

บทที่ 4

ผลการศึกษา

บทนี้จะเป็นผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยศึกษาจากบทความ เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบสภาพทั่วไปของตลาดแอฟริกา สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าว ส่วนที่สองจะเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณซึ่งใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ค่าส่วนแบ่งทางการตลาด พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆที่เป็นคู่แข่งสำคัญ เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกข้าวของไทยไปยังภูมิภาคแอฟริกา โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

4.1 โครงสร้างการผลิต และสถานการณ์การส่งออกข้าว

ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 การส่งออกข้าวของไทยเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากเวียดนาม โดยเฉพาะตลาดข้าวขาว เนื่องจากราคาข้าวส่งออกของเวียดนามต่ำกว่าไทยมาก ทำให้มูลค่าการส่งออกข้าวของไทยในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 หดตัวลงเหลือ 3,281.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 29.5 อย่างไรก็ตาม เมื่อรัฐบาลอินเดียประกาศงดส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบาสมาดิในช่วงต้นเดือนกันยายน 2552 นับว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการส่งออกข้าวของไทยในช่วงที่เหลือของปี 2552 ถึงช่วงกลางปี 2553 ซึ่งจะเป็นช่วงที่ผลผลิตข้าวกลางปีของอินเดียจะออกสู่ตลาด ทำให้อินเดียต้องตัดสินใจอีกครั้งว่าจะกลับมาส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบาสมาดิหรือไม่ ดังนั้นในช่วงที่อินเดียงดการส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบาสมาดิจะทำให้ผู้ส่งออกข้าวของไทยมีโอกาสในการขยายตลาดข้าวได้เพิ่มมากขึ้นแทนที่การส่งออกข้าวของอินเดีย โดยเฉพาะตลาดข้าวในทวีปแอฟริกา กล่าวคือ ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังตลาดแอฟริกา 1,590.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 16.3 ซึ่งเมื่อเทียบกับทวีปอื่นๆแล้ว นับว่าการส่งออกข้าวไปตลาดแอฟริกาหดตัวน้อยที่สุดในช่วงที่เหลือของปี 2552 ไปจนถึงกลางปีหน้า นับเป็นโอกาสของผู้ส่งออกข้าวไทยที่จะเร่งขยาย

การส่งออกข้าวไปยังทวีปแอฟริกา อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ต้องกังวลคือ การแข่งขันจากเวียดนาม ถิ่นเวียดนามหันมาจะขยายตลาดทวีปแอฟริกาเช่นกัน ภูมิภาคแอฟริกาเป็นตลาดข้าวขนาดใหญ่ และความต้องการบริโภคข้าวของแอฟริกามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดข้าวของแอฟริกาเป็นที่สนใจของประเทศผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญของโลก ไม่ว่าจะเป็นไทย เวียดนาม อินเดีย และปากีสถาน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการส่งออกข้าวขาวของไทยไปยังตลาดแอฟริกาต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากเวียดนามเช่นเดียวกับการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดอื่นๆ ส่วนการส่งออกข้าวหนึ่ง ปลายข้าว และข้าวหอมมะลิในปี 2552 มีโอกาสในการขยายตลาดในแอฟริกา เนื่องจากเวียดนามไม่ได้เน้นการส่งออกข้าวหนึ่งและปลายข้าว รวมทั้ง คู่แข่งสำคัญอีกประเทศหนึ่งของไทยคือ อินเดียก็งดส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัวสมมติ จึงนับเป็นโอกาสของไทย โดยเฉพาะการส่งออกข้าวหนึ่ง ซึ่งตั้งแต่ช่วงต้นปีประเทศต่างๆในแอฟริกาจะลดการนำเข้าข้าวหนึ่งจากไทย โดยรอข้าวหนึ่งของอินเดีย เนื่องจากราคาข้าวหนึ่งของไทยนั้นสูงกว่าอินเดีย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ต้องกังวลคือ การขยายการผลิตข้าวหนึ่งของบรรดาโรงสีต่างๆในประเทศไทย เนื่องจากเกรงว่าในระยะยาวจะเกิดปัญหาผลผลิตข้าวหนึ่งเกินความต้องการ อันเป็นผลมาจากข้าวหนึ่งนั้นพึ่งพาส่งออกทั้งหมด รวมทั้งในขณะนี้ก็มีกระแสข่าวว่าทั้งเวียดนามและจีนต่างก็หันมาขยายการผลิตข้าวหนึ่งเช่นกัน ทำให้อาจจะเกิดปัญหาการแข่งขันรุนแรงมากขึ้นในตลาดส่งออกข้าวหนึ่ง โดยเฉพาะในช่วงปี 2553 ส่วนข้าวหอมมะลิในตลาดแอฟริกันั้น ในช่วงที่เหลือของปีนี้นับเป็นโอกาสของไทยในการขยายตลาด เนื่องจากที่ผ่านมาไทยต้องแข่งขันกับข้าวบัวสมมติของอินเดีย แต่ในปีนี้เป็นประเทศในแถบแอฟริกาหันมานำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากราคาข้าวบัวสมมติของอินเดียอยู่ในเกณฑ์สูงมาก อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ต้องกังวลสำหรับการขยายตลาดข้าวหอมมะลิในอนาคตคือ กรณีที่ศูนย์วิจัยและค้นคว้าเกษตรกรรม มหาวิทยาลัยหุ่ยเจียนา ประเทศสหรัฐฯ ประกาศอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับการค้นคว้าและพัฒนาพันธุ์ข้าวใหม่ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับข้าวหอมมะลิของไทย และตั้งชื่อคล้ายกันว่าแจสแมน(JAZZMAN) เพื่อแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งใช้ชื่อจัสมิน(JASMINE) แม้ว่าข้าวแจสแมนของสหรัฐฯ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการค้นคว้าและวิจัย ผลผลิตยังมีน้อยและยังไม่ออกสู่ตลาด แต่สิ่งที่มีผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยต้องติดตามลักษณะของเมล็ด กลิ่น คุณภาพความเนียนนุ่มหลังหุง เสร็จว่าใกล้เคียงกับข้าวหอมมะลิของไทยหรือไม่ รวมถึงราคาจัดจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อประเมินสถานการณ์การแข่งขันของข้าวหอมมะลิของไทยในอนาคต

ภาวะส่งออกข้าวไทยในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 หดตัวมากเป็นประวัติการณ์ กล่าวคือมูลค่าการส่งออกข้าวเหลือเพียง 3,281.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วลดลงร้อยละ 29.5 โดยเฉพาะข้าวขาว ซึ่งเป็นข้าวที่ไทยส่งออกประมาณร้อยละ 20.0 ต้องเผชิญการแข่งขันอย่างรุนแรงกับเวียดนาม โดยเวียดนามแย่งสัดส่วนตลาดข้าวของไทยไปได้อย่างมาก

เนื่องจากราคาข้าวส่งออกของไทยสูงกว่าเวียดนามตันละ 130-140 ดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ข้าวหนึ่ง ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 30.0 ประเทศต่างๆ ในแอฟริกาที่เป็นตลาดนำเข้าสำคัญก็ ยังคงชะลอการนำเข้า แม้อินเดียหยุดส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัสมาติมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2551 โดย รอคูท่าที่ว่าอินเดียจะกลับเข้าตลาดเมื่อใด เนื่องจากราคาข้าวหนึ่งของอินเดียถูกกว่าไทยประมาณ 60 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อตัน อย่างไรก็ตาม เมื่ออินเดียประกาศงดส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัสมาติต่อไป จนถึงกลางปี 2553 เพราะประสบภัยแล้งที่ทำให้ผลผลิตข้าวลดลงมากเป็นประวัติการณ์ กล่าวคือ ผลผลิตข้าวในปีเพาะปลูก 2552/53 ที่คาดว่าจะมีปริมาณ 99 ล้านตัน ลดลงเหลือเพียง 82 ล้านตัน จึง ทำให้ผู้นำเข้าข้าวหนึ่งที่รอซื้อจากอินเดียหันมาสั่งซื้อจากผู้ส่งออกของไทย ส่วนเวียดนามคาดว่าจะ ชะลอการส่งออก หลังจากเวียดนามเร่งส่งออกข้าวในช่วงระยะ 2 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งการที่รัฐบาล เปลี่ยนมาตรการแทรกแซงตลาดจากมาตรการจํานําราคาเป็นมาตรการประกันราคา โดยชดเชยเงิน ใให้กับเกษตรกรโดยตรง ราคาข้าวเป็นไปตามกลไกตลาดมากขึ้น ซึ่งคาดว่าผู้ส่งออกข้าวขาวของ ไทยจะแข่งขันกับเวียดนามได้ดีขึ้น จึงทำให้คาดว่า การส่งออกข้าวในช่วงที่เหลือของปีนี้ไปจนถึง กลางปี 2553 สถานการณ์ส่งออกข้าวไทยมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้น

ในช่วงต้นปี 2552 มีการตั้งเป้าส่งออกข้าวไว้ที่ประมาณ 8-8.5 ล้านตัน แต่คาดว่าปริมาณ การส่งออกข้าวของไทยน่าจะเพิ่มขึ้นได้ถึง 9 ล้านตัน และปี 2553 จะส่งออกได้มากกว่า 10 ล้านตัน ซึ่งอาจจะทำลายสถิติปริมาณการส่งออกในปี 2551 ที่ส่งออกได้ 10 ล้านตัน เนื่องจากสามารถ ส่งออกแทนที่เวียดนาม โดยเฉพาะในตลาดแอฟริกา โดยข้าวหนึ่งมาเป็นตัวนำตลาดในปี 2552-2553 ชดเชยข้าวขาวที่ถูกเวียดนามแย่งตลาดไป ทำให้ราคาข้าวเปลือกในประเทศไม่ตกลงมากนัก จาก การที่ผู้ส่งออกกว้านซื้อข้าวเพื่อนำไปผลิตข้าวหนึ่ง ปัจจุบันซื้อขายตันละประมาณ 9,500-10,000 บาท ต่ำกว่าราคารับจํานํารวมตันละ 1,000 บาท ดังนั้น ตลาดที่ผู้ส่งออกข้าวของไทยต้องจับตามอง คือ ตลาดแอฟริกา โดยคาดว่าสัดส่วนการส่งออกข้าวไปยังตลาดแอฟริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วง ที่เหลือของปี 2552 ถึงกลางปี 2553 คาดการณ์ว่าในช่วงที่เหลือของปี 2552 ต่อเนื่องถึงกลางปี 2553 ภาวะการส่งออกข้าวมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นทั้งข้าวขาว และข้าวหนึ่ง ส่วนข้าวประเภทอื่นๆที่น่าจับ ตามองคือ ข้าวเหนียว โดยเฉพาะการส่งออกไปยังจีน เนื่องจากคาดว่าจีนมีแนวโน้มความต้องการ ข้าวเหนียวเพิ่มขึ้น โดยในปี 2553 จีนมีการจัดงานเซี่ยงไฮ้เอ็กซ์โปในเดือนพฤษภาคม และงานเอ เซียนเกมส์ในเดือนพฤศจิกายน รวมทั้งรัฐบาลจีนประกาศให้ปี 2553 เป็นปีทองเที่ยวจีน

จากข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ ปริมาณการบริโภคข้าวใน ภูมิภาคแอฟริกามีแนวโน้มเติบโตเกือบ 7 เท่าตัวในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยเพิ่มขึ้นเป็น 22.07 ล้านตันในปี 2552/53 จากที่เคยอยู่ในระดับ เพียง 3.0 ล้านตันในปี 2503 ในขณะที่ปริมาณการ บริโภคข้าวของโลกนั้นมีแนวโน้มเติบโตเกือบ 1 เท่าตัวเท่านั้น ในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาปริมาณ

การบริโภคข้าวของภูมิภาคแอฟริกาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.5 ต่อปี จาก 19.98 ล้านตันข้าวสารในปี 2548/49 เป็น 22.07 ล้านตันข้าวสารในปี 2552/53 ซึ่งอัตราเพิ่มขึ้นของการบริโภคข้าวในเขตแอฟริกาเหนืออยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าในเขตซบซซาฮาราหรือบริเวณตอนใต้ของทะเลทรายซาฮารา กล่าวคือ ในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาอัตราการการบริโภคข้าวเฉลี่ยของแอฟริกาเหนืออยู่ในระดับร้อยละ 5.0 ในขณะที่เขตซบซซาฮาราอยู่ในระดับ 2.0 เท่านั้น เมื่อเทียบกับปริมาณการผลิตข้าวของภูมิภาคแอฟริกาแล้วจะเห็นได้ว่าแอฟริกายังผลิตข้าวได้ไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค ทำให้ต้องพึ่งพิงการนำเข้า แม้ว่าอัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตข้าวของแอฟริกาเฉลี่ยในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาจะอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในเขตซบซซาฮาราที่มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.5 ในขณะที่เขตแอฟริกาเหนืออยู่ในระดับร้อยละ 1.4 เท่านั้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาปริมาณการนำเข้าข้าวของภูมิภาคแอฟริกาแล้ว อัตราการขยายตัวของปริมาณการนำเข้าในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ในระดับเพียงร้อยละ 0.5 โดยคาดว่าในปี 2552/53 ปริมาณการนำเข้าเท่ากับ 7.8 ล้านตัน โดยปริมาณการนำเข้าข้าวของภูมิภาคแอฟริการ้อยละ 96.0 อยู่ในเขตซบซซาฮารา อย่างไรก็ตาม ปริมาณการนำเข้าข้าวในเขตแอฟริกาเหนือมีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูงกว่าเขตซบซซาฮารา กล่าวคือ อัตราการขยายตัวของปริมาณนำเข้าข้าวเฉลี่ย 5 ปีของเขตแอฟริกาเหนือสูงถึงร้อยละ 8.6 ในขณะที่เขตซบซซาฮาราอยู่ในระดับร้อยละ 0.2 เท่านั้น คาดการณ์กันว่าในระยะต่อไปภูมิภาคแอฟริกาจะเป็นภูมิภาคสำคัญในการผลักดันการบริโภคข้าวในตลาดโลก โดยภูมิภาคแอฟริกาบริโภคข้าวประมาณร้อยละ 5 ของปริมาณการผลิตข้าวทั้งโลก ในขณะที่ปริมาณการผลิตข้าวในแอฟริกาต่ำกว่าร้อยละ 3 ของโลก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยหนุนที่ทำให้ภูมิภาคแอฟริกาเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตของปริมาณการบริโภคข้าวที่รวดเร็วที่สุดในโลกได้แก่

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ในช่วงระยะ 5 ทศวรรษที่ผ่านมา จำนวนประชากรของภูมิภาคแอฟริกาเพิ่มขึ้น 2.7 เท่าตัว (จาก 289 ล้านคนในปี 2503 เป็น 943 ล้านคนในปี 2549) เมื่อเทียบกับประชากรโลกที่มีการขยายตัวเพียง 1.7 เท่าตัว (จาก 3,082 ล้านคนในปี 2503 เป็น 6,593 ล้านคนในปี 2549) คาดการณ์แนวโน้มประชากรของภูมิภาคแอฟริกาในปี 2563 จะเพิ่มขึ้นเป็น 1,270 ล้านคน หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.3 ต่อปี ในขณะที่ประชากรของโลกในปี 2563 จะเพิ่มขึ้นเป็น 7,656 ล้านคน หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.2 ต่อปี

การขยายตัวของเขตเมือง(Urbanization) ในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของเขตเมืองในภูมิภาคแอฟริกาสูงกว่าอัตราเฉลี่ยทั่วโลก กล่าวคือ อัตราการขยายตัวของเขตเมืองในภูมิภาคแอฟริกาสูงขึ้นสูงถึง 5 เท่าตัว ในขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ 2 เท่าตัวเท่านั้น ซึ่งในภูมิภาคแอฟริกาความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างการขยายตัวของเขตเมืองกับการบริโภคข้าวใน

ภูมิภาคแอฟริกาเท่ากับ 0.996 คาดการณ์ว่าในปี 2573 อัตราการขยายตัวของเขตเมืองในภูมิภาคแอฟริกายังคงสูงถึงร้อยละ 65 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกที่อยู่ในระดับเพียงร้อยละ 28 เท่านั้น จากปัจจัยหนุนการขยายตัวของปริมาณการบริโภคข้าวในแอฟริกา คาดการณ์ว่าปริมาณการบริโภคข้าวของภูมิภาคแอฟริกาจะเพิ่มขึ้นอีก 38 ล้านตันในปี 2563 ในขณะที่คาดการณ์ว่าปริมาณการผลิตข้าวของแอฟริกาจะอยู่ในระดับเพียง 20.5 ล้านตันเท่านั้น ซึ่งเท่ากับว่าในปี 2563 ภูมิภาคแอฟริกาจะต้องนำเข้าข้าวประมาณ 17.5 ล้านตัน นับเป็นโอกาสของบรรดาประเทศผู้ส่งออกข้าวที่จะส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกา

ตลาดแอฟริกา

ทวีปแอฟริกาถือเป็นตลาดส่งออกข้าวที่สำคัญของไทย โดยในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกไปยังทวีปแอฟริกา 1,590.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 16.3 โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 48.5 ของมูลค่าการส่งออกข้าวทั้งหมดของไทย ประเภทข้าวที่ไทยส่งออกไปยังทวีปแอฟริกาแยกออกได้เป็น ข้าวหนึ่งร้อยละ 48.5 ข้าวขาวร้อยละ 22.2 ปลายข้าวร้อยละ 17.5 ข้าวหอมมะลิร้อยละ 11.3 และข้าวกล้องร้อยละ 0.5 โดยการส่งออกข้าวขาวไปยังตลาดแอฟริกา นั้นไทยต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากเวียดนามเช่นเดียวกับตลาดอื่น ๆ ส่วนข้าวหนึ่ง ปลายข้าว และข้าวหอมมะลิในปี 2552 มีโอกาสในการขยายตลาด เนื่องจากเวียดนามไม่ได้เน้นการส่งออกข้าวหนึ่งและปลายข้าว รวมทั้งคู่แข่งสำคัญอย่างอินเดียยังคงส่งออกอีกด้วย สำหรับข้าวหนึ่งในช่วง 8 เดือนแรกประเทศต่างๆในแอฟริกาชะลอการนำเข้า เนื่องจากรอดูท่าทีของอินเดียที่คาดการณ์ว่าจะกลับมาส่งออกข้าวหนึ่งอีกครั้ง แต่เมื่ออินเดียประกาศชัดเจนว่าจะไม่ส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัสมาติ ทำให้คาดว่า การส่งออกข้าวหนึ่งของไทยจะกลับมาคึกคักขึ้นอีกครั้งตั้งแต่ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 ไปจนถึงกลางปีหน้า ซึ่งต้องรอดูผลผลิตข้าวกลางปีของอินเดียอีกครั้งว่าอินเดียจะเปลี่ยนแปลงนโยบายการส่งออกหรือไม่ แต่ก็ยังต้องกังวลในเรื่องการแข่งขันจากเวียดนามและจีนที่เริ่มขยายการผลิตข้าวหนึ่งเพื่อส่งออกเช่นกัน ส่วนข้าวหอมมะลินั้นไทยต้องแข่งขันกับข้าวบัสมาติของอินเดีย แต่ในปี 2552 นี้ราคาข้าวบัสมาติของอินเดียอยู่ในเกณฑ์สูงมาก ทำให้ประเทศต่างๆในแอฟริกาหันมานำเข้าข้าวจากไทย

แอฟริกาตะวันตก ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังประเทศแถบแอฟริกาตะวันตกเท่ากับ 1,106.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 19.4 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการส่งออกข้าวไปยังตลาดกลุ่มประเทศแอฟริกาตะวันตกนั้นสูงถึงร้อยละ 71.1 ประเทศที่เป็นลูกค้านำเข้าข้าวของไทยที่สำคัญ โดยมีอัตราการขยายตัวของ การส่งออกในเกณฑ์สูง คือ ไนจีเรีย(ขยายตัวร้อยละ 53.2) เซเนกัล(ร้อยละ 52.0) มาลี(ร้อยละ 33.2) และ

มอริเตเนีย(ร้อยละ 177.1) อย่างไรก็ตาม การส่งออกข้าวไปยังบางประเทศในตลาดกลุ่มนี้ก็ลดลง โดยเฉพาะ เบนิน กินี กานา โตโก และเซียร์ราลีโอน ประเภทของข้าวที่ไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศแอฟริกาตะวันตก คือ ข้าวหนึ่ง ข้าวหอมมะลิ ปลายข้าว โดยเฉพาะปลายข้าวหอมมะลิ และข้าวขาว โดยประเภทข้าวที่ยังมีแนวโน้มส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คือ ข้าวหนึ่ง ข้าวหอมมะลิ และปลายข้าวหอมมะลิ

แอฟริกาใต้ ตลาดกลุ่มประเทศแอฟริกาใต้นี้ นับว่าเป็นตลาดกลุ่มเดียวที่มูลค่าการส่งออกข้าวยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังตลาดแอฟริกาใต้ 255.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.7 โดยตลาดที่ส่งออกข้าวเกือบทั้งหมดคือ ประเทศแอฟริกาใต้ แม้ว่าการส่งออกไปยังนามิเบียจะหดตัว แต่ปริมาณการส่งออกข้าวไปยังไม่มากนัก ส่วนประเทศอื่นๆในแถบแอฟริกาใต้คือ บอสวานา เลโซโท และสวาซิแลนด์ยังไม่มีการนำเข้าข้าวจากไทย ประเภทข้าวที่ส่งออกไปยังประเทศแถบแอฟริกาใต้ คือ ข้าวหนึ่ง และข้าวขาว ประเด็นที่น่าสนใจคือ การส่งออกข้าวขาวไปยังประเทศในแถบนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือ ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 การส่งออกข้าวขาวของไทยขยายตัวถึง 15.8 เท่าตัว แม้ว่าปัจจุบันปริมาณการส่งออกข้าวขาวไปยังประเทศแถบนี้ยังไม่มากเท่ากับข้าวหนึ่ง แต่ก็นับว่าเป็นแนวโน้มการขยายตัวของตลาดข้าวขาวที่น่าจับตามอง นอกจากนี้โอกาสในการขยายตลาดข้าวหอมมะลิในตลาดแถบนี้ก็ยังเปิดกว้างทั้งความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนในประเทศแถบนี้ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแถบนี้

แอฟริกากลาง ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังประเทศกลุ่มแอฟริกากลางเท่ากับ 126.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 5.8 โดยเฉพาะการลดการนำเข้าของประเทศแคเมอรูน อังโกลา และกาบอง อย่างไรก็ตาม ประเทศในกลุ่มแอฟริกากลางนี้ที่ยังเพิ่มการนำเข้าข้าวจากไทย คือ คองโก(ร้อยละ 35.9) และอิเควทอเรียกินี(13.4 เท่าตัว) ประเภทข้าวที่ไทยส่งออกไปยังประเทศแถบแอฟริกากลางส่วนใหญ่จะเป็นข้าวขาว ข้าวหอมมะลิ และข้าวหนึ่ง นับว่าเป็นตลาดส่งออกข้าวขาว และข้าวหอมมะลิที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกข้าวของไทยในอนาคต

แอฟริกาตะวันออก ประเทศในกลุ่มแอฟริกาตะวันออกมีอยู่ด้วยกันถึง 19 ประเทศ ซึ่งถือว่ามากที่สุดในกลุ่มประเทศในเขตต่างๆของแอฟริกา ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังประเทศกลุ่มแอฟริกาตะวันออกเท่ากับ 89.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวร้อยละ 19.0 เนื่องจากประเทศโมซัมบิก ซึ่งเป็นประเทศที่นำเข้าข้าวจากไทยมากที่สุดลดการนำเข้า อย่างไรก็ตาม ประเทศในกลุ่มแอฟริกาตะวันออกที่ยังเพิ่มการนำเข้าข้าวจากไทย คือ จูบิ(3.8 เท่าตัว) คอโมโรส(1.8 เท่าตัว) และเคนยา(1.8 เท่าตัว) แม้ว่าในปัจจุบัน

ประเทศเหล่านี้ยังมีปริมาณการนำเข้าข้าวจากไทยไม่มากนัก แต่อัตราการขยายตัวของการนำเข้าข้าวแล้วยังเป็นโอกาสของผู้ส่งออกข้าวของไทยในการเจาะขยายตลาดเพิ่มขึ้น ประเด็นที่น่าสนใจของกลุ่มประเทศแอฟริกาตะวันออก คือ อัตราการขยายตัวของข้าวขาวเกรดต่ำ(ข้าวขาวต่ำว่า 35%)มีอัตราการขยายตัวในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 ถึง 232.5 เท่าตัว ส่วนข้าวหนึ่งก็มีอัตราการขยายตัวถึง 1.1 เท่าตัว

แอฟริกาเหนือ ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 มูลค่าการส่งออกข้าวไปยังประเทศกลุ่มแอฟริกาเหนือเท่ากับ 12.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วหดตัวถึงร้อยละ 79.9 ซึ่งกลุ่มประเทศแถบแอฟริกาเหนือ นั้น ผู้ส่งออกข้าวของไทยเข้าไปเจาะขยายตลาดค่อนข้างน้อย และเป็นตลาดข้าวที่ในปี 2552 มีอัตราการหดตัวมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศแอฟริกาในเขตอื่นๆ อันเป็นผลมาจากการลดการนำเข้าข้าวของประเทศลิเบีย และแอลจีเรีย ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้าข้าวสำคัญของกลุ่มประเทศแอฟริกาเหนือ อย่างไรก็ตาม ประเทศในกลุ่มแอฟริกาเหนือที่เป็นความหวังในการขยายตลาดข้าวของไทย คือ ตูนิเซีย(อัตราการขยายตัว 2.6 เท่าตัว) และอียิปต์(ร้อยละ 75.9) ประเภทของข้าวที่ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศแอฟริกาเหนือส่วนใหญ่เป็นข้าวหนึ่ง และมีข้าวขาวไม่มากนัก ประเด็นที่น่าสนใจคือ ข้าวหอมมะลิของไทยเริ่มเป็นที่นิยมในตลาดแถบนี้ ซึ่งผู้ส่งออกข้าวของไทยน่าจะเข้าไปศึกษาตลาดเพื่อเจาะขยายตลาดข้าวหอมมะลิในอนาคต

แม้ว่าการส่งออกข้าวในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2552 เผชิญกับภาวะยากลำบาก เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงจากเวียดนาม ซึ่งเวียดนามสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดข้าวจากไทยไปได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะตลาดข้าวขาว อันเป็นผลมาจากราคาข้าวของเวียดนามต่ำกว่าไทยเฉลี่ยต้นละ 130-140 ดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนการส่งออกข้าวหนึ่งก็มีแนวโน้มหดตัวเช่นกัน โดยประเทศผู้นำเข้า โดยเฉพาะประเทศในแถบแอฟริกาต่างรอข้าวหนึ่งของอินเดียที่ราคาถูกกว่าข้าวหนึ่งไทยประมาณ 60 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อตัน อย่างไรก็ตาม หลังจากที่อินเดียประกาศงดส่งออกข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัสมาติต่อไปในเดือนกันยายน 2552 ทำให้ประเทศผู้นำเข้าในแถบแอฟริกาต่างหันมานำเข้าข้าวหนึ่งจากไทย นอกจากนี้ คาดการณ์ว่าการเปลี่ยนแปลงมาตรการแทรกแซงตลาดของรัฐบาลจากมาตรการรับจำนำมาเป็นมาตรการประกันราคา ส่งผลให้ราคาข้าวส่งออกของไทยจะสามารถแข่งขันกับเวียดนามได้ดีขึ้น ดังนั้น การส่งออกข้าวของไทยในช่วงที่เหลือของปี 2552 ต่อเนื่องถึงกลางปี 2553 น่าจะมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้น โดยข้าวหนึ่งจะมีเป็นพระเอกในการส่งออกแทนข้าวขาว รวมทั้ง คาดการณ์ว่าไทยมีโอกาสขยายตลาดส่งออกข้าวเหนียวไปยังตลาดจีนเพิ่มขึ้น การส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดในทวีปแอฟริกามีโอกาสขยายตัวอย่างมาก โดยเฉพาะการขยายตลาดข้าวหนึ่งเข้าไปแทนที่อินเดียที่ประกาศงดส่งออกข้าวขาว(ข้าวที่ไม่ใช่ข้าวบัสมาติ) โดยเฉพาะในช่วงที่เหลือของปี 2552 ไปจนถึงกลางปีหน้า อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ต้องกังวลคือ การแข่งขันจากเวียดนาม ถ้าเวียดนาม

หันมาเจาะขยายตลาดทวีปแอฟริกาเช่นกัน นอกจากนี้ การที่ปริมาณการผลิตข้าวของอินเดียลดลงมากเป็นประวัติการณ์นั้น ส่งผลให้ข้าวบัสมาติที่อินเดียยังส่งออกนั้นมีราคาอยู่ในเกณฑ์สูง จึงเป็นโอกาสของการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังตลาดในแอฟริกาที่เคยนำเข้าข้าวบัสมาติจากอินเดีย ส่วนการส่งออกปลายข้าวไปยังแอฟริกาก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ ผู้ส่งออกข้าวของไทยยังมีโอกาสในการขยายการส่งออกปลายข้าว ซึ่งตลาดปลายข้าวนี้ ไทยไม่ต้องเผชิญการแข่งขันกับเวียดนาม เนื่องจากในแต่ละปี เวียดนามส่งออกปลายข้าวนี้ น้อยมาก

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกาแล้วจะเห็นว่าผู้ส่งออกข้าวของไทยยังมีโอกาสในการเจาะขยายตลาดข้าวได้อีกมาก แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ส่งออกข้าวต้องเข้าไปศึกษาพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข้าวของแต่ละประเทศ ซึ่งจะทำให้โอกาสในการประสบความสำเร็จในการเจาะขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดยในปี 2553 จีนมีการจัดงานเซี่ยงไฮ้เอ็กซ์โปในเดือนพฤษภาคม และงานเอเชียนเกมส์ในเดือนพฤศจิกายน รวมทั้งรัฐบาลจีนประกาศให้ปี 2553 เป็นปีทองเที่ยวจีน นอกจากนี้ ปัจจัยที่ยังต้องกังวลในการขยายตลาดข้าวนี้ คือ โรงสีข้าวของไทยต่างเร่งขยายกำลังการผลิตข้าวนี้ ทำให้เกรงว่าในอนาคตจะเกิดปัญหาข้าวนี้ล้นตลาด ถ้าในช่วงกลางปี 2553 อินเดียกลับมาส่งออกข้าวนี้ได้อีกครั้ง รวมทั้ง เวียดนามและจีนเริ่มหันมาขยายการผลิตข้าวนี้เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตข้าวนี้ทั้งหมดนั้นพึ่งพิงตลาดส่งออก และการขยายตลาดข้าวนี้คุณภาพดีเพื่อการส่งออกไปยังตลาดยุโรปนั้นก็ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่วนข้าวหอมมะลินั้น ยังต้องติดตามข้าวพันธุ์ใหม่ของสหรัฐฯคือ แจสมาน (JAZZMAN) ที่คิดค้นมาเพื่อแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทย แม้ว่าข้าวแจสมานของสหรัฐฯ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการค้นคว้าและวิจัย ผลผลิตยังมีน้อยและยังไม่ออกสู่ตลาด แต่สิ่งที่ผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยต้องติดตามลักษณะของเมล็ด กลิ่น คุณภาพความเนียนนุ่มหลังหุงเสร็จว่าใกล้เคียงกับข้าวหอมมะลิของไทยหรือไม่ รวมถึงราคาจัดจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อประเมินสถานการณ์การแข่งขันของข้าวหอมมะลิของไทยในอนาคต เนื่องจากปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ที่อยู่ในเกณฑ์สูง ทำให้มีแนวโน้มเป็นไปได้ว่าราคาจำหน่ายจะต่ำกว่าข้าวหอมมะลิของไทย ซึ่งจะส่งผลในการแข่งขันในตลาดข้าวหอมในอนาคต

ปัญหาและอุปสรรคการส่งออกข้าวของไทย

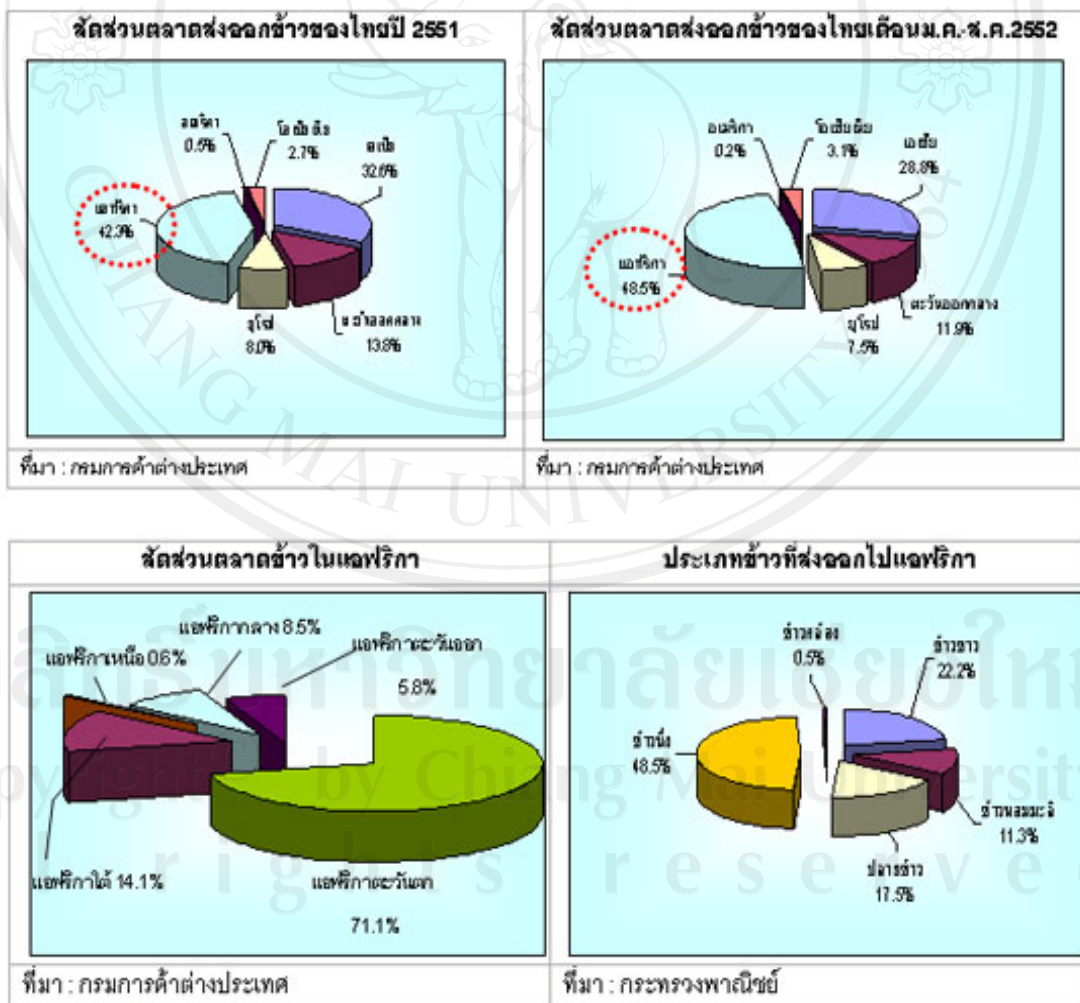
- 1) ขาดความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคาจากการที่ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศคู่แข่ง
- 2) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการภาษี (Tariff barrier) และมาตรการที่มิใช่ภาษี (non-tariff barrier) ในรูปแบบต่าง ๆ

3) การแข่งขันการส่งออกข้าวกับประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำต้องแข่งขันกับประเทศเวียดนามและปากีสถานที่มีราคาส่งออกต่ำกว่าข้าวของไทย

4) ประเทศผู้ซื้อที่ประสบปัญหาทางการเงิน ต้องการซื้อข้าวในรูปของสินเชื่อ จึงเกิดความเสี่ยงในการชำระเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ในขณะที่บางประเทศต้องอาศัยการซื้อขายผ่านนายหน้าผู้ค้าระหว่างประเทศ (Brokers)

5) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้ประเทศผู้นำเข้าต่างๆ หันไปสั่งซื้อข้าวคุณภาพเกรดรองลงมาซึ่งมีราคาต่ำแทน

รูปที่ 4.1 สัดส่วนการส่งออกข้าวไทย สัดส่วนตลาดส่งออกข้าวไทย สัดส่วนตลาดข้าวในแอฟริกา และประเภทข้าวที่ส่งไปแอฟริกา



ที่มา : กรมการค้าต่างประเทศ , กระทรวงพาณิชย์ 2553

4.2 การวิเคราะห์การส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญไปยังภูมิภาคแอฟริกา

1) การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

จากการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2551 ในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ เวียดนาม อินเดีย จีน ปากีสถาน อเมริกา และบราซิล เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย RCA จะเห็นว่าประเทศเวียดนามมีค่าเฉลี่ย RCA ในการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาสูงสุดเท่ากับ 59.08 ส่วนประเทศไทยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 35.70 ซึ่งสูงเป็นอันดับสองรองจากเวียดนาม และอันดับสามคือปากีสถานมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 30.55 เมื่อพิจารณาค่า RCA รายปีก็พบว่าประเทศเวียดนามมีค่า RCA สูงสุดในแต่ละปีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ประเทศไทยก็ยังคงมีค่า RCA ในแต่ละปีสูงเป็นอันดับสองยกเว้นในปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2550 ประเทศปากีสถานมีค่า RCA มากกว่าประเทศไทย

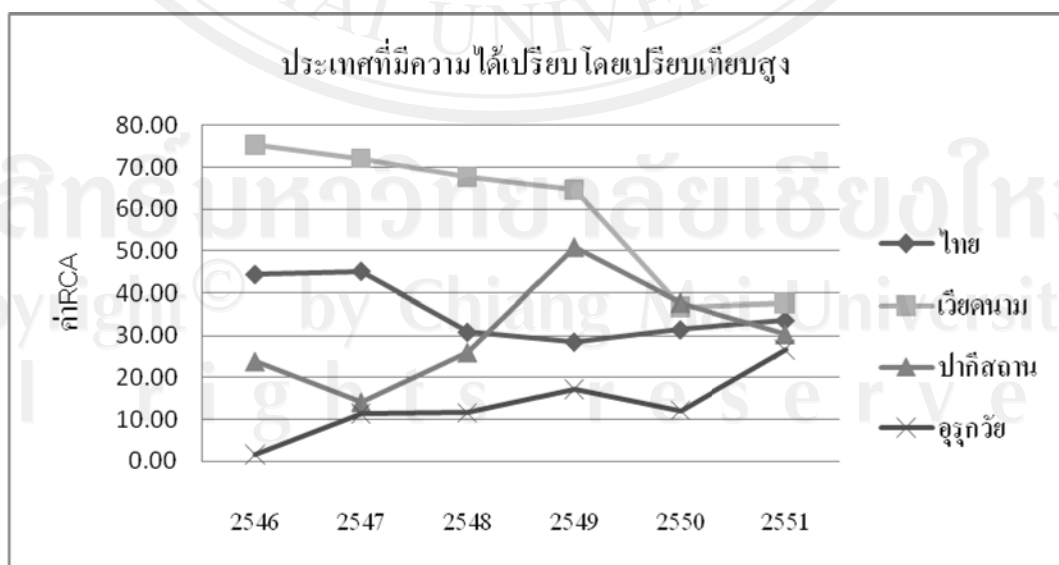
ประเทศที่ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อย เมื่อพิจารณาจากค่า RCA เฉลี่ย ได้แก่ ประเทศจีนซึ่งมีค่า RCA เฉลี่ยต่ำ เพียง 1.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายปีพบว่า มีเพียงปีพ.ศ. 2546 เท่านั้นที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงพ.ศ. 2551 ประเทศจีนไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาเลย ประเทศสหรัฐอเมริกาและบราซิล มีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 0.76 และ 0.92 ตามลำดับ นั่นคือทั้งสหรัฐอเมริกาและบราซิลไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่หากพิจารณาเป็นรายปีจะพบว่าสหรัฐอเมริกามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาในปี พ.ศ. 2546 เพียงปีเดียว ส่วนประเทศบราซิลมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2550 และปีพ.ศ. 2551

ตารางที่ 4.1 ค่า RCA การส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	2551	เฉลี่ย
ไทย	44.40	45.13	30.91	28.60	31.51	33.67	35.70
เวียดนาม	75.43	72.12	67.67	64.65	36.83	37.79	59.08
อินเดีย	11.93	5.65	7.19	7.10	7.37	1.59	6.80
จีน	3.85	0.96	0.34	0.58	0.35	0.22	1.05
ปากีสถาน	23.89	14.19	26.04	50.92	37.88	30.40	30.55
อเมริกา	1.12	0.84	0.50	0.93	0.68	0.51	0.76
บราซิล	0.06	0.14	0.89	0.85	1.93	1.65	0.92
อูรุกวัย	1.60	11.43	11.63	17.33	12.17	26.78	13.49

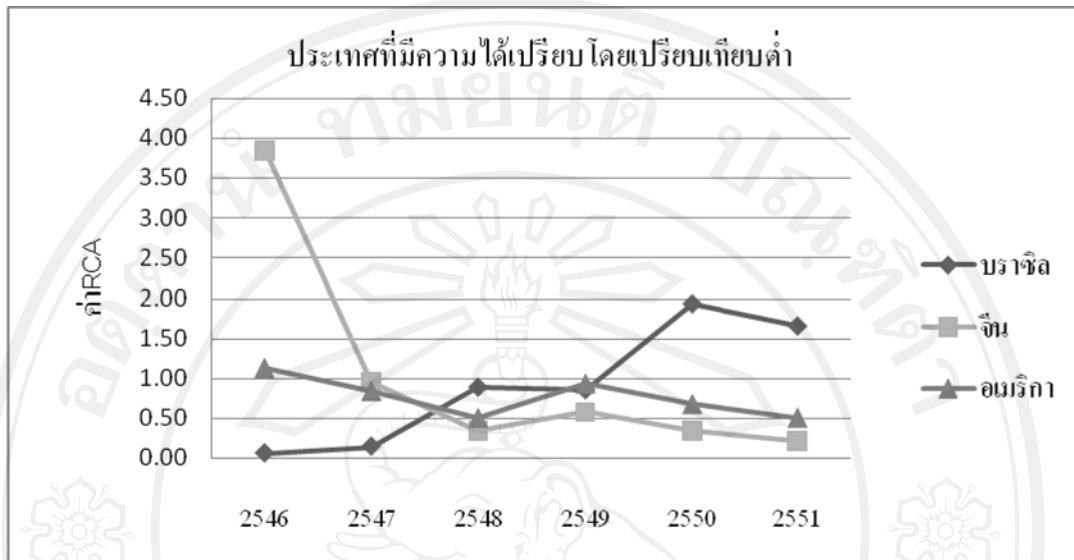
ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของ International Trade Center(ITC)

รูปที่ 4.2 ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาของกลุ่มประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูง



ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

รูปที่ 4.3 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาของกลุ่มประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำและไม่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ



ที่มา : จำนวนจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

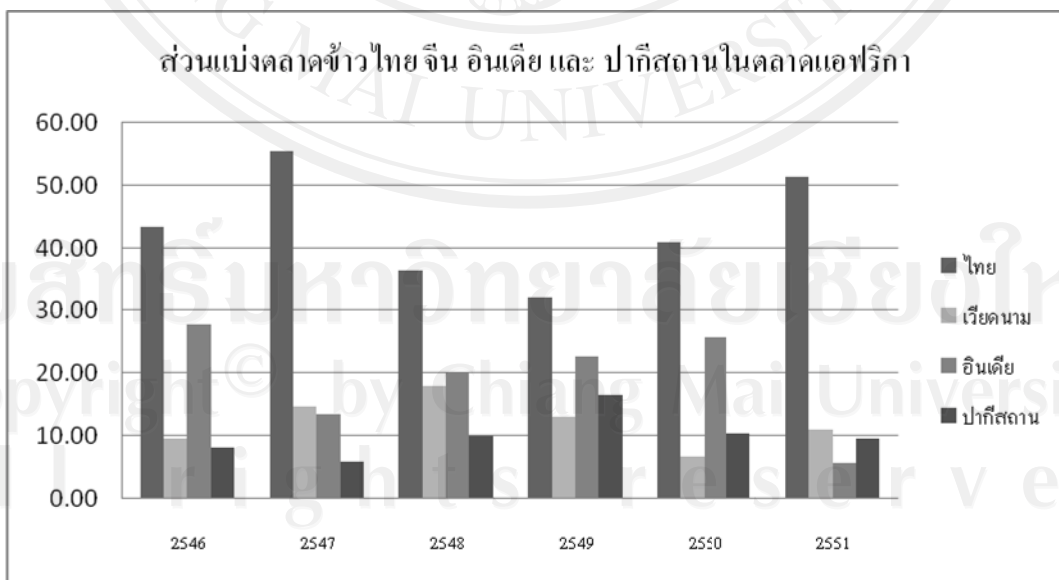
จากการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดในแต่ละปีพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2551 มีช่วงที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลงบ้างในปี 2548 ถึง ปี 2550 แต่ก็เพิ่มขึ้นในปี 2551 และยังคงครองตลาดเป็นอันดับหนึ่งในช่วง 6 ปีนี้ ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างสูงรองจากประเทศไทยคือ ประเทศอินเดีย แต่ในปีพ.ศ. 2551 ประเทศอินเดียมีส่วนแบ่งตลาดตกต่ำลงอย่างรวดเร็ว ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย แต่หลังจากนั้นก็ตกต่ำลงและตกต่ำอย่างคงที่มาจนถึงปีพ.ศ. 2551 ส่วนประเทศบราซิลและอุรุกวัยนั้นจะเห็นว่ามีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างน้อยแต่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประเทศเวียดนามซึ่งเป็นผู้แข่งการส่งออกข้าวที่สำคัญของประเทศไทยกลับมีส่วนแบ่งตลาดที่ไม่ค่อยสูงเท่าไรนักเมื่อเทียบกับประเทศไทย เมื่อพิจารณาในปี 2551 พบว่าส่วนใหญ่แต่ละประเทศจะมีส่วนแบ่งตลาดลดลงเนื่องจากมูลค่าข้าวส่งออกของโลกไปยังภูมิภาคแอฟริกามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มีเพียงไทย เวียดนาม และอุรุกวัยเท่านั้นที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น นั่นแสดงว่าทั้งสามประเทศนี้จะต้องมีมูลค่าการส่งออกและอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นค่อนข้างมากจึงสามารถมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้

ตารางที่ 4.2 ส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดแอฟริกา (ร้อยละ)

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	2551
ไทย	43.46	55.42	36.44	32.16	40.95	51.40
เวียดนาม	9.71	14.81	18.11	13.12	6.78	11.13
อินเดีย	27.86	13.42	20.21	22.68	25.77	5.64
จีน	23.95	6.52	2.68	5.19	3.66	2.54
ปากีสถาน	8.15	5.94	9.97	16.51	10.48	9.63
อเมริกา	9.30	6.45	4.00	7.42	5.45	2.86
บราซิล	0.10	0.30	2.21	2.15	4.66	3.88
อูรุกวัย	0.07	0.41	0.64	1.10	0.62	1.52

ที่มา : จำนวนจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

รูปที่ 4.4 ส่วนแบ่งตลาดข้าวของประเทศไทย จีน และอินเดีย ในตลาดแอฟริกา (ร้อยละ)



ที่มา : จำนวนจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

3) การพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด

พิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2546 ถึง 2551 พบว่า

ไทย สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากนั่นคือมีความสามารถในการแข่งขันมาก และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้นเนื่องจากมีค่า RCA และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยมีค่ามาก

เวียดนาม มีค่า RCA เฉลี่ยสูงแต่มีส่วนแบ่งตลาดที่ไม่ค่อยสูงเท่าไรนัก แสดงว่าครองส่วนแบ่งตลาดได้ไม่มากแต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้นเพราะการที่เวียดนามมีค่า RCA มากนั้นแสดงถึงว่าเวียดนามมีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าว

อินเดีย มีค่า RCA เฉลี่ยค่อนข้างน้อยแต่มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างสูงแสดงว่าอินเดียมีความสามารถในการแข่งขันทรงตัวถึงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

จีน มีค่า RCA และส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างน้อยทั้งคู่ แสดงว่าจีนมีความสามารถในการแข่งขันทรงตัว

ปากีสถาน มีค่า RCA สูง แต่ส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างน้อย นั่นคือปากีสถานมีความสามารถในการแข่งขันและครองตลาดได้ไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น

สหรัฐอเมริกา มีค่า RCA น้อยกว่า 1 นั่นคือไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และยังมีส่วนแบ่งตลาดน้อย ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะลดลง

บราซิล มีค่า RCA น้อยกว่า 1 และมีส่วนแบ่งตลาดน้อยเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกาทำให้ความสามารถในการแข่งขันของบราซิลมีแนวโน้มที่จะลดลง

อุรุกวัย มีค่า RCA ค่อนข้างสูง แต่ส่วนแบ่งตลาดน้อย จึงมีความสามารถในการแข่งขันและครองตลาดได้ไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น

ตารางที่ 4.3 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งตลาดข้าวส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดแอฟริกา

ประเทศ		ปี						เฉลี่ย
		2546	2547	2548	2549	2550	2551	
ไทย	RCA	44.40	45.13	30.91	28.60	31.51	33.67	35.70
	MS	43.46	55.42	36.44	32.16	40.95	51.40	43.30
เวียดนาม	RCA	75.43	72.12	67.67	64.65	36.83	37.79	59.08
	MS	9.71	14.81	18.11	13.12	6.78	11.13	12.28
อินเดีย	RCA	11.93	5.65	7.19	7.10	7.37	1.59	6.80
	MS	27.86	13.42	20.21	22.68	25.77	5.64	19.26
จีน	RCA	3.85	0.96	0.34	0.58	0.35	0.22	1.05
	MS	23.95	6.52	2.68	5.19	3.66	2.54	7.42
ปากีสถาน	RCA	23.89	14.19	26.04	50.92	37.88	30.40	30.55
	MS	8.15	5.94	9.97	16.51	10.48	9.63	10.11
อเมริกา	RCA	1.12	0.84	0.50	0.93	0.68	0.51	0.76
	MS	9.30	6.45	4.00	7.42	5.45	2.86	5.91
บราซิล	RCA	0.06	0.14	0.89	0.85	1.93	1.65	0.92
	MS	0.10	0.30	2.21	2.15	4.66	3.88	2.22
อูรุกวัย	RCA	1.60	11.43	11.63	17.33	12.17	26.78	13.49
	MS	0.07	0.41	0.64	1.10	0.62	1.52	0.72

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

4) การวิเคราะห์พลวัตการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic RCA)

การพิจารณาพลวัตการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamics Revealed Comparative Advantage) เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ที่มาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการส่งออกสินค้าของประเทศผู้ส่งออก และการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการนำเข้าของภูมิภาคแอฟริกาเป็นอย่างไร ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 6 สถานการณ์ ดังรายละเอียดที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.4 สถานภาพในการส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดแอฟริกา รายปีตั้งแต่ปี 2546-2551

ประเทศ	ปี	แนวโน้มส่วนแบ่งข้าว			
		แนวโน้มค่า RCA	การส่งออกของประเทศผู้ส่งออก	การนำเข้าของภูมิภาคแอฟริกา	สถานภาพในการส่งออก
ไทย	2546-2547	1.64	31.51	29.39	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2547-2548	-31.50	-20.87	15.51	เสียโอกาส
	2548-2549	-7.50	-33.52	-28.13	ถอยนำ
	2549-2550	10.18	11.55	1.25	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2550-2551	6.85	42.85	33.69	ดาวรุ่งพุ่งแรง
เวียดนาม	2546-2547	-4.39	23.71	29.39	คว่ำไม่ทัน
	2547-2548	-6.17	8.39	15.51	คว่ำไม่ทัน
	2548-2549	-4.47	-31.34	-28.13	ถอยนำ
	2549-2550	-43.03	-42.32	1.25	เสียโอกาส
	2550-2551	2.60	37.17	33.69	ดาวรุ่งพุ่งแรง
อินเดีย	2546-2547	-52.66	-38.74	29.39	เสียโอกาส
	2547-2548	27.25	47.00	15.51	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2548-2549	-1.23	-29.01	-28.13	ถอยนำ
	2549-2550	3.88	5.17	1.25	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2550-2551	-78.45	-71.20	33.69	เสียโอกาส

ประเทศ	ปี	แนวโน้มส่วนแบ่งข้าว			
		แนวโน้มค่า	การส่งออกของ	การนำเข้าของ	สถานภาพใน
		RCA	ประเทศผู้ส่งออก	ภูมิภาคแอฟริกา	การส่งออก
จีน	2546-2547	-75.09	-67.77	29.39	เสียโอกาส
	2547-2548	-64.10	-58.53	15.51	เสียโอกาส
	2548-2549	68.08	20.80	-28.13	สวนกระแส
	2549-2550	-39.84	-39.09	1.25	เสียโอกาส
	2550-2551	-38.03	-17.15	33.69	เสียโอกาส
ปากีสถาน	2546-2547	-40.62	-23.16	29.39	เสียโอกาส
	2547-2548	83.51	111.97	15.51	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2548-2549	95.58	40.57	-28.13	สวนกระแส
	2549-2550	-25.62	-24.69	1.25	เสียโอกาส
	2550-2551	-19.73	7.31	33.69	คว่ำไม่ทัน
อเมริกา	2546-2547	-25.27	-3.30	29.39	เสียโอกาส
	2547-2548	-39.90	-30.58	15.51	เสียโอกาส
	2548-2549	84.25	32.43	-28.13	สวนกระแส
	2549-2550	-27.07	-26.16	1.25	เสียโอกาส
	2550-2551	-24.72	0.64	33.69	คว่ำไม่ทัน
บราซิล	2546-2547	144.46	216.31	29.39	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2547-2548	512.46	607.48	15.51	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2548-2549	-3.58	-30.70	-28.13	ถอยน้ำ
	2549-2550	126.46	129.28	1.25	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2550-2551	-14.46	14.36	33.69	คว่ำไม่ทัน
อุรุกวัย	2546-2547	613.24	822.87	29.39	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2547-2548	1.81	17.61	15.51	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	2548-2549	48.96	7.06	-28.13	สวนกระแส
	2549-2550	-29.75	-28.87	1.25	เสียโอกาส
	2550-2551	119.99	194.11	33.69	ดาวรุ่งพุ่งแรง

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

หากพิจารณาสถานภาพการส่งออกข้าวของไทยรายปีจะพบว่า ไทยอยู่ในสถานภาพดาวรุ่งพุ่งแรงเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อพิจารณาในช่วงปี 2546-2551 พบว่า การส่งออกข้าวไทยไปแอฟริกาตกอยู่ในสถานภาพ คว่าไม่ทัน คือแอฟริการมีแนวโน้มการนำเข้ามากขึ้น ส่วนประเทศไทยเองก็มีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยมีการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าข้าวของภูมิภาคแอฟริกา

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ อย่าง จีน อินเดีย และเวียดนามอยู่ในสภาพเสียโอกาส เนื่องจากตลาดแอฟริกามีการขยายการนำเข้า แต่ประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้กลับมีความสามารถในการส่งออกลดลง ทำให้ความได้เปรียบในการส่งออกข้าวไปยังภูมิภาคแอฟริกาลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งอื่นที่มีการส่งออกข้าวไปยังแอฟริกาอยู่ในสภาพ ดาวรุ่งพุ่งแรง ได้แก่ ปากีสถาน บราซิล อุรุกวัย นั่นคือเมื่อตลาดข้าวแอฟริกามีแนวโน้มดีขึ้น ประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้ก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นรวดเร็วกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าข้าวของภูมิภาคแอฟริกา

ตารางที่ 4.5 สถานภาพในการส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดแอฟริกา (ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2551)

ประเทศ	แนวโน้มส่วนแบ่งข้าวปี 2546-2551			
	แนวโน้มค่า RCA	การส่งออกของ ประเทศผู้ส่งออก	การนำเข้าของ ภูมิภาคแอฟริกา	สถานภาพใน การส่งออก
ไทย	-24.175393	10.253832	45.406402	คว่าไม่ทัน
เวียดนาม	-49.90483	-27.158416	45.406402	เสียโอกาส
อินเดีย	-86.681239	-80.633669	45.406402	เสียโอกาส
จีน	-94.397467	-91.853558	45.406402	เสียโอกาส
ปากีสถาน	27.243979	85.020892	45.406402	ดาวรุ่งพุ่งแรง
อเมริกา	-54.572085	-33.944904	45.406402	เสียโอกาส
บราซิล	2696.4832	3966.2656	45.406402	ดาวรุ่งพุ่งแรง
อุรุกวัย	1571.7798	2330.8748	45.406402	ดาวรุ่งพุ่งแรง

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

5) การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การวิเคราะห์ที่มาของการเจริญเติบโตของการส่งออกนั้นได้ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) เป็นตัวอธิบายว่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น หรือลดลงนั้นมีอิทธิพลมาจากปัจจัยใดบ้าง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่

1. การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดโดยรวม (Growth effect)
2. การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดสินค้าตัวที่ศึกษา หรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคสินค้า (Commodity effect)
3. การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (Competitiveness effect)

ตัวเลขที่ได้จากการคำนวณมีหน่วยเป็นร้อยละ และผลที่ได้จากการคำนวณ สามารถอธิบายว่าการเจริญเติบโตในการส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดแอฟริกา ได้รับผลจากปัจจัยตัวใดบ้างและมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร โดยมีผลการศึกษาแบ่งตามประเทศดังนี้

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่ทำให้การส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งไปยังภูมิภาคแอฟริกามีการขยายตัว

ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
ไทย	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 44.21)
	2547-2548	มีการขยายตัวลดลงเนื่องมาจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -46.87)
	2548-2549	มีการขยายตัวลดลงเนื่องมาจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -10.44 , Commodity Effect = -34.83)
	2549-2550	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 33.20)

ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 41.52)
เวียดนาม	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 84.39)
	2547-2548	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 30.49)
	2548-2549	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -24.51 , Commodity Effect = -34.83)
	2549-2550	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -58.73)
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 104.34)
อินเดีย	2546-2547	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -83.25)
	2547-2548	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 69.22)

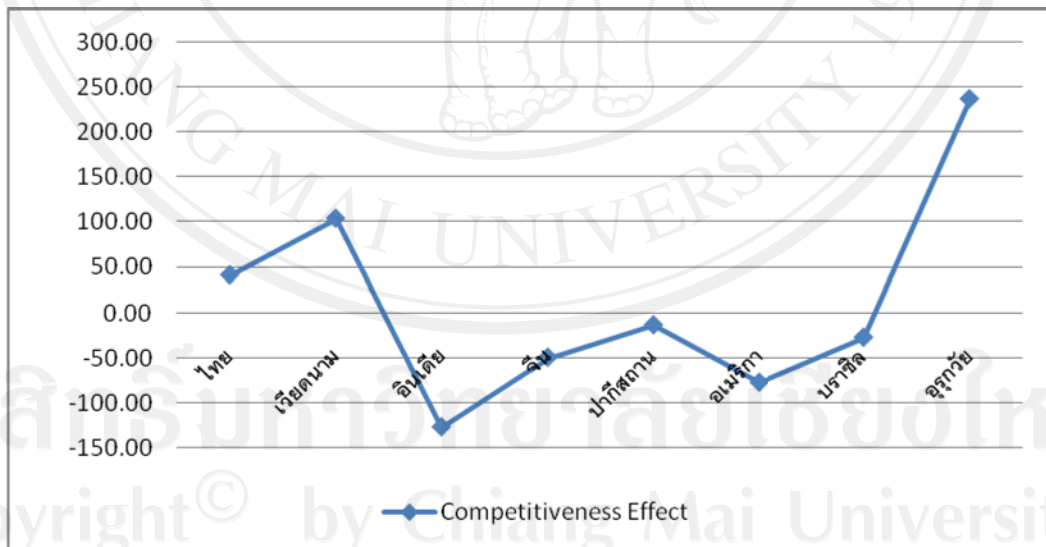
ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
อินเดีย	2548-2549	มีการขยายตัวลดลงเนื่องมาจากปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคมีค่าเป็นลบ (Commodity Effect -34.83)
	2549-2550	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวมเป็นสำคัญ (Growth Effect = 20.08)
	2550-2551	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect =-127.10)
จีน	2546-2547	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -116.91)
	2547-2548	มีการขยายตัวลดลงเนื่องมาจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -80.26)
	2548-2549	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 83.63)
	2549-2550	มีการขยายตัวลดลงเนื่องมาจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -35.93)
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Commodity Effect = 41.01)
ปากีสถาน	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดจีนโดยรวม และมี ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Commodity Effect = 41.01)

ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
ปากีสถาน	2547-2548	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 93.04)
	2548-2549	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 58.28)
	2549-2550	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect =-44.36)
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Commodity Effect = 41.01)
สหรัฐอเมริกา	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Commodity Effect = 36.48)
	2547-2548	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect =-51.82)
	2548-2549	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 75.91)
	2549-2550	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect =-32.22)
	2550-2551	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect =-77.39)

ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
บราซิล	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 308.85)
	2547-2548	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ(Competitiveness Effect = 859.45)
	2548-2549	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคและปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Commodity Effect = -34.83 ,Competitiveness effect = -2.58)
	2549-2550	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 142.21)
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกาโดยรวม และมีปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Commodity Effect = 41.01)
อุรุกวัย	2546-2547	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 832.09)
	2547-2548	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 77.91)

ประเทศ	ปี	ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออก
อูรุกวัย	2548-2549	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยการขยายตัวของตลาดแอฟริกา โดยรวม และมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 64.76)
	2549-2550	มีการขยายตัวลดลงเนื่องจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ (Competitiveness effect = -53.23)
	2550-2551	มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน โดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ (Competitiveness Effect = 832.09)

รูปที่ 4.5 ที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออกด้านปัจจัยความสามารถในการแข่งขันของไทยและประเทศคู่แข่งในปี 2550-2551



ที่มา : จำนวนจากข้อมูลของ International Trade Center (ITC)

พิจารณาในปี 2551 จะเห็นว่า ปัจจัยทางด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เพิ่มขึ้นแต่น้อยกว่า เวียดนาม และอูรุกวัย ส่วนประเทศผู้แข่งขันอื่น ๆ มีปัจจัยทางด้านความสามารถในการแข่งขันลดลง