ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

ผู้เขียน นางสาวจิราวรรณ โกช่วย

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่สำคัญของไทยไปยังตลาดกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยเปรียบเทียบในแต่ละประเทศ มีสินค้ารายการใดของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) และพลวัตรความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) และศึกษาสถานการณ์การส่งออกโดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) รวมทั้งศึกษาถึงสภาพทั่วไปของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม นโยบายการค้า สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สินค้าที่สำคัญของไทยเลือกศึกษาจากสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงที่สุด 20 อันดับแรกของปี พ.ศ. 2551 โดยแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ (Harmonized) 2007 ระดับ 2 digit และ 4 digit ตามคำนิยามของสินค้า โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2551

จากการศึกษาการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสามพบว่าสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันหลัก ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย เนื่องจากมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันทุกปีตั้งแต่ พ.ศ. 254

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- 2551 และทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม ส่วนสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าในปี พ.ศ. 2551 พบว่า ตลาดประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์มีการขยายตัวการนำเข้าพร้อมทั้งการส่งออกของไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนตลาดประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ส่วนตลาดประเทศบรูไนจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการขยายตัวการนำเข้ามีแนวโน้มที่ลดลงแต่สินค้าไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น และตลาดประเทศสิงคโปร์การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่อัตราการนำเข้ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการส่งออกของไทยกลับมีแนวโน้มที่ลดลง จากการศึกษาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดประเทศบรูไน ประเทศกัมพูชา ประเทศเกาหลี ประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลลิปปินส์ และประเทศเวียดนาม พบว่าปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ความนิยมของผู้บริโภคกลับแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ตลาดในประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย ปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลงพร้อมกับความนิยมของผู้บริโภคก็ลดลงด้วยเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title An Analysis of Revealed Comparative Advantage of Major Exports of Thailand to ASEAN Plus Three

Author Ms.Chirawan Kochuai

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit Chairperson

Asst.Prof.Dr.Pairat Kanjanakaroon Member

ABSTRACT

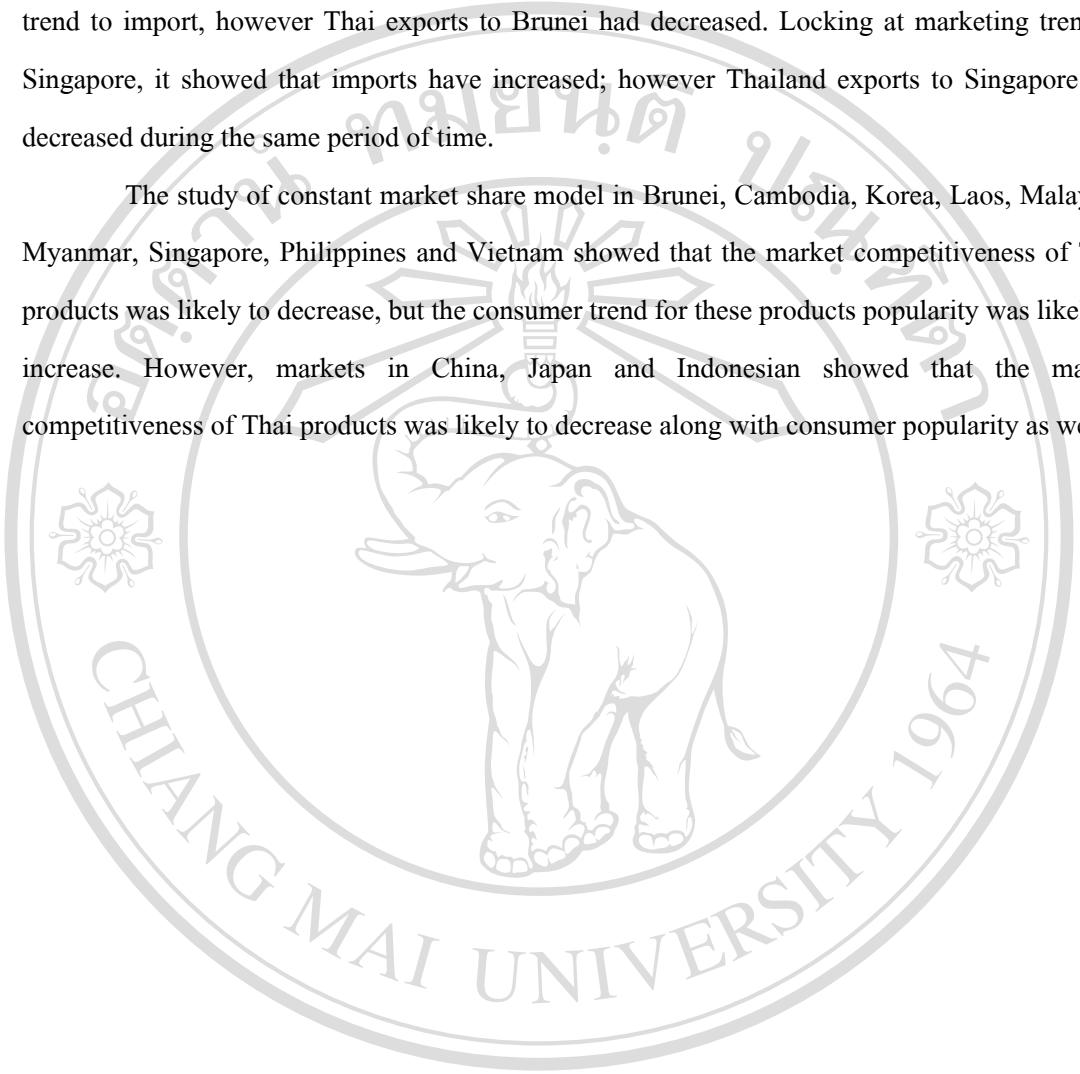
This study aimed to analyse the comparative advantages and competitiveness of major exports of Thailand to the markets of the ASEAN including, plus the three co-operation; Brunei, Cambodia, Korea, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapore, Philippines, Vietnam, China, Japan, and Indonesian. This study looked at the comparative advantage of products which have a high potential when exporting to country within ASEAN, plus the three co-operation. Using Revealed Comparative Advantage Index (RCA), Dynamic Revealed Comparative Advantage, and Constant Market Share Model (CMS); including analysis of general information, trade policy, exporting situation, and exporting problem of each country in the ASEAN plus three. The major exports of Thailand chosen from the top 20 highest valued exports by the year 2008 seperated by the customs tariff harmonized criteria of 2007 using 2 digit and 4 digit according to the definition of the products based on data during 2000 to 2008.

The study results showed the products with comparative advantage in the main competition include rice, canned seafood and sugar because of they had comparative advantage every year since year 2000 to 2008 in all countries in the ASEAN plus three. In 2008, the importing situation showed that markets in China, Indonesia, Laos and Vietnam had the largest increase market; as a result Thailand's export growth increased in these respective countries. The

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

markets in Cambodia, Myanmar, Malaysia and Philippines, showed that the import rate increased more than the export rate of Thai products. In Brunei, the market situation showed an increasing trend to import, however Thai exports to Brunei had decreased. Locking at marketing trend in Singapore, it showed that imports have increased; however Thailand exports to Singapore had decreased during the same period of time.

The study of constant market share model in Brunei, Cambodia, Korea, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapore, Philippines and Vietnam showed that the market competitiveness of Thai products was likely to decrease, but the consumer trend for these products popularity was likely to increase. However, markets in China, Japan and Indonesian showed that the market competitiveness of Thai products was likely to decrease along with consumer popularity as well.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved