

บทที่ 2

ตลาดของ เลื้อส่ำเร้จรูป

ตลาดของ เลื้อส่ำเร้จรูปแยกออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ ตลาดในประเทศและตลาดเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมเลื้อส่ำเร้จรูปในประเทศเริ่มต้นจากการทำแบบครอบครัวเปิดร้านตัดที่ละตัวแก่ผู้ที่มาสั่งตัด ประเภทนี้เรียกว่า คัดตามสั่ง จะมีจำนวนพนักงานไม่กี่คน จนกระทั่ง ถึงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ทำขายในประเทศ มีพนักงานเป็นร้อยคนขึ้นไป รวมถึงอุตสาหกรรมเลื้อส่ำเร้จรูปอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อส่งออกโดยเฉพาะที่มีคนงานเป็นจำนวนพันคนก็มี ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะขอล่าวถึงการผลิตอุตสาหกรรมเลื้อส่ำเร้จรูปที่มีกำลังการผลิตระหว่าง 1,000 - 4,000 ตัว ต่อ 8 ชั่วโมงทำงาน

ตลาดในประเทศ

ตลาดเลื้อส่ำเร้จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร ร้านขายเลื้อส่ำเร้จรูปในกรุงเทพมหานครมีอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะย่านชุมชน การสอบถามได้พยายามคุมทุก ๆ เขต ให้ได้มากที่สุดโดยแบ่งเป็นเขตดังนี้

เยาวราช

ราชประสงค์

ประตูน้ำ

วังบูรพา

บางลำภู

ถนนเพชรบุรี

ถนนสุขุมวิท

ศรียาน

สยามสแควร์

การสำรวจการขายเสื้อสำเร็จรูปมุงไปยังผู้ขายปลีกมากกว่าผู้ขายส่ง ร้านที่
ขายเสื้อเช็คคำมร่านคัง กอไปนึ่ที่ทำการสัมภานณ

โคมารู	: ARROW, VANSON, TASTE, WHITMOUNT, JAGUAR
เมอริคิง	: ARROW, SEAMASTER, TASTE
เทพทรี	: VANSON, HARA, ARROW, GOLDEN VEE
บางกอกโกร เซอริ	: ARROW, HAMERELE, VAN HEUSON
ไทยชอปปีง	: VANSON, HARA, STETSON
จิมแมนส์ชอพ	: JIM MAN'S SHOP
เซาท์แปซิฟิค	: MANHATTON, GOLDEN VEE, ARROW
ด.รัตนภรณ์	: VANSON, G.Q.
ขวัญไทย	: ARROW
แดนคัม	: HARA, VANSON, AROMAN
ดิโอนี่	: DIONI
สมใจนิก	: SEAMASTER, VANSON, HARA
ทรงสมัย	: SONGSAMAI
ไทฟ้า	: GOOD LUCK, ARROW, MARCO
เพชรกัน	: VANSON, G.Q., HARA
อูมสโตร์	: G.Q., GOODMAN, JOHNSON
ลิสลี	: MOHAWK
วังนกไค	: HARA, VANSON, LEVIES, ARROW.

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการขายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของแต่ละร้าน
ในหนึ่งปี

<u>ชื่อร้าน</u>	<u>จำนวนตัว</u>	<u>Market Share (%)</u>
ไทมารู	36,000	23.63
เมอร์คิง	12,000	7.87
เทพทวี	10,000	6.56
บางกอกโกร เซอร์	10,000	6.56
ไทยขอบปิ้ง	10,000	6.56
จิมแมนส์ชอป	8,750	5.74
เซาท์แปซิฟิก	7,460	4.89
ล.รัตนารักษ์	7,400	4.86
ขวัญไทย	7,200	4.72
แฮนด์ซึ่ม	6,600	4.33
กีโอนี่	6,000	3.94
สมใจนิค	6,000	3.94
ไทฟ้า	6,000	3.94
ทรงสมัย	5,400	3.54
เทพรัตน์	5,400	3.54
อุดมสโตร์	4,200	2.76
ลิลลี่	2,000	1.31
วังนกไต้	2,000	1.31
	<hr/>	<hr/>
	152,410	100
	<hr/>	<hr/>

ตารางที่ 2.2 เงินเดือนและการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต

เงินเดือน (บาท)	ผู้ซื้อเสื้อสังคก	ผู้ซื้อเสื้อสำเร็จรูป	ผู้ซื้อเสื้อทั้ง 2 ชนิด	รวม
ต่ำกว่า 1,000	7	1	1	9
1,001 - 1,500	78	8	8	94
1,501 - 2,000	87	13	26	126
2,001 - 2,500	53	13	13	79
2,501 - 3,000	37	19	7	63
3,001 - 3,500	15	7	4	27
3,501 - 4,000	13	2	4	19
สูงกว่า 4,000	22	28	11	61
ไม่ระบุ	50	18	8	76
รวม	362	109	83	554

ตารางที่ 2.3 อายุกับการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต

อายุ (ปี)	ผู้ซื้อเสื้อสังคก	ผู้ซื้อเสื้อสำเร็จรูป	ผู้ซื้อเสื้อทั้ง 2 ชนิด	รวม
ต่ำกว่า 20	1	-	1	2
20 - 24	58	3	10	71
25 - 29	148	15	28	191
30 - 34	69	20	14	103
35 - 39	35	18	11	64
40 - 44	16	14	5	35
45 - 49	17	22	5	44

ตารางที่ 2.3 อายุกับการเลือกใช้สื่อซีดี (ต่อ)

อายุ (ปี)	ผู้ใช้สื่อสังข์ตก	ผู้ใช้สื่อสำเร็จรูป	ผู้ใช้สื่อทั้ง 2 ชนิด	รวม
50 - 54	10	5	6	21
สูงกว่า 54	6	10	3	19
ไม่ระบุ	2	2	-	4
รวม	362	109	83	554

ตารางที่ 2.4 อาชีพกับการเลือกใช้สื่อซีดี

อาชีพ	ผู้ใช้สื่อสังข์ตก	ผู้ใช้สื่อสำเร็จรูป	ผู้ใช้สื่อทั้ง 2 ชนิด	รวม
ข้าราชการ	107	31	25	163
สถาบันการเงิน	154	26	34	214
รัฐวิสาหกิจ	53	29	20	102
ค้าขายส่วนตัว	17	10	2	29
ลูกจ้างอื่น ๆ	31	13	2	46
ไม่ระบุ	-	-	-	-
รวม	362	109	83	554

ตารางที่ 2.5 ราคาเฉลี่ยที่ผู้ใช้พอใจเลือกซื้อ

005181

ราคา (บาท)	ผู้ใช้เสื้อสังกัก	ผู้ใช้เสื้อสำเร็จรูป	ผู้ใช้เสื้อทั้ง 2 ชนิด	รวม
ต่ำกว่า 50	11	—	1	12
50 - 100	146	34	31	211
100 - 150	103	41	32	176
150 - 200	22	22	9	53
200 - 250	3	8	5	16
250 - 300	—	1	2	3
สูงกว่า 300	—	3	1	4
ไม่ระบุ	77	—	2	79
รวม	362	109	83	554

ข้อมูลที่กล่าวมาแล้วนี้เป็นพื้นฐานของการใช้เสื้อใช้ภายในประเทศ ข้อมูลได้จากการสุ่มตัวอย่างในเขตของกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. 2519 จำนวนตัวอย่าง 554 ราย พบว่าการซื้อมากที่สุดคือ จำนวนเงินเดือนสูงกว่า 4,000 บาท อายุระหว่าง 45 - 49 ปี อาชีพข้าราชการ ราคาที่ขายได้ก็ที่สุดระหว่าง 100 บาท ถึง 150 บาท ฉะนั้นในจำนวนตัวระหว่างเสื้อสังกักกับเสื้อสำเร็จรูปแล้ว เสื้อสังกักจะมีโอกาสการขายมากกว่าเพราะว่าตัดได้พอดีกับตัวและราคาการตัดโดยทั่วไปถูกกว่าเสื้อสำเร็จรูป ฉะนั้นการผลิตเสื้อสำเร็จรูปในปัจจุบัน ตลาดจะแคบ นอกจากจะทำการขายตลาดค้าส่งออกอุตสาหกรรมประเภทนี้จึงจะเติบโตได้เร็ว

ตลาดการส่งออกของอุตสาหกรรมเสื้อสำเร็จรูปนี้ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน เริ่มมีการเติบโตมากขึ้น และมีประโยชน์มากในการที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภท

อื่น ๆ ให้ดำรงอยู่ได้ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ, ก้าย, กระดุม, เป็นต้น ฉะนั้นคงพิจารณาถึงการเติบโตของตลาดส่งออกและอุปสรรคต่าง ๆ

ตารางที่ 2.6 เลื่อยสำเร็จรูปส่งออกและนำเข้า

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	2514	2515	2516	2517	2518	2519	2520 (ม.ค. - มิ.ย.)
นำเข้า	47	46	37	62	48	61	132
ส่งออก	16	263	672	840	1,077	1,577	812

(ที่มา : กรมศุลกากร)

จากที่แสดงให้เห็นถึงตารางข้างบน กล่าวได้ว่าการส่งเลื่อยสำเร็จรูปออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ คือการส่งออกเพียง 672 ล้านบาท เมื่อปี 2516 สูงขึ้นเป็น 1,077 ล้านบาท เมื่อปี 2518 และสูงขึ้นไปอีกถึง 1,577 ล้านบาท เมื่อปี 2519 ขณะที่ทำการส่งเลื่อยสำเร็จรูปจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศยังอยู่ในระดับเดิม หรือประมาณไม่เกินปีละ 65 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2514 - 2519 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่ดีโดยตลอดในระยะหลังมานี้

ประเภทของเลื่อยสำเร็จรูปส่งออกที่สำคัญและทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด ได้แก่ประเภทเลื่อยสำเร็จรูปของเครื่องแกงกายสตรี ซึ่งเมื่อปี 2519 ส่งออกโคสูงที่สุดถึงกว่า 25,000 ล้านชิ้น เป็นมูลค่ากว่า 700 ล้านบาท ส่วนเลื่อยสำเร็จรูปของเครื่องแกงกายชายส่งออกโคต่ำกว่าเล็กน้อย ซึ่งพิจารณาได้จากสถิติการส่งออกที่สำคัญบางรายการดังนี้ (3)

ตารางที่ 2.7 เลือส์สำเร้จรูปส่งออกแยกประเภทที่สำคั้ญ

ปริมาณ 1 พันชิน มูลค้ำ : ล้านบาท

ประเภท	2518		2519		2520 (ม.ค. - มิ.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค้ำ	ปริมาณ	มูลค้ำ	ปริมาณ	มูลค้ำ
เลือส์สำเร้จรูปนอกชนิดจ้ก	1,507	30	3,143	81	756	29
เลือส์สำเร้จรูปในชนิดจ้ก	1,289	24	374	16	485	12
เลือส์สำเร้จรูปชายชั้นนอกชนิดทอ	8,544	277	13,209	528	2,933	160
เลือส์สำเร้จรูปหญิงชั้นนอกชนิดทอ	23,703	483	22,197	640	91,242	335
เลือส์สำเร้จรูปชายชั้นในชนิดทอ	2,765	68	1,543	44	5,081	198
เลือส์สำเร้จรูปหญิงชั้นในชนิดทอ	3,495	74	3,724	86	1,118	22
รวม	41,303	956	44,540	1,405	19,627	756

(ที่มา : กรมศุลกากร)

ตลาดต่างประเทศ

เลือส์สำเร้จรูปของไทยกว่าร้อยละ 80 ส่งไปจำหน่ายยังประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งตลาดที่สำคัญคือตลาดยุโรปตะวันตก รองลงไปก็แก่สหรัฐอเมริกา ส่วนตลาดในเอเชียด้วยกันเองส่งไปบ้างเล็กน้อย โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 ต่อปี ส่วนประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกา และประเทศโพ้นทะเลอื่น ๆ แทบจะไม่มีควำมสำคัญเลยก็ว่าได้ ซึ่งจะไ้แยกพิจารณาที่สำคัญ ๆ ดังนี้

เอเชียและประเทศใกล้เคียง

ญี่ปุ่นยังคงเป็นตลาดเชื้อสำเภาเรือสำเภาที่ใหญ่ที่สุด สำหรับประเทศต่าง ๆ ในเอเชียด้วยกัน แม้ว่าแนวโน้มในการนำเอาเชื้อสำเภาเรือสำเภาจากไทยลดลง เป็นลำดับหลายปีมาแล้ว พอดีผู้ส่งออกบางรายถึงกับกล่าวว่า "เราสิ้นหวังแล้วสำหรับตลาดญี่ปุ่น" ที่มีความสำคัญรองลงไปคือตลาดฮ่องกง ซึ่งสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพเดียวกันกับตลาดญี่ปุ่น แต่ตลาดที่มีความสำคัญมากขึ้นและควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือตลาดไต้หวัน ภูเก็ต ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา ซึ่ง เป็นประเทศผู้ส่งน้ำมันออกรายใหญ่ ๆ ทั้งสิ้น นอกจากนี้แนวโน้มในการนำเอาเชื้อสูงขึ้นเป็นลำดับด้วย

ส่วนประเทศใกล้เคียง อาทิเช่น ลาว เขมร พม่า เคยเป็นตลาดส่งออกของไทยส่วนหนึ่งเช่นกัน แต่เนื่องจากความสัมพันธ์ทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไป เขมรจึงเลิกสั่งซื้อจากไทย แต่ลาวยังคงสั่งซื้อบ้างเล็กน้อย (3)

ตารางที่ 2.8 เชื้อสำเภาเรือสำเภาส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย

(ปริมาณ : ตัน มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	(ม.ค. - มิ.ย.) มูลค่า
บาร์เรน	71,725	2,330	272,955	6,837	2,505
ฮ่องกง	1,239,852	33,600	334,248	12,478	11,692
ญี่ปุ่น	1,561,610	69,664	635,373	55,827	23,306
ภูเก็ต	124,800	3,310	345,100	15,499	21,274
มาเลเซีย	52,538	798	75,694	3,937	7,965
เนปาล	33,138	229	411,401	2,501	294
ไต้หวัน	479,336	13,243	710,744	20,833	2,600
ซาอุดีอาระเบีย	103,398	3,285	144,113	4,109	3,365
สิงคโปร์	371,166	5,751	422,965	5,989	9,080

ตารางที่ 2.8 เสื้อสำเร็จรูปส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย (ต่อ)
(ปริมาณ : ชิ้น มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520 (ม.ค.-มิ.ย.)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ
สหรัฐอเมริกาบิมิเรสต์	240	10	105,017	2,820	39,436
ไซเรียค (เอเชีย)	-	-	26,082	4,677	-
สาธารณรัฐเขมร	183,455	2,820	-	-	-
อื่น ๆ	35,573	592	27,890	1,000	-
รวม	4,256,831	135,632	3,511,589	136,507	121,517

(ที่มา : กรมศุลกากร)

ยุโรปและประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

เสื้อสำเร็จรูปของไทยที่ส่งออกไปยุโรปตะวันตกเริ่มประสบกับการกีดกันอย่างจริงจังมาตั้งแต่กลางปี 2518 จากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ด้วยวิธีการควบคุมโควตาผู้นำเข้าจากประเทศไทยรวมทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาอื่น ๆ ด้วย ซึ่งในระยะที่ผ่านมาประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งเป็นผู้ส่งออกต้องตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ส่งออกรายใหม่ เช่นประเทศไทย

ด้วยสถานการณ์ที่เสียเปรียบดังกล่าวแล้วในบางกรณี ผู้ส่งออกต้องยอมส่งออกในราคาที่สูงมาก หรือต้องยอมขาดทุนเพื่อจะได้โควตาส่งออกสูง ๆ ในระยะต่อไปจึงอยู่ที่ว่าประเทศพัฒนาและเป็นผู้นำเข้าเหล่านั้นจะตั้งข้อกีดกันมากน้อยเพียงใด รวมทั้งอุปสงค์ในตลาดประเทศต่าง ๆ เหล่านั้นด้วย

ในระยะสองปีที่ผ่านมาปรากฏว่าผู้ส่งออกของไทยสามารถสร้างประวัติการส่งออกไปยังประเทศในยุโรปได้ดีในระบับหนึ่ง โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐเยอรมัน ฝรั่งเศส อังกฤษ และกลุ่มประเทศนอร์ดิก คือ นอร์เวย์ สวีเดน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดสำหรับเลือกสำเร็จรูปของไทย โดยเฉพาะจากปริมาณการส่งออกทั้งหมดปรากฏว่า ครึ่งหนึ่งส่งไปตลาดยุโรป⁽³⁾

ตารางที่ 2.9 เลือกสำเร็จรูปส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ในยุโรป
(ปริมาณ : ชิ้น มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520 (ม.ค.-มิ.ย.)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	มูลค่า
ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป					
เบลเยียม	366,199	19,325	829,415	19,042	19,768
เดนมาร์ก	466,115	23,595	1,423,829	69,322	30,746
ฝรั่งเศส	641,407	11,763	2,907,928	49,933	7,547
เยอรมันตะวันตก	1,021,378	36,337	4,691,322	143,222	109,707
อิตาลี	32,080	991	1,247,884	39,850	50,952
เนเธอร์แลนด์	205,733	9,238	1,902,726	55,158	34,678
อังกฤษ	194,573	5,747	5,047,412	95,325	64,074
ไอร์แลนด์	2,073	42	32,942	560	1,106
ลักเซมเบิร์ก	-	-	545	27	-
ประเทศที่สำคัญอื่น ๆ					
ออสเตรเลีย	64,295	2,237	1,925	155	4,899
ฟินแลนด์	65,048	2,318	28,175	1,023	660

ตารางที่ 2.9 เลือส์สำเร้จรูปส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ในยุโรป (ต่อ)
(ปริมาณ : ชิ้น มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520 (ม.ค.-มิ.ย.)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	มูลค่า
นอร์เวย์	479,777	16,923	953,557	28,727	12,845
สวีทเซอร์แลนด์	35,807	1,447	121,287	3,752	5,861
สวีเดน	1,981,748	67,777	4,097,351	159,133	72,248
ไซเรียค(ยุโรป)	-	-	12,540	1,910	-
อื่น ๆ	815	35	12,875	471	-
รวม	5,557,048	197,695	23,311,612	667,611	415,091

(ที่มา : กรมศุลกากร)

อเมริกา

ตลาดเลือส์สำเร้จรูปที่ใหญ่ที่สุดของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อปี 2518 ส่งเลือส์สำเร้จรูปไปสหรัฐอเมริกาถึงร้อยละ 61 ของการส่งออกทั้งหมด ทำให้สหรัฐฯ ทองหันมาจำกัดโควตาการนำเข้าเลือส์สำเร้จรูปเข้าจากประเทศไทย ทำให้การส่งออกลดลง เล็กน้อย ส่วนประเทศอื่น ๆ ในอเมริกากลาง เป็นค่นว่า บาฮาม่า บาบาคู เมอร์คิวคา และเปอร์โตริโก นำเข้าบ้างเล็กน้อย คังนั้นเมื่อการขยายตลาดในสหรัฐอเมริกาและ คานาคา เป็นไปอย่างจำกัด จึงควรหันมาสนใจตลาดในอเมริกากลางให้มาก (3)

ตารางที่ 2.10 เลือส์สำเร้จรูปส่งออกไปอเมริกา

(ปริมาณ : ชิ้น มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520 (ม.ค.-มิ.ย.)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	มูลค่า
อเมริกาเหนือ :					
คานาดา	314,780	8,430	108,430	6,670	3,888
สหรัฐอเมริกา	29,701,015	591,582	17,217,830	576,994	247,994
อเมริกากลาง :					
เปอร์โตริโก	172,056	2,570	104,016	1,411	82
อื่น ๆ	50,201	1,600	30,718	1,623	233
รวม	30,238,052	604,182	17,460,994	586,698	252,197

(ที่มา : กรมศุลกากร)

แอฟริกา

ผู้ส่งออกให้ความสำคัญในการบุกเบิกตลาดเลือส์สำเร้จรูปไปยังประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกาบ่อยมาก ทั้งนี้เพราะประเทศต่าง ๆ เหล่านั้นยากจนไม่มีกำลังซื้อเพียงพอ แต่เนื่องจากตลาดแห่งนี้เป็นตลาดใหม่จึงน่าที่จะสามารถขยายตลาดได้อีก เพราะประชาชนในบริเวณส่วนนี้ได้เปลี่ยนไปนิยมการแต่งกายแบบตะวันตกมากขึ้น กับสาเหตุที่ว่าประเทศต่าง ๆ หลายประเทศเพิ่งได้รับการปลดปล่อยใหม่ ๆ ซึ่งกำลังเร่งพัฒนาเศรษฐกิจและฟื้นฟูประเทศเป็นการใหญ่ (2)

ตารางที่ 2.11 เลือสำเร็จรูปส่งออกไปแอฟริกา

(ปริมาณ : จัน มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520 (ม.ค.-มิ.ย.)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	มูลค่า
แอฟริกาใต้	30,920	599	3,828	202	178
ลิเบีย	-	-	39,600	1,520	-
อื่น ๆ	10,891	262	15,486	258	-
รวม	41,811	861	58,914	1,980	178

(ที่มา : กรมศุลกากร)

ออสเตรเลียและโอเชียเนีย

เนื่องจากออสเตรเลียประกาศควบคุมการนำผลิตภัณฑ์สิ่งทอเข้าประเทศอย่างปัจจุบันทันด่วน และประกาศคุมขางเกี่ยวโดยไม่เปิดเจรจากับประเทศคู่ค้า จึงทำให้การส่งออกไปภูมิภาคส่วนนี้ลดลงกว่าก่อนเมื่อปี 2518 แต่ไม่ไ้ส่งผลกระทบกระเทือนมากนัก เพราะส่งออกไปยังประเทศดังกล่าวเพียงร้อยละ 3 ของการส่งออกทั้งหมดเท่านั้น ส่วนประเทศอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกาะที่มีผลเมืองน้อย จึงไม่สามารถขยายตลาดได้มากนัก (3)

ตารางที่ 2.12 เลือสำเร็จรูปส่งออกไปออสเตรเลียและโอเชียเนีย

(ปริมาณ : ล้าน ตัน มูลค่า : พันบาท)

ประเทศ	2518		2519		2520
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	(ม.ค.-มิ.ย.) มูลค่า
ออสเตรเลีย	1,164,382	32,056	176,646	11,078	13,963
กวม	14,749	1,948	12,604	1,478	1,572
อื่น ๆ	2,538	155	11,194	528	-
รวม	1,181,669	34,159	196,444	13,085	15,535

(ที่มา : กรมศุลกากร)

ตารางที่ 2.13 สรุปเลือสำเร็จรูปส่งออกในแต่ละทวีป

(ปริมาณ : ล้าน ตัน มูลค่า : พันบาท)

ทวีป	2518				2519			
	ปริมาณ	%	มูลค่า	%	ปริมาณ	%	มูลค่า	%
เอเชีย	4,230,831	10.30	137,640	14.12	3,511,587	7.89	136,062	9.68
ยุโรป	5,557,048	13.46	197,656	20.28	23,311,612	52.34	667,611	47.50
อเมริกา	30,238,052	73.27	604,182	62.00	17,460,994	39.20	586,698	41.75
แอฟริกา	41,811	0.10	861	0.10	58,914	0.13	1,984	0.14
ออสเตรเลีย และ โอเชียเนีย	1,181,669	2.87	34,159	3.50	196,444	0.44	13,085	0.93
รวม	41,249,411	-	974,498	-	44,534,551	-	1,405,440	-

(ที่มา : กรมศุลกากร)

การกำหนดโควตานำเข้าของสิ่งทอของประเทศอเมริกาและยุโรปบางประเทศ
ปี 2520 (4)

ประเทศอเมริกา	ผ้า	20	ล้านตารางหลา
	เสื้อสำเร็จรูป	50	ล้านตารางหลา
ประเทศสวีเดน	เสื้อสำเร็จรูป	1,947,000	ชิ้น
ประเทศนอร์เวย์	เสื้อสำเร็จรูป	449,500	ชิ้น
ประเทศจักรภพอังกฤษ	เสื้อสำเร็จรูป	4,072,000	ชิ้น
	ผ้า	1,213	ตัน
ประเทศฝรั่งเศส	เสื้อสำเร็จรูป	1,050,000	ชิ้น
	ผ้า	660	ตัน
ประเทศเยอรมันนีตะวันตก	เสื้อสำเร็จรูป	2,475,000	ชิ้น
	ผ้า	4,528	ตัน
ประเทศเดนมาร์ก	เสื้อสำเร็จรูป	408,000	ชิ้น
	ผ้า	1,442	ตัน
ประเทศไอร์แลนด์เหนือ	เสื้อสำเร็จรูป	38,000	ชิ้น
	ผ้า	94	ตัน
ประเทศอิตาลี	ผ้า	4,561	ตัน
ประเทศเบลจิก	เสื้อสำเร็จรูป	1,050,000	ชิ้น
	ผ้า	1,554	ตัน

(ข้อมูล . จากหน่วยวิจัยเศรษฐกิจของธนาคารกรุงเทพ จำกัด)

จะเห็นว่า การส่งเลือกสำเนารูปออกไปยังตลาดอเมริกาของปี 2519 จะตกต่ำกว่าปี 2518 เนื่องจากว่าการกำหนดโควตาของประเทศอเมริกา

แนวโน้มของตลาดส่งออก

จากตารางที่ 2.6 เลือกสำเนารูปส่งออก

<u>ปี</u>	<u>ล้านบาท</u>
2514	16
2515	263
2516	672
2517	840
2518	1,077
2519	1,577

คาดคะเนแนวโน้มของปี 2520 - 2524

วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Least Square Method) จากสมการปกติ (Normal Equation) ซึ่งมีดังนี้ (7)

$$\sum Y = na + b \sum x \dots\dots\dots(1)$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2 \dots\dots\dots(2)$$

- n = จำนวนปี
- x = ลำดับที่ของปี
- y = จำนวนเงิน

สมการ ของค่าแนวโน้ม	ล้านบาท
$Y_F = a + bX$	16
	263
	672
	840
	1,077
	1,577

<u>ปี</u>	<u>Y</u>	<u>X</u>	<u>X²</u>	<u>XY</u>
2514	16	0	0	0
2515	263	1	1	263
2516	672	2	4	1,344
2517	840	3	9	2,520
2518	1,077	4	16	4,308
2519	1,577	5	25	7,885
	<u>4,445</u>	<u>15</u>	<u>55</u>	<u>16,320</u>

แทนค่าคง ๆ ในสมการ (1) และ (2)

$$4,445 = 6a + 15b \dots\dots\dots(3)$$

$$16,320 = 15a + 55b \dots\dots\dots(4)$$

$$(3) \times 5 \quad 22,225 = 30a + 75b \dots\dots\dots(5)$$

$$(4) \times 2 \quad 32,640 = 30a + 110b \dots\dots\dots(6)$$

$$(6) - (5) \quad 35b = 10415$$

$$b = 297.57$$

แทนค่า b ใน (3) $a = \frac{4,445 - 15 \times 297.57}{6}$

$$= \frac{-18.55}{6}$$

$$= -3.09$$

$$\frac{Y}{F} = -3.09 + 297.57x$$

การกะเนแนวโน้

ปี	x	\underline{Y}_F
2520	6	1782.33
2521	7	2079.9
2522	8	2377.47
2523	9	2675.04
2524	10	2972.61

$$x = 6, \text{ ปี } 2520$$

$$\begin{aligned} F_{2520} &= -3.09 + 297.57 (6) \\ &= 1782.33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{2521} &= -3.09 + 297.57 (7) \\ &= 2079.9 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{2522} &= -3.09 + 297.57 (8) \\ &= 2377.47 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{2523} &= -3.09 + 297.57 (9) \\ &= 2675.04 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{2524} &= -3.09 + 297.57 (10) \\ &= 2972.61 \end{aligned}$$

จากการหาแนวโน้ของตลาด 5 ปี ข้างหน้าคือตั้งแต่ปี 2520 - 2524 จะเห็นว่าแนวโน้ของการส่งเสื่อสำเร้จรูป นีออนาคคคี่ กังกราฟรูปที่ 2.1

ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ (The Standard Error of Estimates) คำนวณได้จากสูตร (7)

$$s_Y = \sqrt{\frac{\sum (Y - Y_F)^2}{N - 2}}$$

<u>ปี</u>	<u>Y</u>	<u>Y_F</u>	<u>Y - Y_F</u>	<u>(Y - Y_F)²</u>
2514	16	3.09	19.09	364.43
2515	263	294.48	-31.48	990.99
2516	672	592.05	79.95	6,392.00
2517	840	889.52	-49.62	2,462.14
2518	1,077	1187.19	-110.19	12,161.84
2518 ^๑	1,577	1484.76	92.24	8,508.22
			0	30,859.62

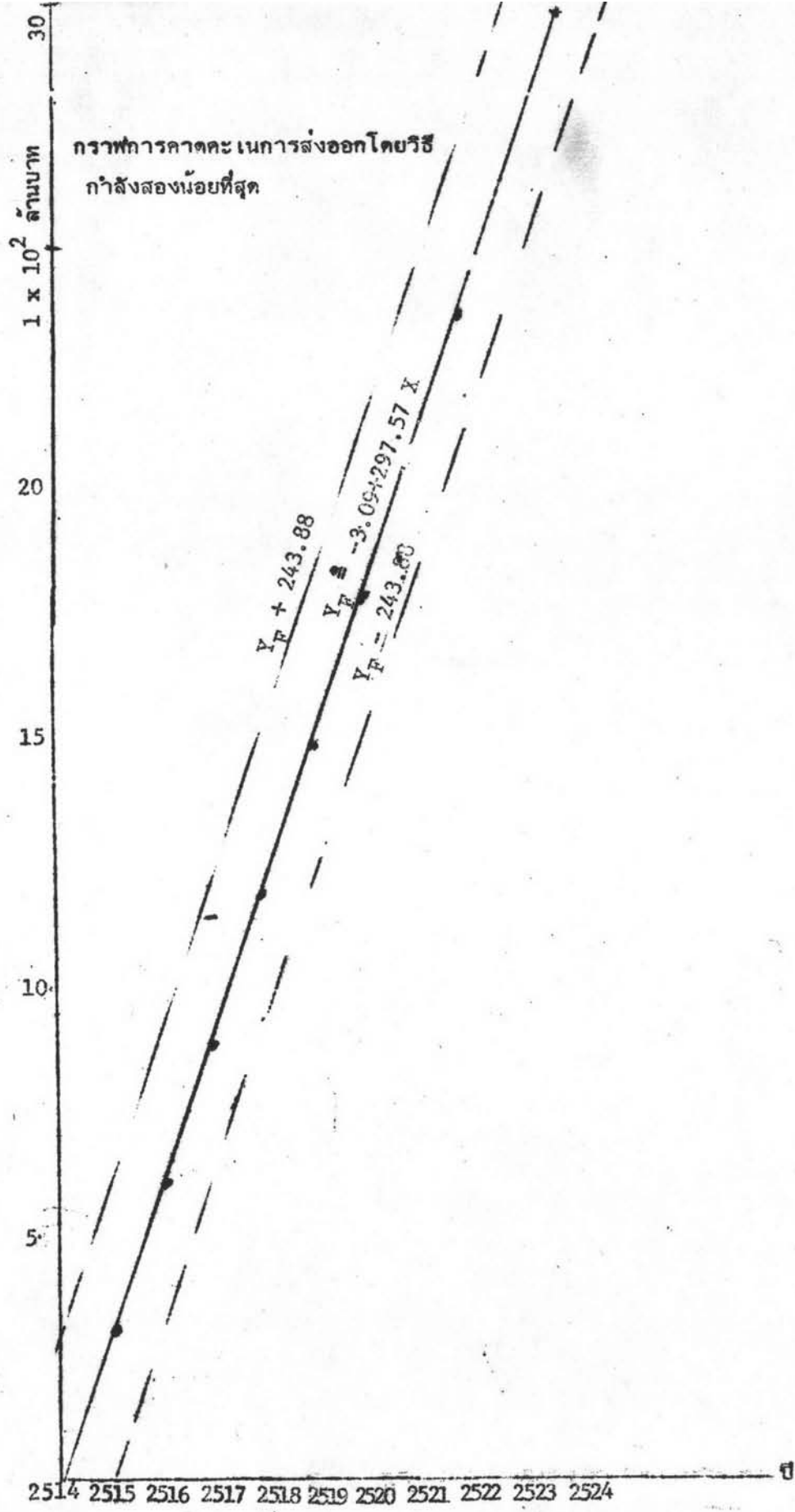
$$\begin{aligned}
 s_Y &= \sqrt{\frac{\sum (Y - Y_F)^2}{N - 2}} \\
 &= \sqrt{\frac{30,859.62}{4}} = \sqrt{7714.905} \\
 &= 87.84
 \end{aligned}$$

degree of freedom มีค่าเท่ากับ 4

probability มีค่าเท่ากับ 95%

จาก t distribution ได้ค่าเท่ากับ 2.7764

$$\pm 2.7764 s_Y = \pm 243.88$$



รูปที่ 2.1