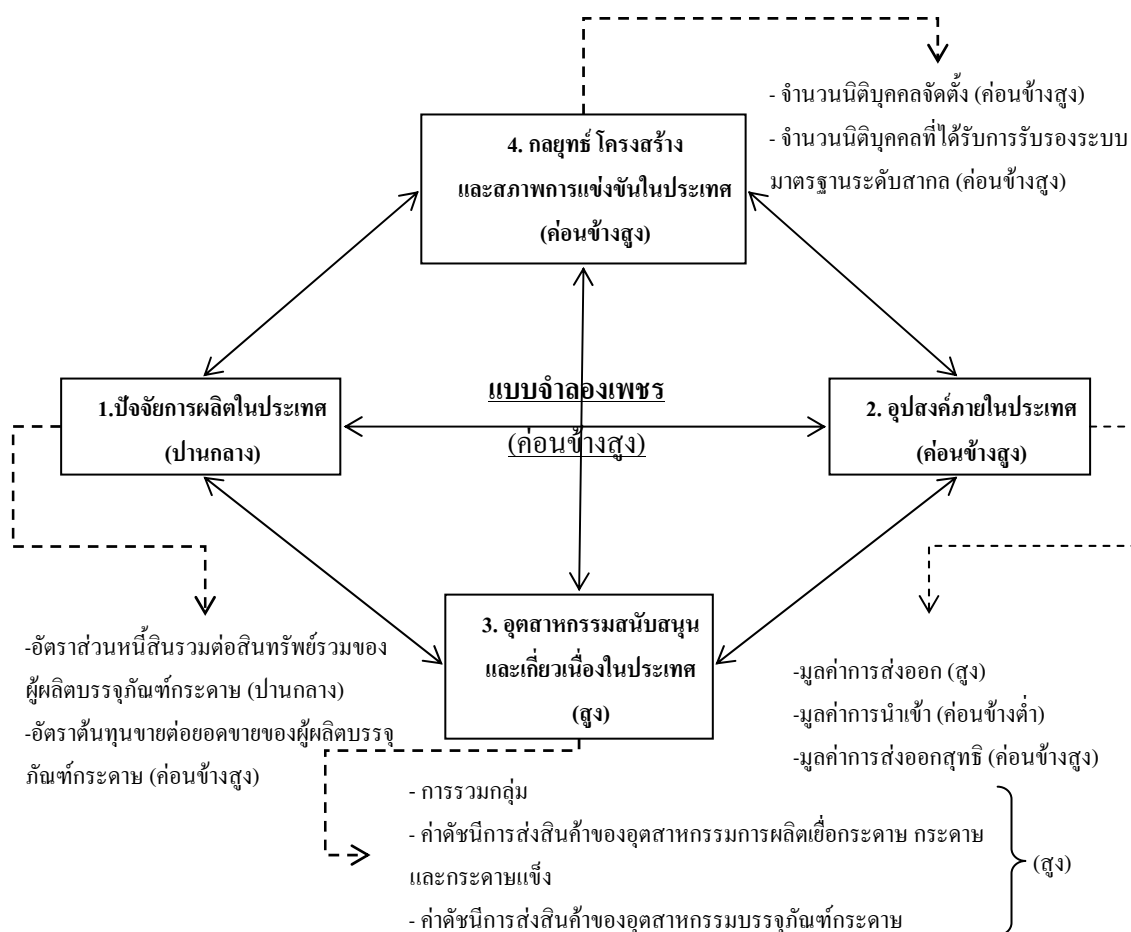
ที่มา : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2549. (ออนไลน์).

จากตาราง 47 พบว่าตัวบ่งชี้ทั้ง 2 ตัวได้แก่ ตัวบ่งชี้ของสภาพการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียน และตัวบ่งชี้ของกลยุทธ์ โครงสร้าง ซึ่งพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล ที่ได้กล่าวข้างต้น พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.00 อันแสดงถึงว่ากลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

ตาราง 47 คะแนนตัวบ่งชี้กลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	2544	2545	2546	2547	คะแนน เฉลี่ย	คะแนน เต็ม	คะแนน ร้อยละเฉลี่ย	ระดับความสามารถ ในการแข่งขัน
1) จำนวนนิติบุคคลจัดตั้ง	1	2	1	2	1.50	2	75.00	ค่อนข้างสูง
2) จำนวนนิติบุคคลที่ได้รับการรับรองระบบ มาตรฐานระดับสากล	1	2	2	1	1.50	2	75.00	ค่อนข้างสูง
คะแนนรวม	2	4	3	3	3.00	4	75.00	ค่อนข้างสูง

จากรายละเอียดการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิของปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้น สามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ 11



ภาพประกอบ 11 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้โดยศึกษาใน 2 ด้านคือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยในตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน คือ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายในการจัดการเพื่อสนับสนุนการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ

2. ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ต่อไปในอนาคต

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไปในตลาดส่งออกหลัก และเพื่อการขยายการส่งออกไปยังตลาดโลก

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยตามความมุ่งหมายที่ 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นโดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative

Advantage: RCA) จากข้อมูลการส่งออก และการนำเข้าภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนี (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) นำมาวิเคราะห์เป็นรายพิกัดในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 รวมระยะเวลา 6 ปี ซึ่งเป็นช่วงหลังจากที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยพิกัดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

1.1 สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

1.2 สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

1.3 สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ภาชนะบรรจุชนิดอื่น ๆ

1.4 สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

1.5 สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

1.6 สินค้าพิกัด HS 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

2. การวิจัยตามความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออก จำนวน 8 บริษัท ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่กรุงเทพฯ พื้นที่ปริมณฑล และพื้นที่อื่น ๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างเขตพื้นที่ร้อยละ 20 จากจำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกทั้งสิ้น 40 บริษัท โดยสุ่มร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่ คือ จากเขตพื้นที่กรุงเทพฯ จำนวน 11 บริษัท จะได้ 2 บริษัท ในเขตพื้นที่ปริมณฑลจำนวน 20 บริษัท จะได้ 4 บริษัท จากเขตพื้นที่กรุงเทพฯ จำนวน 9 บริษัท จะได้ 2 บริษัท

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์พนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกนั้น ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท ซึ่งมาจากการสุ่มร้อยละ 20 จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 40 บริษัท

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัย 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) จากข้อมูลการส่งออก และการนำเข้าภายใต้รหัสสินค้าตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนิไซส์ (The Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ซึ่งเป็นระบบที่จำแนกชนิดสินค้าอยู่ภายใต้การดูแลของศุลกากรโลก (World Customs Organization : WCO) นำมาวิเคราะห์เป็นรายพิกัดในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 รวมระยะเวลา 6 ปี ซึ่งเป็นช่วงหลังจากที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยพิกัดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

- สินค้าพิกัด HS 4819 หมายถึง หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บซองและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หมายถึง หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หมายถึง หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 หมายถึง กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 หมายถึง กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 หมายถึง ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 หมายถึง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บซองและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

จากความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้นประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิคือพนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 40 บริษัท ดังรายละเอียดที่กล่าวไว้ในบทที่ 3

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากความมุ่งหมายของการวิจัย 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้น เป็นพนักงานระดับบริหารของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) คือสุ่มตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่มย่อยมาเข้าเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 87) มีวิธีการสุ่มคือ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตัวแทนประชากรผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกโดยแบ่งตามเขตพื้นที่ 3 เขตพื้นที่ได้แก่ พื้นที่กรุงเทพ พื้นที่ปริมณฑล และพื้นที่อื่นๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้สัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างเขตพื้นที่ร้อยละ 20 จากจำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกทั้งสิ้น 40 บริษัท โดยสุ่มร้อยละ 20 ในทุกเขตพื้นที่ คือ จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 11 บริษัท จะได้ 2 บริษัท ในเขตพื้นที่ปริมณฑลจำนวน 20 บริษัท จะได้ 4 บริษัท จากเขตพื้นที่กรุงเทพจำนวน 9 บริษัท จะได้ 2 บริษัท โดยมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกต่าง ๆ ดังนี้

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตพื้นที่กรุงเทพ จำนวน 11บริษัท สุ่ม 2 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท ปัญจพลไฟเบอร์คอนเทนเนอร์ จำกัด
- 2.บริษัท สหกิจบรรจุภัณฑ์ จำกัด

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตปริมณฑลซึ่งประกอบไปด้วย 5 จังหวัด คือสมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี นนทบุรี และนครปฐม จำนวน 20 บริษัทสุ่ม 4 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท สยามทบพันแพคเกจจิ้ง จำกัด
- 2.บริษัท แม แม อินดัสเตรียล จำกัด
- 3.บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน)
- 4.บริษัท กู้เกียรติ ลอนกระดาษ จำกัด

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกในเขตพื้นที่อื่น ๆ จำนวน 9 บริษัทสุ่ม 2 บริษัท ได้แก่

- 1.บริษัท เอปปีเอเซียอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- 2.บริษัท ทั้งฮั่วชิน พรินติ้ง เน็ทเวอร์ค จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการสร้างเครื่องมือตามความมุ่งหมายในการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ทำการศึกษาเอกสาร งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ และสำหรับการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเพื่อกำหนดเป็นคะแนนอันแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

2. สร้างแบบสอบถาม/สัมภาษณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการออกแบบสอบถาม/สัมภาษณ์

3. สร้างตัวบ่งชี้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งการให้คะแนนตัวบ่งชี้ได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการสร้างตัวบ่งชี้

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม/สัมภาษณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ได้แก่ อาจารย์อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คุณดวงดล ลีลามะลิ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน) และ คุณนันทน์ภัส มณีทรัพย์นันทชา ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท ไทยบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน) และนำไปปรับปรุงแก้ไข

5. การให้คะแนนจากข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเพื่อสร้างตัวบ่งชี้ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดยรายละเอียดการให้คะแนนได้กล่าวไว้ในบทที่ 3

6. การให้คะแนนจากข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเพื่อสร้างตัวบ่งชี้ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดยรายละเอียดการให้คะแนนได้กล่าวไว้ในบทที่ 3

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น นั้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และนำมาคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1 รวบรวมข้อมูลการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย และมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของสินค้าทุกชนิดของประเทศไทยในช่วงปี 2543-2548 โดยแบ่งเป็นรายประเทศจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China โดยรวบรวมข้อมูลเป็นรายพิกัดดังนี้

- สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบ และถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป ถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ

- สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย

- สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

- สินค้าพิกัด HS 4819.600 แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

1.2 รวบรวมข้อมูลการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของทุกประเทศในตลาดโลก และมูลค่ารวมทั้งหมดของการส่งออกสินค้าทุกชนิดของตลาดโลก ในช่วงปี 2543-2548 โดยแบ่งเป็นรายประเทศจาก United Nations โดยรวบรวมข้อมูลเป็นรายพิกัดดังนี้

- สินค้าพิกัด HS 4819 หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษ และกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก หีบ กล่อง และซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก กระสอบ และถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง แฟ้มชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- สินค้าพิกัด HS 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก
- สินค้าพิกัด HS 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก
- สินค้าพิกัด HS 4819.300 กระสอบและถุง ที่มีฐานกว้างตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไปถุงบรรจุซีเมนต์ อื่น ๆ
- สินค้าพิกัด HS 4819.400 กระสอบและถุงอื่น ๆ รวมถึงกรวย
- สินค้าพิกัด HS 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง
- สินค้าพิกัด HS 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

2. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิโดยจะแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาจะใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์ให้กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกจำนวน 8 บริษัท จาก 3 เขตพื้นที่ คือพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 2 บริษัท พื้นที่ปริมณฑลจำนวน 4 บริษัท และพื้นที่อื่น ๆ จำนวน 2 บริษัท โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

2.1.1 ติดต่อทางโทรศัพท์ถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกเพื่อชี้แจงและขอความอนุเคราะห์ในการขออนัดหมายเข้าพบเพื่อใช้แบบสอบถาม/สัมภาษณ์

2.1.2 เตรียมแบบสอบถาม/สัมภาษณ์

2.1.3 สำหรับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกบางบริษัททางผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามทางโทรศัพท์เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านระยะทางและการเดินทาง

2.1.4 เข้าพบผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่มีการส่งออกตามวันและเวลาที่นัดหมายเพื่อสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม

2.1.5 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการโทรศัพท์ และการไปสัมภาษณ์

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

2.2.1 รวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของปัจจัยการผลิตในประเทศ

2.2.2 รวบรวมข้อมูลจากกรมศุลกากรสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุปสงค์ภายในประเทศ

2.2.3 รวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

2.2.4 รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยข้อ 1 ซึ่งใช้การหาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มีการจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยนั้น จะใช้การคำนวณความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยไปตลาดส่งออกหลักประเทศไต้หวัน และตลาดโลก เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดประเทศไต้หวัน ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกของบรรจุภัณฑ์กระดาษ สินค้าพิกัด 4819 และสินค้าพิกัดย่อยของ 4819 คือ สินค้าพิกัด 4819.100-600 ในการคำนวณเพื่อให้ได้ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังนี้

1.1 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษตามสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของสินค้าพิกัด 4819 ของประเทศไต้หวันซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China มาจัดทำเป็นตาราง

1.2 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกพิกัดของประเทศไต้หวันซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก Ministry of Economic Affairs Taiwan Republic of China มาจัดทำเป็น

1.3 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกพิกัดของโลกซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก United Nations มาจัดทำเป็นตาราง

1.4 นำข้อมูลตัวเลขมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษตามสินค้าพิกัด 4819 และพิกัดย่อยของสินค้าพิกัด 4819 ของโลกซึ่งแยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี 2543-2548 จากการรวบรวมข้อมูลจาก United Nations มาจัดทำเป็นตาราง

1.5 นำข้อมูลจากตาราง 13-16 มาคำนวณตามสูตร (Revealed Comparative Advantage : RCA)

2. จากความมุ่งหมายของงานวิจัยที่ 2 ผู้วิจัยได้มีการจัดกระทำข้อมูลคือ จากข้อมูลตัวบ่งชี้ จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลตัวบ่งชี้จากข้อมูลทุติยภูมิ ตามรายละเอียดการให้คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้วโดยมีการจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

นำคะแนนที่ได้รับในข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิมาคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ยของข้อมูลปฐมภูมิ และคำนวณเป็นค่าร้อยละเฉลี่ยของข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อแสดงถึงระดับปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยทั้งในข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีเกณฑ์การวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมิ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดประเทศไต้หวัน

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวัน ในทุกปี โดยมาจากบรรจุภัณฑ์กระดาษในสินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุอื่น ๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง มากที่สุด ในขณะที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันอย่างต่อเนื่องใน พ.ศ. 2546-2548 โดยมาจากบรรจุภัณฑ์กระดาษในสินค้าพิกัด 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก และสินค้าพิกัด 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บซองและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันในทุกปี

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดโลก

ในปี 2543- 2548 ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก แต่ในสินค้าพิกัดย่อยของบรรจุภัณฑ์กระดาษ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสินค้าพิกัดย่อย 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก ในทุกปี ในขณะที่ประเทศจีนมีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสินค้าพิกัดย่อย 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย ในทุกปี ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นไม่มีสินค้าพิกัดย่อยใดเลยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ

โดยผลการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองเพชรภาพรวมพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 61.68 โดย ปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กำหนด ความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 65.28 และ 67.75 ตามลำดับ ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ กำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลางโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 56.25 และ 51.14 ตามลำดับ โดยมีการอภิปรายผลเป็นรายปัจจัยดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตภายในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- ปัจจัยพื้นฐาน พบว่าปัจจัยพื้นฐานโดยรวมมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูงมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.00 โดยมาจาก วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย วัตถุดิบมีคุณภาพดี แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือ อยู่ในระดับสูง มีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 87.50 และ 87.50 ส่วนปัจจัยวัตถุดิบมีราคาต่ำ และแรงงานมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่ายอยู่ในระดับค่อนข้างสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 75.00 และ 62.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยแรงงานมีอัตราค่าจ้างต่ำอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 50.00

- ปัจจัยขั้นสูง พบว่า ปัจจัยขั้นสูงโดยรวมมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูงมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 60.42 โดยมาจาก การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 87.50 และ 87.50 ตามลำดับ ส่วนบุคลากรมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง และเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง อยู่ในระดับค่อนข้างสูง คะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 ส่วนการอบรมพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง และหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่งอยู่ในระดับปานกลาง และต่ำตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ภายในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ รูปแบบความต้องการสินค้าภายในประเทศ มีผลต่ออุตสาหกรรมในแง่ปริมาณการผลิตและการพัฒนา พบว่า ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 50.00

- ผู้ซื้อที่รู้จักจริง ผู้ซื้อที่รู้จักจริงจะตั้งมาตรฐานไว้สูง ส่งผลให้เกิดแรงกดดันให้มีนวัตกรรมที่รวดเร็วจนมีข้อได้เปรียบ และเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 37.50 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

- อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่นจะส่งผลต่อรูปแบบการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้ออันจะเสริมสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีความชัดเจนก่อนประเทศอื่น ดังนั้นการขยายตัวของตลาดบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

- ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ตลาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆครั้ง (Learning Curve) ดังนั้นขนาดของตลาดจึงมีความสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีขนาดใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

1.3 ผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

จากการพิจารณาจากการเข้าถึงได้ง่าย การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และการมีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ 4 อุตสาหกรรมดังนี้

- อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
- กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน

พบว่าอุตสาหกรรมซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษนั้นมีคะแนนร้อยละเฉลี่ย 62.50 66.67 75.00 และ 66.67 ตามลำดับ ซึ่งมีระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 4 อุตสาหกรรม ทำให้มีภาพรวมที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงเช่นกัน ดังนั้นแสดงว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

1.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลปฐมภูมิ

- การกำหนดกลยุทธ์ จะพิจารณาในส่วนของการมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจในหลายรูปแบบของบริษัทนั้น พบว่าการให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด และส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด ใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน และใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย สามารถกำหนดความสามารถในการแข่งขันสูง โดยมีคะแนนร้อยละ 100.00 87.50 100.00 และ 87.50 ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์ด้านอื่นมีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ

- โครงสร้าง พบว่า ตัวบ่งชี้บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรงนั้น พบว่ากำหนดความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละ 12.50 ส่วนตัวบ่งชี้ บริษัทมีการกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่นในการส่งออกนั้น พบว่าสามารถกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละ 25

- สภาพการแข่งขัน พบว่า ตัวบ่งชี้ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง กำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละ 25.00 ส่วนตัวบ่งชี้ การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออกนั้น พบว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยมีคะแนนร้อยละ 12.50

1.5 รัฐบาล ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกตามแบบจำลองเพชฌนนท์จากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิพบว่าผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนดังนี้

- มีการสนับสนุนให้มีกองเรือของประเทศเองเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางทะเล

- กระตุ้นและสนับสนุนให้มีการประดิษฐ์และผลิตเครื่องจักรในการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศ

- ลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตให้เป็นร้อยละ 0

- ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานกับทางศุลกากร

- ต้องการการบริการที่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานกับทาง BOI

1.6 โอกาส ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกตามแบบจำลองเพชฌนนท์อีกตัวหนึ่งซึ่งจากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิพบว่าปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตจะเป็นในส่วนของเรื่องการถูกบังคับใช้มาตรฐานการผลิตและสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบ ISO9001:2000 การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมัน และเกี่ยวกับเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ส่วนเรื่องการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติเช่น การเกิดอุทกภัย ภัยแล้ง ไม่ค่อยส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ

จากการให้คะแนนจากข้อมูลทุติยภูมินั้นทำให้พบว่าปัจจัยทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง โดยรวมทั้ง 4 ปัจจัยกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม พบว่าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษเฉลี่ยในช่วง พ.ศ. 2543-2547 พบว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีสัดส่วนเงินทุนมาจากการกู้ยืมที่เพิ่มขึ้น 0.07 เท่าใน พ.ศ. 2544 ส่วน พ.ศ. 2545 มีสัดส่วนการกู้ยืมที่ลดลงเท่ากับ 0.09 และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยใน พ.ศ. 2546 และลดลงเท่ากับ 0.13 เท่า อันแสดงว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีแนวโน้มการมีภาระผูกพันในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นที่ลดลงทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินลดลง พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 50.00 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง

- การบริหารจัดการวัตถุดิบ แรงงาน และการผลิตสินค้า พบว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีต้นทุนขายประมาณ 0.86 ถึง 0.87 เท่าของยอดขายในช่วง พ.ศ. 2544-2547 ซึ่งลดลงจาก พ.ศ. 2543 ถึงประมาณ 0.11 เท่าอันแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษมีการควบคุมทางด้านจัดการและการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน รวมไปถึงกระบวนการผลิตสินค้าจนทำให้สามารถมีการควบคุมต้นทุนขายอยู่ในระดับที่คงที่ พบว่าคะแนนร้อยละเฉลี่ยที่ได้รับมีค่า 62.50 จึงมีระดับความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

2.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

- มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ ไปต่างประเทศทำให้ผู้ผลิตมีปริมาณขายที่มากขึ้นทำให้ได้รายได้มากกว่าที่จะจำกัดอยู่เฉพาะภายในประเทศ ถือเป็นกาเพิ่มขนาดของอุปสงค์โดยการขยายส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ดังนั้นมูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลงจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขัน พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยใน พ.ศ. 2543-2548 มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้ง 6 ปี โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 55,737,659 บาท 64,355,259 บาท 68,953,401 บาท 76,689,122 บาท 89,436,769 บาท และ 96,150,296 บาทตามลำดับ พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 100.00 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง

- มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออก กล่าวคือหากมูลค่าการนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงอาจเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตภายในประเทศสูงกว่าต่างประเทศ ในทางกลับกันหากมูลค่าการนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลงลดลงจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2543-2548 พบว่าใน พ.ศ. 2544 ประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้าที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2543 เท่ากับ 2,909,912 บาท และมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 363,428 บาทใน พ.ศ. 2545 ส่วนใน พ.ศ. 2546 กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5,171,808 บาท และลดลงเท่ากับ 5,531,413 บาท ใน พ.ศ. 2547 แต่ใน พ.ศ. 2548 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 9,313,572 บาท ทำให้มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 40.00 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

- มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิ แสดงให้เห็นถึงส่วนต่างของมูลค่าการส่งออกกับมูลค่าการนำเข้าอันสะท้อนให้เห็นถึงการขยายอุปสงค์ไปต่างประเทศอันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิของประเทศไทยใน พ.ศ. 2543-2547 มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ลดลงเล็กน้อยใน พ.ศ. 2548 โดยมีมูลค่าการส่งออกสุทธิเท่ากับ 21,092,396 บาท 26,800,084 บาท 31,761,654 บาท 34,325,567 บาท 52,604,627 บาท และ 50,004,582 บาทตามลำดับเนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น พบว่ามูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษสุทธิของประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.00 อันแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.3 ผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

พบว่าการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม ดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง และดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 93.33 อันแสดงถึงว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

2.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศจากข้อมูลทุติยภูมิ

สภาพการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียน และกลยุทธ์ โครงสร้าง ซึ่งพิจารณาในส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.00 อันแสดงถึงว่ากลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศกำหนดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

การอภิปรายผล

1. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

1.1 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวัน ตั้งแต่ พ.ศ. 2543-2548 โดยเมื่อศึกษาในรายละเอียดพบว่ามาจากบรรจุภัณฑ์กระดาษในสินค้าดังต่อไปนี้มากที่สุด

- สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง

ในขณะที่ประเทศจีนเริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันอย่างต่อเนื่องใน พ.ศ. 2546-2548 โดยมาจากบรรจุภัณฑ์กระดาษในสินค้าพิกัดดังต่อไปนี้

- สินค้าพิกัด 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

- สินค้าพิกัด 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและของที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันตลอดทุกปี

1.2 ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก ตลอดช่วง พ.ศ. 2543-2548 โดยเมื่อศึกษาในรายละเอียดพบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกในบางรายการในทุกปี คือ

- สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก

ในขณะที่ประเทศจีนมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปตลาดโลกบางรายการในทุกปี คือ

- สินค้าพิกัดย่อย 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย

ส่วนประเทศญี่ปุ่นไม่มีสินค้าพิกัดย่อยใดเลยที่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกตลอดทุกปี

2. ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

2.1 ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชร ภาพรวมพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 61.68 โดยมาจากปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 65.28 และ 67.75 ตามลำดับ ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลางโดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 56.25 และ 51.14 ตามลำดับ ดังมีการอภิปรายผลเป็นรายปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยการผลิตในประเทศ มาจากปัจจัยพื้นฐาน วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย วัตถุดิบมีคุณภาพดี แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือในระดับสูง และมาจากปัจจัยขั้นสูง การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

- อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 4 อุตสาหกรรม ทำให้มีภาพรวมมีผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง

- อุปสงค์ในประเทศ มาจากตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ และมาจากขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศมีขนาดใหญ่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่ในส่วนของความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริโภคภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศมีระดับค่อนข้างต่ำ ดังนั้นจึงทำให้ภาพรวมแล้วอุปสงค์ในประเทศมีความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง

- กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ มาจากการให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด และส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด ใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน และใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันสูง บริษัท มีการกำหนดโครงสร้างที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรงนั้นมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันต่ำ บริษัทมีการกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่นในการส่งออกนั้น พบว่ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูงมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำการแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออกผลต่อความสามารถในการแข่งขันต่ำ ดังนั้นจึงทำให้ภาพรวมแล้ว กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลทุติยภูมิ จากการวิเคราะห์ตามแบบจำลองเพชช โดยภาพรวมพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมาจากปัจจัยทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง ดังมีการอภิปรายผลเป็นรายปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยการผลิตในประเทศ มาจากการที่อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมีความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง และมีต้นทุนขายต่อยอดขายมีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นทำให้โดยรวมปัจจัยการผลิตในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง

- อุปสงค์ในประเทศจาก มาจากมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ ไปต่างประเทศทำให้ผู้ผลิตมีปริมาณขายที่มากขึ้นแสดงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง และในส่วนของมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ มีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำเนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น สำหรับมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ สุทธินั้นมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกสุทธิที่สูงขึ้น ดังนั้นจึงทำให้โดยรวมแล้วมีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

- อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมผลิตเยื่อกระดาษ กระดาษและกระดาษแข็ง และดัชนีการส่งสินค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 93.33 ซึ่งแสดงถึงว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

- กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศสภาพการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียน และกลยุทธ์ โครงสร้าง และส่วนของจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระดับสากล พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.00 อันแสดงถึงว่า กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง

3. อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวัน ในทุกปี ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันใน พ.ศ. 2546-2548 ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันในทุกปี ส่วนในตลาดโลก ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก

บรรจุภัณฑ์กระดาษที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อศึกษาในสินค้าพิกัดย่อย 4819 ได้แก่ สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง ซึ่งมีความได้เปรียบเฉพาะในตลาดประเทศไต้หวัน และสินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก นั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทั้งตลาดประเทศไต้หวัน และตลาดโลก สำหรับประเทศจีนนั้นในรายสินค้าพิกัดย่อยของ 4819 ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น ได้แก่ สินค้าพิกัด 4819.100 หีบ กล่องและซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก และสินค้าพิกัด 4819.600 แพ้ชนิดกล่อง ถาดจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน ซึ่งทั้ง 3 รายการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดประเทศไต้หวันในช่วงปี 2546-2548 ส่วนในตลาดโลกประเทศจีนมีความได้เปรียบสินค้าพิกัดย่อย 4819.400 กระสอบและถุงอื่นๆ รวมถึงกรวย

โดยความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยจากการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทยทั้งจากการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และจากข้อมูลทุติยภูมินั้น พบว่าปัจจัยตามแบบจำลองเพชร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้ค่อนข้างสูง โดยจากข้อมูลปฐมภูมินั้น ปัจจัยการผลิตในประเทศ และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง และจากข้อมูลทุติยภูมิมาจาก ปัจจัยทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง ส่วนอุปสงค์ในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยการผลิตในประเทศมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีการส่งเสริมการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ สินค้าพิกัด 4819.200 หีบ กล่อง และซอง ที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งที่ไม่ใช่ชนิดลูกฟูก สินค้าพิกัด 4819.500 ภาชนะบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงซองใส่แผ่นเสียง และ สินค้าพิกัด 4819.600 แพ้มนชนิดกล่อง ภาตจดหมาย กล่องเก็บของและซองที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ร้านค้าและสถานที่ที่คล้ายกัน

- เพื่อที่ประเทศไทยจะรักษาและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศได้ทุกวัน และในอนาคตจะได้มีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลก

2. ผู้ผลิตและส่งออกควรจะให้ความสนใจในส่วนของปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการส่งออกที่มีความสามารถในระดับปานกลาง ถึงระดับต่ำ เช่น

- บริษัทควรมีการกำหนดโครงสร้างที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง

- มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่นในการส่งออกมากขึ้น

- มีการอบรมพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

- มีการจัดตั้งหน่วยงานและมีบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่งขึ้น

- มีการติดต่อ และอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมมือกันพัฒนารูจกกับอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนเพื่อที่ทุกฝ่ายจะสามารถขยายตลาดของแต่ละฝ่าย

3. เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศซึ่งถ้ามีการจัดการที่ดียอมทำให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการได้เพิ่มขึ้น และเพื่อเป็นการประหยัดต่อขนาดการผลิตและลดต้นทุนจากการพัฒนาทางด้านต่างๆ นั้น ผู้ผลิตสามารถขยายตลาดการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ผลิตมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนที่ต่ำ ทำให้สัดส่วนต้นทุนต่อยอดขายลดต่ำลง และมีกำไรสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นที่ประเทศจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปประเทศไต้หวันซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักอันดับ 1 ของไทย และประเทศจีนก็ยังเป็นตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษอันดับที่ 2 ของประเทศไทย

2. ควรศึกษาวิจัยสำหรับคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดไต้หวันเพิ่มเติมเนื่องจากอาจมีประเทศอื่นที่กำลังก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งที่สำคัญแทนที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นคู่แข่งที่มีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2548). *ค้นหาข้อมูลโรงงาน*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.diw.go.th>. วันที่สืบค้น 19 กรกฎาคม 2548.
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2548). *อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์สินค้าไทย*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.dtr.moc.go.th>. วันที่สืบค้น 17 เมษายน 2548.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2550). *ฐานข้อมูลธุรกิจ*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://dbd.go.th>. วันที่สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2550.
- กรมศุลกากร. (2548). *อัตราอากรตามพระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ.2530*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.customs.go.th>. วันที่สืบค้น 28 พฤศจิกายน 2548.
- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2548). *รายชื่อผู้ส่งออก/นำเข้า*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.depthai.go.th>. วันที่สืบค้น 5 กันยายน 2548.
- กึ่งกาญจน์ ทอธราเมธา. (2545). *การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงแข่งขันในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย กรณีศึกษาตลาดได้หวัน*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. (2547). *โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยฯ.
- ชัยพร คุรุศิริพงษ์. (2545). *การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง สม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยรัตน์ เสริมศรีสุวรรณ. (2545). *อัตราการคุ้มครองที่แท้จริงของอุตสาหกรรมกระดาษพิมพ์เขียนและกระดาษแข็งในประเทศไทยก่อนและหลังการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง สม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยฤทธิ์ มติภักดี. (2540). *ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในประเทศพัฒนาแล้ว*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ธนา ธนชัยวิวัฒน์. (2546). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมพรมของประเทศไทย*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง สม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรม. (2534). **รายงานการศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ กระดาษในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัย บรรษัทฯ.
- พรรณวิภา อยู่สุข. (2542). **การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยใน อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรสิริ ภัทรวาทิตกุล. (2547). **การศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย กรณีศึกษา: บรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติก**. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง สม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูรินทร์ อัครกุลธร. (2539). **สภาพภาพการใช้เศษกระดาษในประเทศไทย และประเมินการใช้ เศษกระดาษในขนาด**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ศูนย์ศึกษาเอเปค. (2546). **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบความร่วมมือด้าน เศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ เล่ม 2**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาเอเปค มหาวิทยาลัยฯ.
- ราวดี สุริสระพันธ์. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ด. (ธุรกิจระหว่างประเทศ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ลักคณา วรศิลป์ชัย. (2548). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://tulip.bu.ac.th>. วันที่สืบค้น 16 กันยายน 2548.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538, กุมภาพันธ์-มีนาคม). **ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่ายๆที่ บางครั้งก็พลาดได้**. ข่าวสารวิจัยการศึกษา. 18(3) : 8-11.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2548). **การค้าระหว่างประเทศ**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.ops2.moe.go.th>. วันที่สืบค้น 8 ตุลาคม 2548.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2549). **ดัชนีอุตสาหกรรม**. แหล่งที่มา: <http://www.oie.go.th>. วันที่สืบค้น 18 พฤศจิกายน 2549.
- สำนักงานส่งเสริมการลงทุน. (2549). **ฐานข้อมูลบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.boi.go.th>. วันที่สืบค้น 3 กรกฎาคม 2548.

- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2549). *การรับรองระบบในประเทศไทย*. แหล่งที่มา: <http://www.tisi.go.th>. วันที่สืบค้น 12 ธันวาคม 2549.
- สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ. (2548). *ข่าวกรม*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.dbd.go.th. วันที่สืบค้น 15 มกราคม 2550.
- สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. (2536). *ยุทธการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อรพรรณ อุษณาสวรรณกุล. (2543). *ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อัญชลี กมลรัตนกุล; และคนอื่นๆ. (2545). *คู่มือการใช้กระดาดสำหรับการหีบห่อ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.
- Balassa, B. (1965). *Trade Liberization and Revealed Comparative Advantage*. Manchester: School of Economic and Statistic.
- Business Online Public Company Limited. (2005). *Bingo*. (Online). Available: <http://www.bol.co.th>. Retrieved August 6, 2005.
- Ministry of Economic Affair Taiwan Republic of Chiana. (2006). *Trade Statistics*. (Online). Available: <http://www.moea.gov.tw>. Retrieved July 19, 2006.
- Porter, Michael E.(1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Hong Kong: Macmillan Press.
- Thailand Export Guide. (2005). *Thailand Manufacturers Exports*. (Online). Available: <http://thailandexportguide.com>. Retrieved September 9, 2005.
- United Nations. (2006). *Database*. (Online). Available: <http://comtrade.un.org>. Retrieved October 14, 2006.

ภาคผนวก

แบบสอบถามประกอบงานวิจัย

ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เรื่อง การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความ หรือใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อสถานประกอบการ.....
 ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ

1. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เหมาะสมซึ่งตรงกับสภาพปัจจุบันที่ท่านประสบอยู่
- 1.1 การจัดหาวัตถุดิบหลักในการผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มีการจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและมีปริมาณเพียงพอ
 - มีการจัดหาวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพได้
 - มีการจัดหาวัตถุดิบได้ในราคาต่ำ
- 1.2 การจัดหาแรงงานในการผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สามารถจัดหาแรงงานได้ง่ายและมีปริมาณเพียงพอ
 - สามารถจัดหาแรงงานที่มีฝีมือ และทักษะความรู้ได้
 - สามารถจัดหาแรงงานได้ในอัตราค่าจ้างที่ต่ำ
2. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เหมาะสมซึ่งตรงกับสภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของท่าน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- บริษัทท่านมีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง
 - บริษัทท่านมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง
 - บริษัทท่านมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง
 - บริษัทท่านมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง
 - บริษัทท่านมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง
 - บริษัทท่านมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า

3. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เหมาะสมซึ่งตรงกับสภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บริษัทท่านมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ
- บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด
- บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด
- บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน
- บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน
- บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (Brand Name) ของบริษัทเป็นจุดขาย
- บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย (Made in Thailand /Thailand Best) เป็นจุดขาย
- บริษัทท่านมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาด
- บริษัทท่านมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก
- ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง
- การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้บริษัทต้องทำการส่งออก

4. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในหัวข้อที่ตรงกับลักษณะสภาพปัจจุบัน

ลักษณะสภาพปัจจุบัน	โปรดเลือกหัวข้อที่ตรงกับสภาพปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 หัวข้อ)		
	1.เข้าถึงได้ง่าย	2.มีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ	3.มีการร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจ
1) อุตสาหกรรมวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อกระดาษ อุตสาหกรรมหมึกพิมพ์			
2) อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น ผู้จำหน่ายเครื่องจักร ผู้ผลิตเครื่องจักร			
3) กลุ่มลูกค้าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมของเด็กเล่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า			
4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การโทรคมนาคมภายในประเทศ สาธารณูปโภค การเงินการธนาคาร การประกันภัย การขนส่งสินค้าภายในประเทศ			

5. โปรดเลือกหัวข้อที่ตรงกับสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ขนาดของตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่
- ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวมากกว่าตลาดต่างประเทศ
- ผู้บริโภคในตลาดภายในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ
- ความต้องการของตลาดภายในประเทศคล้ายคลึงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. โปรดระบุนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ

.....

.....

.....

.....

.....

7. โปรดระบุว่าเหตุสุดวิสัยใดที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น ภาวะราคาน้ำมันแพง เสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา การเกิดภัยแล้ง เป็นต้น

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวดลยา แพทย์จะเกร็ง
วันเดือนปีเกิด	17 กุมภาพันธ์ 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรสงคราม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	33 หมู่ 2 ตำบลบางจะเกร็ง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	เลขานุการกรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยบรรจุกภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด (มหาชน) 9/9 หมู่ 6 ถนนกิ่งแก้ว ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2544	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย