

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)	9
2.2 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)	11
2.3 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	21
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	29
3.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)	29
3.2 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่	30

(Constant Market Share Model: CMS)

บทที่ 4 ภาพรวมอุตสาหกรรมยางพารา	35
4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมยางพาราของจีน	38
4.2 ภาพรวมการส่งออกยางพาราของไทย	49
4.3 ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทย-จีน	56
บทที่ 5 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	59
5.1 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)	59
5.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)	63
5.3 การวิเคราะห์ SWOT ในอุตสาหกรรมยางพารา	74
5.4 ผลการศึกษาอุตสาหกรรมยางพาราตามแบบจำลอง Porter's Five Forces Model	77
5.5 นโยบายไทยเกี่ยวกับการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต	78
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	80
6.1 สรุปผลการศึกษา	80
6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา	85
6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	86
เอกสารอ้างอิง	87
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4-1 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติรวม 3 ประเทศ (สหรัฐอเมริกา, จีน และญี่ปุ่น)	37
4-2 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติรวม 3 ประเทศ (ไทย, อินโดนีเซีย และมาเลเซีย)	37
4-3 ปริมาณการผลิตและการบริโภคยางพาราของจีน	39
4-4 ปริมาณการปลูกยางของจีนในมณฑลต่างๆ (ปี 2546)	39
4-5 มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากทั่วโลกเข้าสู่จีนและอัตราการขยายตัวของตลาดยางพาราของประเทศไทย	40
4-6 มูลค่าการนำเข้าสินค้ากลุ่มยางที่จีนนำเข้าจากโลก (เรียงตามมูลค่าในปี 2547)	43
4-7 มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มยางที่จีนส่งออกไปโลก (เรียงตามมูลค่าในปี 2547)	44
4-8 มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญของจีน	45
4-9 อัตราการขยายตัวของตลาดยางพารารายประเทศในจีน	46
4-10 แผนการขยายการปลูกยางของจีนและประเทศผู้ผลิตรายสำคัญ	47
4-11 มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมและยางพาราในตลาดโลก	49
4-12 ลักษณะการส่งออกยางพาราของไทยออกสู่ตลาดโลก	50
4-13 มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทยในแต่ละประเทศ	51
4-14 อัตราการขยายตัวของตลาดที่นำเข้ายางพาราจากประเทศไทย	52
4-15 มูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศไทย	52
4-16 มูลค่าการนำเข้ายางพาราของสหรัฐอเมริกา	53
4-17 มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยไปตลาดจีนจำแนกประเภท	54
4-18 อัตราการขยายตัวมูลค่าการส่งออกยางพาราจำแนกประเภทของไทยไปตลาดจีน	55
4-19 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกยางพาราจำแนกประเภทของไทยไปตลาดจีน	55
4-20 มูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากไทย ของจีน ปี 2546-2547 (10 อันดับแรก)	57
4-21 มูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากจีน ของไทย ปี 2546-2547 (10 อันดับแรก)	58
5-1 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ (RCA) การส่งออกยางพาราไปจีนรายประเทศ	59
5-2 แสดงส่วนแบ่งตลาดของมูลค่ายางธรรมชาติที่ส่งออกไปจีนรายประเทศ	61
5-3 แสดงอัตราการขยายตัวของสัดส่วนส่วนแบ่งตลาดมูลค่ายางธรรมชาติที่ส่งออกไปจีน	62

5-4	มูลค่าการส่งออกยางพารารวมของไทยในตลาดโลก จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	64
5-5	มูลค่าการส่งออกยางพารารวมของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	66
5-6	มูลค่าการส่งออกยางพารารวมของไทยไปอเมริกา จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	67
5-7	มูลค่าการส่งออกยางพารารวมของไทยไปญี่ปุ่น จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	68
5-8	มูลค่าการส่งออกยางนํ้ายางชั้นของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	69
5-9	มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันรวมของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	70
5-10	มูลค่าการส่งออกยางเครพของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	71
5-11	มูลค่าการส่งออกยางแท่งของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	72
5-12	มูลค่าการส่งออกยางแผ่นผึ่งแห้งของไทยไปจีน จำแนกตามองค์ประกอบของ CMS	73

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
4-1 สายโซ่การผลิต (value chains) ของอุตสาหกรรมยางพารา	36
4-2 เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคยางกับ GDP ของจีน ปี พ.ศ.2503-2563	41
4-3 กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญของจีน	46