

**ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์**

ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรส่งออกของ  
ไทยไปยังประเทศจีน

**ผู้เขียน**

นายชาคริต ศิริรัตน์

**ปริญญา**

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์**

ศ.ดร. มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด

ประธานกรรมการ

ผศ. คมสัน สุริยะ

กรรมการ

ผศ.ดร. ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ ประการแรกเพื่อศึกษาโครงสร้างสินค้าเกษตรที่สำคัญที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศจีน ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดจีน ประการที่สามเพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของไทยในตลาดจีน และเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ และประการที่สี่เพื่อจัดลำดับความสำคัญของสินค้าส่งออกของไทยในประเทศจีน ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ทำการศึกษาสินค้าเกษตรส่งออกของไทยไปยังประเทศจีน 24 รายการ ข้อมูลที่ใช้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกจำนวน 11 ราย และข้อมูลทุติยภูมิจากภาครัฐบาลและเอกชน ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือดังนี้ หนึ่ง ดัชนีวัดการกระจุกตัว (Concentration Ratio) และ ดัชนีวัดการกระจายตัว (Herfindahl-Hirschman Index) เพื่อพิจารณาโครงสร้างสินค้าเกษตรที่ทำการศึกษาในตลาดจีน พบว่าสินค้าส่วนใหญ่มีการแข่งขันน้อย กล่าวคือ มีผู้ส่งออกรายใหญ่ไม่กี่รายและมีส่วนแบ่งตลาดต่างกับผู้ส่งออกรายย่อยมาก โดยโครงสร้างของสินค้า 24 รายการดังกล่าวมีการกระจุกตัวสูงในสินค้า 20 รายการ โดยไทยเป็นผู้ครอบครองตลาดรายใหญ่ในเกือบทุกสินค้า และที่เหลืออีก 4 รายการ ได้แก่ กุ้งอื่นๆ แซ่เหียนจนแจ๊ง ปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกกล้วย ปลา แซ่เหียนจนแจ๊ง และเมล็ดพืชผัก มีการกระจุกตัวระดับปานกลาง

สอง พิจารณาอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของไทยในตลาดจีนว่ามีอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) พบว่า กลุ่มสินค้าที่มีการขยายเกิดจาก ปัจจัยการขยายตัวของตลาดจีนโดยรวม (Growth effect) การเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค (Commodity effect) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) รวมกันมี 6 ชนิด ได้แก่ น้ำมันปาล์มและเศษของน้ำมันปาล์มไม่คัดแปลงทางเคมี มันสำปะหลัง น้ายางธรรมชาติ สตาร์ชทำจากมันสำปะหลัง กลุ่มผลไม้ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด และ ปลายข้าว สินค้ากลุ่มที่มีการขยายตัวเกิดจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดจีนโดยรวม และความสามารถในการแข่งขันรวมกันมี 8 ชนิด ได้แก่ ปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกกล้วย กุ้งฝอย ทูเรียนสด ผลไม้แห้ง เนื้อปลาแบบฟิลเล และเนื้อปลาแบบอื่นๆ พืชมีชีวิตอื่นๆ (รวมราก) ดอกไม้สด และ ครั้ง กลุ่มสินค้าที่มีการขยายตัวเกิดจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดจีน และปัจจัยการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคร่วมกัน คือ ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค

สินค้าที่เหลืออีก 6 รายการ คือ สินค้าที่มีการขยายตัวเกิดจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดจีนโดยรวมเพียงปัจจัยเดียว ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ปลา แซ่เหียนจนแจ็ง ข้าว เค้กชัทริน และ โมดิไฟด์สตาร์ชอื่นๆ ผลไม้สดอื่นๆ และ สตาร์ชอื่นๆ ส่วนสินค้าที่เหลืออีก 3 ชนิดมีการขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา คือ กุ้งอื่นๆแซ่เหียนจนแจ็ง กุ้งอื่นๆไม่แซ่เหียนจนแจ็ง และเมล็ดพืชผัก

สาม พิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยในตลาดจีน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งประเทศอื่นๆ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) นอกจากนั้นยังได้มีการใช้ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2547 ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า 23 ชนิดมีเพียงสินค้าชนิดเดียวที่ไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบแก่ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ สินค้าน้ำมันปาล์มและเศษของน้ำมันปาล์มไม่คัดแปลงทางเคมี (HS: 151190)

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในช่วง 5 ปีระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 พบว่า สินค้าเกษตรส่งออกของไทยไปยังจีนที่มีค่า RCA เพิ่มขึ้นมี 9 สินค้า และที่มีค่า RCA ลดลงมีอยู่ 15 สินค้าที่น่าสนใจได้แก่กลุ่มสินค้าที่อยู่ในสถานการณ์ “สวนกระแส” มี 6 ชนิด ได้แก่ เนื้อปลาแบบฟิลเล และเนื้อปลาแบบอื่นๆ พืชมีชีวิตอื่นๆ (รวมราก) ดอกไม้สดชนิดที่เหมาะสมสำหรับจัดทำเป็นช่อดอกไม้หรือเพื่อการประดับ กุ้งฝอย ผลไม้แห้ง และ ครั้ง สินค้าที่อยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” มี 4 ชนิด ได้แก่ มันสำปะหลัง กลุ่มผลไม้ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด ปลายข้าว และ น้ำมันปาล์มและเศษของน้ำมันปาล์มไม่คัดแปลงทางเคมี และมีเพียงสินค้าชนิดเดียวที่อยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส” คือ ทูเรียนสด และยังมีสินค้าที่อยู่ในสถานการณ์ “คว่ำไม่ทัน” 3 รายการและ สถานการณ์ “ถอยนำ” อีก 10 รายการซึ่งจะขอกล่าวในบทที่ 7 ต่อไป

<b>Thesis Title</b>	The Competitiveness of Exporting Thai Agricultural Products to China	
<b>Author</b>	Mr. Chakrit Sirirat	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Thesis Advisory Committee</b>	Prof.Dr. Mingsan Kaosa-ard	Chairperson
	Asst.Prof. Komsan Suriya	Member
	Asst.Prof.Dr. Piyaluk Buddhawongsa	Member

### **ABSTRACT**

This study has four objectives. First is to examine the structure of major export markets in which Thailand sold its commodities in the People Republic of China (PRC). Second is to undertake analysis on factors having effects on Thailand's export expansion into the PRC market. Third is to determine the comparative advantage position of Thai exports to PRC market in comparison to other major competing exporting countries. And fourth is to determine the priority of importance of Thai exports in the PRC market. This thesis focused on the top 24 Thai agricultural export commodities to PRC. It was based on the interview of 11 Thai exporters and secondary information from both private and government sectors. The major analytical tools employed to explain the market structure of the commodities that Thailand exported to PRC were the Concentration Ratio and the Herfindahl-Hirschman Index. It was found that most export commodities had low competition because there existed only a few large exporting countries and their market shares were substantially different from those of small exporters. Out of the 24 commodities studied, 20 had high concentration ratio with Thailand being the large market

share holders in almost all commodities. The remaining four commodities had moderate concentration ratio and they were frozen shrimps and prawns, cuttlefish and squids, frozen fresh fish and vegetable seeds for planting.

The constant Market Share Model: CMS was utilized to investigate the factors affecting the expansion of Thai exports to PRC market. Six commodities were found to be growing due to the growth effect, the commodity effect as well as the competitiveness effect. These included crude palm oil, cassava, rubber latex, manioc starch, fruits (guava, mango, and mangos), and broken rice. Eight commodities that experienced the expansion due to the growth effect and the competitiveness effect were cuttlefish and squids, banana, fresh durian, dried fruits, fish fillets and other fish meat, live plants, cut flowers, and lacs. The commodity which had increased in PRC market as the result of the growth effect as well as the commodity effect was the technically specified natural rubber (TSNR).

Six commodities that were able to expand because of the growth effect solely were smoked rubber sheets, frozen fish, rice, dextrin and other modified starches, other fresh fruits, and other starches. Meanwhile, the other three commodities: frozen shrimps and prawns, chilled shrimps and prawns, and vegetable seeds experienced export shrinkage compared to the previous year's levels.

The analyses based on the Revealed Comparative Advantage Index: RCA as well as the Dynamic Revealed Comparative Advantage method indicated that in 2004 Thailand had comparative advantage over other competitors in 23 commodities with crude palm oil being the only exception.

From the RCA trend over the five year period from 2000 to 2004, The RCA indices of the 9 commodities had increased while the RCA trends of the other 15 commodities had declined. Consequently, six commodities could be categorized as "Falling stars" namely fish fillets and other fish meat, live plants, cut flowers for making bouquets or flower arrangements, banana, dried fruits and lacs. Four commodities: cassava, fruits (guava, mango, and mangos) small broken rice, and crude palm oil were considered the "Rising stars". Fresh durian was the only commodity with "Lost opportunity" in PRC market. Three commodities were found under the situation "Lagging opportunity" and 10 others were in "Follow retreat" position.