

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
อุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2562

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
อุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

ธนกานต์ แก้วสลด

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2562

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร
ของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

รณกานต์ แก้วสลด

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา


..... ประธานกรรมการ
(ดร.ศันสนา สิริตาม)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภู่ นิมนันท์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภู่ นิมนันท์)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ)

2 กันยายน 2562

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภู นิมนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำในการค้นคว้า ตลอดจน ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.สันสนา สิริตาม ประธานคณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภู นิมนันท์ คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่า ช่วยตรวจสอบรูปเล่มหลังการสอบ และแนะนำการค้นคว้าแบบอิสระให้ถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคณาจารย์ผู้ร่วมสอนจากสถาบันต่างๆ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้ศึกษาอย่างประมาทค่ามิได้ ตลอดจนบุคลากร และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ซึ่งได้ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และประสานงานด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณ คุณแม่ ครอบครัว และคุณวราณี เหมือนหม้อ ที่คอยสนับสนุน และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียน ที่คอยช่วยเหลือในด้านการเรียนตลอดมา ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องที่มีได้เอื้อนามในความช่วยเหลือ มิตรภาพ และกำลังใจ ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และหวังว่ารายงานการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ธนกานต์ แก้วสลด

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
อุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

ผู้เขียน นายธนกานต์ แก้วสลด

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภู่ นิมนันท์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลจากของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามได้แก่ ประเทศไทย ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเวียดนาม ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา ประเทศบรูไน ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ ที่ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเช่นกัน โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – 2560 ของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 10 รายการแรกของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2560 อันได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง สิ่งปรุงรสอาหาร ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ผักกระป๋องและผักแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าว โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานได้แก่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรเกือบทั้ง 10 รายการดังกล่าว ยกเว้นไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ที่ยังมีความเสียเปรียบโดยเฉพาะกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ที่เป็นสมาชิกกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม เมื่อเปรียบเทียบกันในการส่งออกสินค้าออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดอาเซียนบวกสามมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามได้แก่ น้ำตาลทราย (27.03%) และสิ่งปรุงรสอาหาร (10.92%) สินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่ม

สมาชิกอาเซียนบวกสามได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (28.59%) ผลไม้กระป๋อง (7.27%) เครื่องดื่ม (9.56%) อาหารสัตว์เลี้ยง (4.37%) ผักกระป๋องและแปรรูป (16.79%) และผลิตภัณฑ์ข้าว (4.73%) และสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร แต่สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้เป็นอันดับที่ 3 ได้แก่ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดที่เปรียบเทียบกันเฉพาะประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – 2560 พบว่าสามารถแบ่งสินค้าตามศักยภาพในการในการแข่งขันจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีการส่งเสริมการผลิตและการส่งออก ประกอบด้วย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปฐurst อาหาร ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋อง กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง ที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีนโยบายให้คงระดับการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดหรือลดทอนการผลิตในกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าว และ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเสียเปรียบในการส่งออก ที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีนโยบายลดทอนการผลิตและส่งออกไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม กรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย สินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Comparative Advantage Analysis of Exporting Thai Agricultural Products to ASEAN Plus Three Countries

Author Mr. Thanakran Kaewsalud

Degree Master of Business Administration

Advisor Asst.Prof.Dr. Khongphu Nimanandh

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate and explore the comparative advantage analysis on the export of Thai agro-industrial products. Data of this study based upon the secondary source of information in concentration of the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Market Share Index of the top ten Thai agro-industrial products with the highest export value in B.E. 2555-2560 as obtained from the ASEAN Plus Three countries that exported its agro-industrial products to ASEAN Plus Three countries i.e. Thailand, Myanmar, Malaysia, Indonesia, the Philippines, Singapore, Vietnam, Laos PDR., Cambodia, Brunei Darussalam, P.R. China, Japan, and South Korea. The top ten Thai agro-industrial products included canned and processing seafood, sugar, canned fruit, wheat and other instant food products, beverage, pet food, seasoning products, vegetable oils and animal fat, canned and processing vegetables, and rice products. All data collected were, then, analyzed by the basic statistics namely percentage and mean.

The findings presented that the almost all 10 mentioned export agro-industrial products of Thailand got advantages over other countries, except for the products listed in the vegetable oils and animal fat category, which was found at disadvantage of the ASEAN Plus Three countries: Indonesia, Cambodia, the Philippines, and Vietnam, in particular. Regarding the comparative study on export products to the ASEAN Plus Three countries, the results revealed that sugar (at 27.03%) and seasoning products (at 10.92%) took the largest market share among ASEAN Plus Three countries; while canned and processing seafood (at 28.59%), canned fruit (at 7.27%), beverage (at 9.56%), pet

food (at 4.37%), canned and processing vegetables (at 16.79%), and rice products (at 4.73%) ranked second. Though wheat and other instant food products got advantage in being export agro-industrial products, it was dropped in the third place of market share.

Regarding the analysis on Revealed Comparative Advantage (RCA) and Market Share Index among the ASEAN Plus Three countries that Thailand exported the agro-industrial products to during B.E. 2555-2560, the findings presented that based upon the RCA and Market Share Index, the studied products could be re-categorized into 3 following groups according to level of competitive potential. The group of products with high level of competitive potential which were worthwhile to receive production and export supports from the government included canned and processing seafood, canned and processing vegetables, wheat and instant food products, beverage, sugar, and canned fruit. The group of products with moderate level of competitive potential which required the government to launch a policy either to sustain its production level to secure market share or lessen its production level when there was any other product with higher level of competitive potential included pet food and rice products. The products with low level of competitive potential which were considered as products with export disadvantage and the government should launch a policy to lessen its production and export to the ASEAN Plus Three countries when there was any other product with higher level of competitive potential included vegetable oils and animal fat.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ณ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประวัติความเป็นมา/เหตุปัจจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.1.1 การค้าระหว่างประเทศ (International Trade)	4
2.1.2 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์-โอลิน (Hechscher-Ohlin Trade Theory)	4
2.1.3 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Principle of Comparative Advantage)	5
2.1.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index)	6
2.1.5 ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)	7
2.1.6 อาเซียนบวกสาม (ASEAN+3)	7
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	11
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	11
3.2 วิธีการศึกษา	12
3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
3.2.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศอาเซียน บวกสาม	14
4.2 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	17
4.3 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าน้ำตาลทราย	21
4.4 ผลการศึกษาการส่งออกผักกระป๋องและผักแปรรูป	25
4.5 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าสิ่งปรุงรสอาหาร	29
4.6 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าเครื่องดื่ม	33
4.7 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	37
4.8 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง	41
4.9 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว	46
4.10 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง	50
4.11 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	54
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	58
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	65
5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา	67
5.4 ข้อเสนอแนะ	71
5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา	73
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อมูลการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังประเทศใน กลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม	80
ภาคผนวก ข แสดงการคำนวณค่า RCA	95
ภาคผนวก ค แสดงการคำนวณค่า Market Share	98
ประวัติผู้เขียน	100

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 10 อันดับ ในปี 2560	11
2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยของ RCA	15
3 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	16
4 ค่า RCA ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	17
5 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	19
6 ค่า RCA ของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	21
7 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	23
8 ค่า RCA ของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	25
9 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	27
10 ค่า RCA ของสิ่งปฐรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	29
11 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของสิ่งปฐรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	31
12 ค่า RCA ของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	33
13 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	35
14 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	37

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
15	ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	39
16	ค่า RCA ของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียง ตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	41
17	ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	44
18	ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียง ตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	46
19	ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	48
20	ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	50
21	ค่าส่วนแบ่งการตลาดของอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	52
22	ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA	54
23	ค่าส่วนแบ่งการตลาดของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	56

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กราฟแสดงค่า RCA ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	18
2 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	20
3 กราฟแสดงค่า RCA ของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	23
4 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	25
5 กราฟแสดงค่า RCA ของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	27
6 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	29
7 กราฟแสดงค่า RCA ของสิ่งปฐurstอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	31
8 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของสิ่งปฐurstอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	33
9 กราฟแสดงค่า RCA ของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	35
10 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	37
11 กราฟแสดงค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	39
12 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	41
13 กราฟแสดงค่า RCA ของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	43
14 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	45
15 กราฟแสดงค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	48
16 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	49

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
17	กราฟแสดงค่า RCA ของอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	51
18	กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของอาหารสัตว์เลี้ยงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	53
19	กราฟแสดงค่า RCA ของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	55
20	กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560	57



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมา/เหตุปัจจัย

ปัจจุบันธุรกิจการส่งออกสินค้าของประเทศไทยนั้น ในปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกเติบโตขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้น 9.9% สูงสุดในรอบ 6 ปี เป็นผลจากการส่งออกทุกตลาดขยายตัว โดยเฉพาะตลาดอาเซียน และ CLMV ขณะที่ตลาดส่งออกหลัก เช่น สหรัฐ ญี่ปุ่น ยุโรป และจีน ขยายตัว 8.3% (กระทรวงพาณิชย์, 2562) โดยมูลค่าการส่งออกทั้งปี 2560 มีมูลค่า 236,694 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 51.84 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราในการขยายตัวที่อยู่ในระดับสูง จึงนับว่าการส่งออกสินค้าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการและประเทศชาติ เนื่องจากการส่งออกสินค้าเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีรายได้และถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ โดยที่สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 แบ่งตามหมวดหมู่สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ สินค้าอุตสาหกรรมมีมูลค่า 180,901.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือสินค้าเกษตรกรรมมีมูลค่า 22,737.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมีมูลค่า 16,191.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)

อุตสาหกรรมการเกษตรเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรเป็นแหล่งรองรับแรงงานส่วนใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมและเสริมสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนเกษตรกรและชุมชนในชนบท และเนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูง ซึ่งสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้ปีละไม่ต่ำกว่า 15,394.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6.5 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดในปี 2560 (สถิติการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2562)

กรอบความร่วมมืออาเซียน +3 ประกอบด้วยสมาชิก 13 ชาติ คือ 10 ชาติสมาชิกอาเซียน รวมกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งมีประชากรรวมทั้งสิ้นกว่า 2,000 ล้านคน หรือหนึ่งในสามของประชากรโลก แต่เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เข้าด้วยกัน จะทำให้มีมูลค่าถึง 9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 16 ของจีดีพีโลก ขณะที่ยอดเงินสำรองต่างประเทศรวมกันจะสูงถึง 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐซึ่งมากกว่ากึ่งหนึ่งของเงินสำรองต่างประเทศของโลก โดยตัวเลขทาง

เศรษฐกิจเหล่านี้ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าอาเซียน+3 จะมีบทบาทเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต (ประชาคมอาเซียน, 2562) สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรในการส่งออกของไทยไปยังอาเซียนบวกสาม แม้ว่าจะมีสัดส่วนน้อยแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะการที่ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นจะทำให้เพิ่มความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมากขึ้น โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรในปี พ.ศ. 2560 ขยายตัวร้อยละ 9.90 สินค้าที่ส่งออกขยายตัวได้ ได้แก่ ข้าวร้อยละ 36.37 ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ร้อยละ 84.69 อาหารสัตว์เลี้ยงร้อยละ 11.77 สิ่งปรุงรสอาหารร้อยละ 10.58 อาหารทะเลแช่แข็งกระป๋องแปรรูปร้อยละ 3.87 ในขณะที่ตลาดส่งออกไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสามก็ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เช่น ตลาดจีนร้อยละ 14.8 ตลาดญี่ปุ่นร้อยละ 9.86 ตลาดอาเซียนร้อยละ 27.10 และ ตลาด CLMV ร้อยละ 13.8 เป็นต้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2562)

สำหรับประเทศไทย การจัดตั้งอาเซียนบวกสามจะเป็นผลดีต่อไทย เพราะอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีความใกล้ชิดกับไทยมากที่สุด ประกอบกับที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทยเอื้ออำนวยให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค และที่ผ่านมอาเซียนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะทวีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในด้านการส่งออกก็มีปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของไทยไปอาเซียน ได้แก่ การลดภาษี ที่ทำให้อัตราภาษีเหลือต่ำมากเกือบเป็น 0% ทำให้สินค้าส่งออกของไทยมีศักยภาพในตลาดอาเซียนมากขึ้น สามารถแข่งขันกับสินค้าจากนอกอาเซียนได้ เนื่องจากราคาที่ต่ำลง (ประชาคมอาเซียน, 2562)

จะเห็นได้ว่าภาวะเศรษฐกิจโลกในขณะนี้ ที่มีปัญหาทั้งเศรษฐกิจคู่ค้าและปัญหาสงครามการค้าของโลก ที่ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเกือบทุกตลาด ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสาม เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่รัฐบาลสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนและนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม รวมไปถึงผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเลือกลงทุนด้านส่งออก สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสาม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.3.1 ทราบสถานการณ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

1.3.2 ทราบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสาม

1.4 นิยามศัพท์

สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร หมายถึงสินค้าอุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไปเป็นเครื่องอุปโภคและบริโภค ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอาง และอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น ซึ่งในที่นี้ประกอบไปด้วยสินค้าในหมวดหมู่อุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมด 10 รายการ โดยพิจารณาจากรายการสินค้าที่มีมูลค่าของการส่งออกสูงที่สุดในปี 2560 ซึ่งประกอบด้วย 1) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป 2) น้ำตาลทราย 3) ผลไม้กระป๋อง 4) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ 5) เครื่องดื่ม 6) อาหารสัตว์เลี้ยง 7) สิ่งปรุงรสอาหาร 8) ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ 9) ผักกระป๋องและผักแปรรูป 10) ผลิตภัณฑ์ข้าว

กลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม หมายถึง กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) กับประเทศอื่นนอกกลุ่มอาเซียนอีก 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งชุมชนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (East Asian Community) และยังเป็นการสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าในเวทีการค้าโลก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 การค้าระหว่างประเทศ (International Trade)

การค้าระหว่างประเทศ หมายถึงการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ ประเทศที่ทำการซื้อขายสินค้าระหว่างกันเรียกว่า "ประเทศคู่ค้า" และสินค้าที่ประเทศนั้นซื้อเรียกว่า สินค้านำเข้า (Imports) และสินค้าที่ประเทศนั้นขายเรียกว่า สินค้าส่งออก (Exports) ประเทศที่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศเรียกว่า "ประเทศผู้นำเข้า" ส่วนประเทศที่ขายสินค้าให้ต่างประเทศเรียกว่า "ประเทศผู้ส่งออกสินค้า" โดยส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศจะมีฐานะทั้งประเทศผู้นำเข้าสินค้าและประเทศผู้ส่งออกสินค้าในเวลาเดียวกัน เนื่องจากแต่ละประเทศมีทรัพยากรและความชำนาญแตกต่างกัน (ชาคริต กุ์มานะชัย, 2557)

2.1.2 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์-โอห์ลิน (Heckscher-Ohlin Trade Theory)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์-โอห์ลิน หรือเรียกเป็นภาษาไทยได้ว่า ทฤษฎีสัดส่วนปัจจัยการผลิต โดยทฤษฎีนี้จะให้ความสำคัญแก่สัดส่วนโดยเปรียบเทียบของปัจจัยการผลิตหรือปริมาณปัจจัยการผลิตที่มีอยู่โดยเปรียบเทียบ โดยมีแนวคิดพื้นฐานว่าประเทศจะส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตของตนที่มีอยู่มาก และจะนำเข้าสินค้าที่ผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศตนขาดแคลน เช่น สมมติให้ประเทศมีปัจจัยการผลิตสองชนิด ได้แก่ แรงงาน และทุน ประเทศที่มีแรงงานมากและมีทุนน้อย ประเทศนั้นจะมีค่าแรงงานต่ำ แต่ต้นทุนเงินทุนจะสูง ประเทศนั้นก็ส่งออกสินค้าที่ใช้สัดส่วนในการผลิตของแรงงานมากกว่าทุน และจะนำเข้าสินค้าที่ใช้สัดส่วนในการผลิตของทุนมากกว่าแรงงาน (รัตนา สายคณิต, 2557)

2.1.3 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Principle of Comparative Advantage)

ทฤษฎีของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ถูกพัฒนาโดย เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) โดยทฤษฎีได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการค้าว่าสามารถ เกิดขึ้นได้แม้ประเทศหนึ่งจะมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ในการผลิตสินค้าทุกชนิด โดย ประเทศที่ได้เปรียบทุกสินค้าควรมุ่งผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบมากที่สุดและประเทศที่เสียเปรียบทุก สินค้าควรเลือกที่จะมุ่งผลิตในสินค้าที่ตนเสียเปรียบน้อยที่สุด หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ประเทศต่างๆ จะได้รับประโยชน์จากการค้า เมื่อแต่ละประเทศเลือกที่จะผลิตและส่งออกสินค้าตามความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ เดวิดริคาร์โดเชื่อว่าแรงงานเป็นปัจจัยในการผลิตเพียงชนิดเดียว ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิต และแรงงานจะถูกใช้ไปในสัดส่วนคงที่ในการผลิตสินค้าทุกชนิด ข้อสมมุติฐานของทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือ มี 2 ประเทศและสินค้า 2 ชนิด มีการค้าเสรี มีต้นทุนการผลิตคงที่ไม่มีต้นทุนค่าขนส่ง ทรัพยากรและเทคโนโลยีของประเทศต่างๆเหมือนกัน มีการเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างสมบูรณ์ภายในประเทศแต่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ระหว่างประเทศ และแรงงานในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพต่างกันโดยประเทศผู้ผลิตจะเลือกผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้ในต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในอีกประเทศหนึ่ง และนำเข้าสินค้าอีกชนิดที่ตนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าจากอีกประเทศหนึ่งแทนที่จะทำการผลิตสินค้าเองทั้งสองชนิด นั่นคือประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง ด้วยจำนวนแรงงานที่น้อยกว่าอีกประเทศหนึ่ง ประเทศนั้นก็จะผลิตสินค้าที่เสียต้นทุนต่ำกว่าแล้วนำไปแลกกับ สินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งตนไม่ได้ผลิตจากอีกประเทศหนึ่ง ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง ได้ผลผลิตมากกว่าอีกประเทศหนึ่งด้วยจำนวนแรงงานที่เท่ากัน ประเทศนั้นก็จะผลิตเฉพาะสินค้าที่ ตนได้เปรียบเป็นสินค้าออกแลกกับสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ตนเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต การทำเช่นนี้ประเทศที่มีความเสียเปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิด ก็ไม่ต้องหยุดการผลิต แต่ เลือกการผลิตสินค้าที่ตนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุดแทน และประเทศที่มีความ ได้เปรียบโดยสมบูรณ์นั้น ก็เลือกผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงสุด ซึ่งแสดงถึงการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดในการผลิตสินค้านั้น เกิดการโยกย้ายแรงงานใน การผลิต ทำให้มีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรมากขึ้น ดังนั้นถ้าทุกประเทศกำหนดแบบการค้า ในลักษณะนี้แล้ว ทุกประเทศก็จะได้รับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศร่วมกัน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2555)

2.1.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index)

RCA คือ ดัชนีที่ใช้ในการประเมินศักยภาพการแข่งขันโดยเปรียบเทียบซึ่งพัฒนามาจากแนวความคิดด้านเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศเดิมที่เชื่อในเรื่องของความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบหรือสัมพัทธ์มากกว่าความได้เปรียบในเชิงสมบูรณ์ โดยเชื่อว่าประเทศที่มีโครงสร้างการส่งออกสินค้าใดๆ ก็ตามที่มีสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นมากกว่า โดยเปรียบเทียบกับสัดส่วนการค้าในสินค้านั้นของตลาดโดยรวมต่อการส่งออกทั้งหมดของกลุ่มประเทศที่มีการศึกษา แสดงว่าประเทศนั้นๆ มีศักยภาพในการแข่งขันในสินค้านั้นสูงกว่าโครงสร้างโดยรวม ซึ่งถูกพัฒนาโดย B.Balassa (1965) โดยดัชนี RCA สามารถแสดงในรูปสมการดังนี้

$$RCA_{ki} = \frac{X_{ki} / X_i}{X_{kw} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ki} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออก k ของประเทศ i ที่มีผลต่อประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{kw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า ทั้งหมดของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

RCA จะมีค่ามากกว่า 0 เสมอ โดยค่าที่มากกว่า 1 แสดงว่าโครงสร้างการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i มีสัดส่วนสูงกว่าโครงสร้างโดยรวมของโลก นั่นคือประเทศ i ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า k เพื่อส่งออกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศมากกว่า ซึ่งแสดงถึงการทุ่มทรัพยากรปัจจัยการผลิตสินค้า k ในการส่งออกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศมากกว่าภาพรวมของโลก หรือประเทศ i มีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ ในทางกลับกันถ้า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 จะแสดงว่าประเทศ i ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า k ในการส่งออกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศน้อยกว่าของโลกโดยรวม หรือประเทศ i เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2555)

2.1.5 ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งการตลาดเกิดขึ้นจากความสามารถในการขายสินค้าหนึ่งๆ ในตลาดแห่งหนึ่งเป็นสัดส่วนของการส่งออกมูลค่าสินค้า k ของประเทศ i ที่เข้าสู่ตลาด n เปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้า k ของโลกที่เข้าสู่ตลาด n ซึ่งถูกพัฒนาโดย Lee G.Cooper (1989) โดยมีรูปสมการดังนี้

$$MS_{ki} = \frac{X_{ki}}{M_k}$$

โดยที่ MS_{ki} คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า k ของประเทศ i

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากประเทศ i ไปตลาด n

M_k คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปตลาด n

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันในการขายสินค้า มาก ซึ่งการขายได้มากดังกล่าวอาจมาจากปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพ สินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2555)

2.1.6 อาเซียนบวกสาม (ASEAN+3)

อาเซียน+3 (ASEAN+3) คือ กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) กับประเทศอื่นนอกกลุ่มอาเซียนอีก 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออก และเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งชุมชนเอเชียตะวันออก (East Asian Community) และยังเป็นการสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าในเวทีการค้าโลก สำหรับประเทศไทยการจัดตั้งอาเซียนบวกสามจะเป็นผลดีต่อไทย เพราะอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีความใกล้ชิดกับไทยมากที่สุด ประกอบกับที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทย เอื้ออำนวยให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค และที่ผ่านมาอาเซียนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะทวีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในด้านการส่งออกก็มีปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของไทยไปอาเซียน ได้แก่ การลดภาษี ที่ทำให้อัตราภาษีเหลือต่ำมากเกือบเป็น 0% ทำให้สินค้าส่งออกของไทยมี ศักยภาพในตลาดอาเซียนมากขึ้น สามารถแข่งขันกับสินค้าจากนอกอาเซียนได้ เนื่องจากราคาที่ต่ำลง (ประชาคมอาเซียน, 2562.)

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราวรรณ โกช่วย (2552) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่สำคัญ 20 อันดับแรกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสามและศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ข้อมูลปีพ.ศ. 2543-2551 โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA), พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage; DRAC) และ ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

จากการศึกษาค่า RCA พบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543-2551 สินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกประเทศ คือ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย เนื่องจากมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันทุกปีตั้งแต่ พ.ศ. 2554-2551 และทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม จากการศึกษาค่า DRCA พบว่าสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้า ในปี พ.ศ. 2551 ตลาดประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์มีการขยายตัวการนำเข้าพร้อมทั้งการส่งออกของไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนตลาดประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ส่วนตลาดประเทศบรูไนจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการขยายตัวการนำเข้ามี แนวโน้มที่ลดลงแต่สินค้าไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น และตลาดประเทศสิงคโปร์การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่อัตราการนำเข้ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการส่งออกของไทยกลับมีแนวโน้มที่ลดลง

จากการศึกษาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดในตลาดประเทศ บรูไน ประเทศกัมพูชา ประเทศเกาหลีประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศเวียดนาม พบว่าปัจจัยทางด้านการความสามารถทางการแข่งขันของ สินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลงแต่ความนิยมของผู้บริโภคกลับมีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ตลาดในประเทศ จีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย ปัจจัยทางด้านการความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลงพร้อมกับความนิยมของผู้บริโภคก็ลดลงด้วยเช่นกัน ในทางด้านการค้าของประเทศไทยกับประเทศอาเซียนอุปสรรคทางด้านภาษีศุลกากรเริ่มจะลดลงไป และมีแนวโน้มปลอดภาษีศุลกากรในไม่ช้า แต่ปัญหาการค้าที่ปลอดภาษีแต่ละประเทศจะนำอุปสรรคการค้าที่ไม่ใช่ภาษีเข้ามา เช่น การออกมาตรการควบคุมคุณภาพสินค้าการตรวจโรคการใช้ระบบโควตา การบังคับติดฉลาก การออกใบอนุญาตนำเข้า มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชและสัตว์ มาตรการอุปสรรคทางเทคนิค เป็นต้น

เสาวภาคย์ โลหะเพชร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การส่งออกสินค้าของไทยไปในกลุ่มอาเซียนบวกสาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียนบวกสามและวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยไปยังตลาดกลุ่มประเทศ อาเซียนบวกสาม โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage; RCA) และแบบจำลองการค้าโลก (Global Trade Analysis Project; GTAP Model) รวมทั้งศึกษาสภาพทั่วไปของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สินค้าเกษตรที่สำคัญเลือกศึกษาจากมูลค่า สินค้าส่งออกที่สุด 9 อันดับของประเทศไทย ในปี 2554 โดยแบ่งตามพืชผลการเกษตรในระบบฮาร์โมนาไรซ์ (Harmonized) 2007 ระดับ 2 digit ได้แก่ กลุ่มปลาและสัตว์น้ำ กลุ่มพืชผักเพื่อบริโภค กลุ่มข้าวและธัญพืช กลุ่มไขมันและน้ำมันจากพืช กลุ่มน้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาล กลุ่มของปรุงแต่งจากธัญพืช แป้ง นม กลุ่มซอส ซุป น้ำ ปลาและเครื่องปรุงอื่นๆ กลุ่มเครื่องดื่ม สุรา น้ำส้มสายชู และกลุ่มยางและผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยยาง โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2554

จากการศึกษาการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม พบว่า สินค้าเกษตรของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันทุกรายการสินค้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2554 โดยสินค้าที่มีความได้เปรียบมากที่สุด คือ สินค้ากลุ่มน้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาล รองลงมาได้แก่สินค้ากลุ่มยางและผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยยาง ส่วนผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าที่วิเคราะห์จากแบบจำลองการค้าโลกพบว่า อาเซียนบวกสามนั้นมีภาพรวมของผลิตภัณฑ์ประชาชาติภายในประเทศเบื้องต้นของประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้มีแนวโน้มลดลง รวมทั้งประเทศไทยด้วย ในด้านการเปลี่ยนแปลงดุลการค้ากลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนยกเว้นไทยและกลุ่มประเทศบวกสาม มีแนวโน้มดุลการค้าเพิ่มมากขึ้น ในด้านของมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออก มีแนวโน้มลดลงทั้งกลุ่มสมาชิกอาเซียนและกลุ่มประเทศ บวกสาม รวมทั้งประเทศไทยด้านดัชนีราคาผู้บริโภค นั้นมีการแนวโน้มจะปรับตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ยกเว้น ประเทศเกาหลีใต้นั้นมีแนวโน้มที่จะลดลง จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเปิดเสรีการค้าอาเซียนส่งผลให้สินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยมีการขยายตัวทางด้านดุลการค้ามากขึ้น แต่กลับทำให้ประเทศไทยเสียประโยชน์มากกว่าได้ประโยชน์

สุวพิมพ์ เลี่ยมมินฟูล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์การส่งออกสินค้าเกษตรของ ประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรของ ประเทศไทยและ ประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึงศักยภาพของการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยและ ประเทศสมาชิก อาเซียน โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสามารถในการส่งออก(Revealed Comparative Advantage; RCA) รวมถึงค่าส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ค่าผลกระทบทางโครงสร้าง ค่าผลกระทบ

ทางการดำเนินงาน และค่าผลกระทบรวม สินค้าเกษตรที่ ทำการศึกษา ได้แก่ สินค้าเกษตรสำคัญ 3 ชนิดตามรหัสฮาร์โมนไนซ์ คือ สินค้าเกษตรรหัส 16 ได้แก่ ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลาหรือสัตว์น้ำ จำพวกครัสเตเชีย โมลลัสก์ หรือจากสัตว์น้ำที่ไม่มี กระดูกสันหลังอื่นๆ สินค้าเกษตรรหัส 10 ได้แก่ ัญพืช และสินค้าเกษตรรหัส 17 ได้แก่ น้ำตาล และขนมทำจากน้ำตาล ข้อมูลที่ใช้ได้แก่ มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้ง 3 ชนิดของประเทศ สมาชิกอาเซียน, มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้ง 3 ชนิดจากตลาดโลกสู่ประเทศสมาชิกอาเซียน และข้อมูลการส่งออกสินค้าเกษตรทั้ง 3 ชนิดไปยังตลาดโลก ซึ่งเป็นข้อมูลทศนิยมรายปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2550-2554 ผลการศึกษาพบว่าประเทศฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรรหัส 16 โดยที่ประเทศไทยมีการครองตลาดมากที่สุดและมีแนวโน้มครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก สินค้าเกษตรรหัส 10 ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว ไทย และเวียดนาม โดยที่ประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด ส่วนประเทศไทยมีแนวโน้มการครองส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างทรงตัว ส่วนประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรรหัส 17 ได้แก่ ประเทศ กัมพูชา ลาว ฟิลิปปินส์ และไทย โดยที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทุกปีที่ ทำการศึกษาและมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาสถานการณ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรโดยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งตลาดของสินค้าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ประเทศไทยส่งออกไปยังอาเซียนบวกสาม โดยพิจารณาเลือกรายการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 10 อันดับ ในปี 2560 ใช้ข้อมูลเป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2560 ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 10 อันดับ ในปี 2560

ลำดับ	รายการสินค้า
1	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
2	น้ำตาลทราย
3	ผลไม้กระป๋อง
4	ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ
5	เครื่องดื่ม
6	อาหารสัตว์เลี้ยง
7	สิ่งปฐurstอาหาร
8	ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์
9	ผักกระป๋องและผักแปรรูป
10	ผลิตภัณฑ์ข้าว

ที่มา : กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์ , 2562

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปในกลุ่มอาเซียนบวกสามและข้อมูลการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศอาเซียนบวกสามที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 10 อันดับในปี พ.ศ. 2560 และข้อมูลการค้าระหว่างประเทศในอาเซียนกับประเทศญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามอื่น โดยใช้สมการในการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ki} = \frac{X_{ki} / X_i}{X_{kw} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ki} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออก k ของประเทศ i ที่มีผลต่อประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{kw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า ทั้งหมดของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

2) ส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดเกิดขึ้นจากความสามารถในการขายสินค้าหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่งเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศที่เข้าสู่ตลาดเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าของโลกที่เข้าสู่ตลาด โดยเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามอื่นๆ โดยใช้สมการในการคำนวณดังนี้

$$MS_{ki} = \frac{X_{ki}}{M_k}$$

โดยที่ MS_{ki} คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า k ของประเทศ i

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากประเทศ i ไปตลาด n

M_k คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปตลาด n

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมได้จากการศึกษา นำมาวิเคราะห์โดยใช้ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) โดยที่ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 0 เสมอ ซึ่งหากค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า สินค้าที่ศึกษามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ และหากค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า สินค้าที่ศึกษามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และ ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) โดยที่ส่วนแบ่งการตลาดมีค่าเป็นบวกเสมอ ยิ่งมีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันในการขายสินค้า มาก ซึ่งการขายได้มากดังกล่าวอาจมาจากปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพ สินค้าความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น

3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะแสดงผลจากการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 10 ชนิดเพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) เป็นการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม หากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก หากมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรนั้นมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แต่หากค่าดัชนีความสามารถในการส่งออกมีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่า สัดส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของประเทศนั้นเท่ากับสัดส่วนสินค้าเกษตรส่งออกของโลก และใช้สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ซึ่งเป็นการศึกษาสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยหากมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดสูงแสดงว่า ประเทศนั้นมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกสินค้าชนิดนั้นมาก หากมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดต่ำแสดงว่า ประเทศนั้นมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าชนิดนั้นน้อย โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศอาเซียนบวกสามรายปี และการเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าประเภทต่าง ๆ จำนวน 10 ชนิดของประเทศอาเซียนบวกสามรายปี ดังนี้

4.1 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศอาเซียนบวกสาม

4.1.1 ผลการศึกษาศักยภาพการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศอาเซียนบวกสามจากการใช้ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยของ RCA

ลำดับ	สินค้า	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	เฉลี่ย
1	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	9.64	10.25	9.64	9.69	10.21	10.69	10.02
2	น้ำตาลทราย	12.14	9.08	10.09	10.08	7.96	7.64	9.50
3	ผักกระป๋องและผักแปรรูป	5.25	6.12	7.26	6.80	4.95	5.11	5.91
4	สิ่งปฐรงรสอาหาร	3.92	4.01	4.30	3.77	3.53	3.49	3.84
5	เครื่องดื่ม	3.20	3.20	3.60	3.55	3.36	3.23	3.35
6	ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	2.93	2.83	2.96	2.60	2.37	2.32	2.67
7	ผลไม้กระป๋อง	2.12	2.36	2.75	2.69	2.72	2.66	2.55
8	ผลิตภัณฑ์ข้าว	1.00	1.20	2.03	1.77	2.00	1.96	1.66
9	อาหารสัตว์เลี้ยง	1.49	1.49	1.52	1.55	1.57	1.56	1.53
10	ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	0.65	0.85	0.76	0.57	0.58	0.58	0.67

จากตารางที่ 2 การศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 10 รายการแรกของไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าทั้งหมด 9 รายการสินค้า ได้แก่ 1.อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป 2.น้ำตาลทราย 3.ผักกระป๋องและผักแปรรูป 4.สิ่งปฐรงรสอาหาร 5.เครื่องดื่ม 6.ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ 7.ผลไม้กระป๋อง 8.ผลิตภัณฑ์ข้าว 9.อาหารสัตว์เลี้ยง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยของ RCA

ส่วนสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ที่มีค่าเฉลี่ย RCA เท่ากับ 0.67 เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ไม่มีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดอาเซียนบวกสาม

4.1.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	สินค้า	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	27.80%	28.82%	26.08%	27.36%	29.88%	31.62%	28.59%
2	น้ำตาลทราย	35.03%	25.53%	27.30%	28.44%	23.30%	22.58%	27.03%
3	ผักกระป๋องและผักแปรรูป	15.14%	17.21%	19.63%	19.21%	14.48%	15.11%	16.79%
4	สิ่งปฐurstอาหาร	11.30%	11.28%	11.63%	10.65%	10.33%	10.32%	10.92%
5	เครื่องดื่ม	9.22%	8.99%	9.74%	10.01%	9.83%	9.54%	9.56%
6	ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	8.46%	7.95%	7.99%	7.33%	6.93%	6.85%	7.58%
7	ผลไม้กระป๋อง	6.12%	6.64%	7.43%	7.61%	7.97%	7.87%	7.27%
8	ผลิตภัณฑ์ข้าว	2.88%	3.37%	5.48%	4.98%	5.84%	5.81%	4.73%
9	อาหารสัตว์เลี้ยง	4.29%	4.19%	4.12%	4.39%	4.60%	4.62%	4.37%
10	ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	1.88%	2.39%	2.07%	1.61%	1.70%	1.71%	1.89%

จากตารางที่ 3 การศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 10 รายการแรกของไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่า อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 28.59 รองลงมาได้แก่ น้ำตาลทราย ผักกระป๋องและผักแปรรูป สิ่งปฐurstอาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าว อาหารสัตว์เลี้ยง ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ โดยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดที่ ร้อยละ 27.03, 16.79, 10.92, 9.56, 7.58, 7.27, 4.73, 4.37 และ 1.89 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

4.2.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป จากการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ดังตารางที่ 4

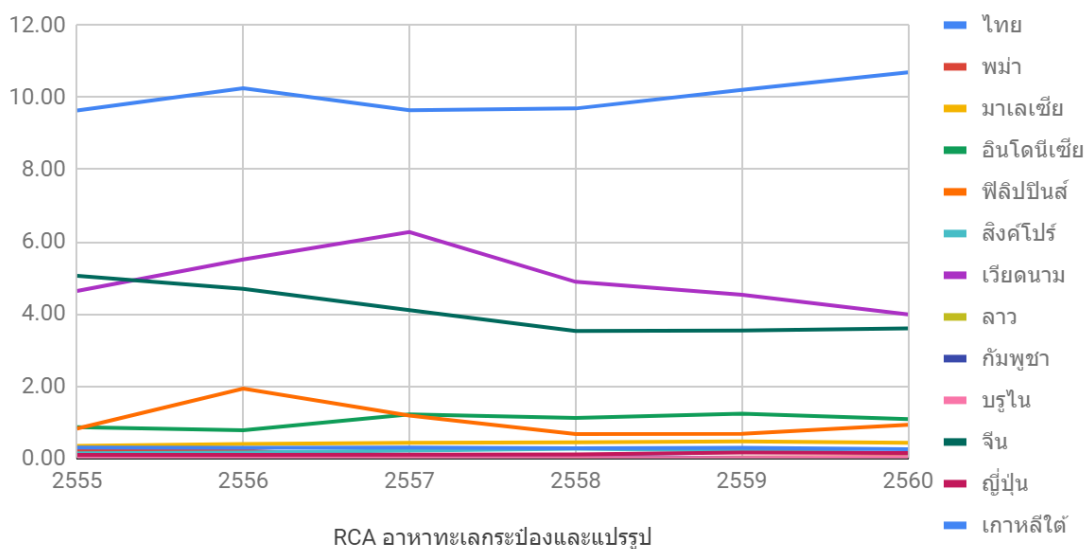
ตารางที่ 4 ค่า RCA ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	ไทย	9.64	10.25	9.64	9.69	10.21	10.69	10.02
2	เวียดนาม	4.64	5.51	6.27	4.89	4.53	3.99	4.97
3	จีน	5.06	4.70	4.10	3.53	3.54	3.60	4.09
4	อินโดนีเซีย	0.86	0.78	1.22	1.12	1.24	1.08	1.05
5	ฟิลิปปินส์	0.82	1.93	1.18	0.67	0.68	0.93	1.04
6	มาเลเซีย	0.34	0.40	0.43	0.44	0.47	0.43	0.42
7	เกาหลีใต้	0.30	0.29	0.30	0.28	0.29	0.25	0.29
8	สิงคโปร์	0.14	0.16	0.21	0.26	0.22	0.14	0.19
9	ญี่ปุ่น	0.10	0.10	0.10	0.11	0.16	0.15	0.12
10	พม่า	0.20	0.21	0.00	0.00	0.03	0.04	0.08
11	บรูไน	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02	0.01
12	กัมพูชา	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.01
13	ลาว	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทย เวียดนาม และจีน มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 9.64, 10.25, 9.64, 9.69, 10.21, และ 10.69 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศ

ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏค่อนข้างคงที่ แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศเวียดนามและจีน มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามมาเป็นอันดับที่สองและสามตามลำดับ โดยที่ประเทศเวียดนามและประเทศจีนมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าลดลง แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ส่วนประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ แม้ว่าจะมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ในบางปีที่ทำการศึกษา แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แล้ว พบว่า ทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ใกล้เคียง 1 แสดงว่า สัดส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของทั้งประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ นั้น เท่ากับสัดส่วนสินค้าเกษตรส่งออกของโลก ในขณะที่ประเทศที่เหลือ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ดังรูปภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กราฟแสดงค่า RCA ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.2.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

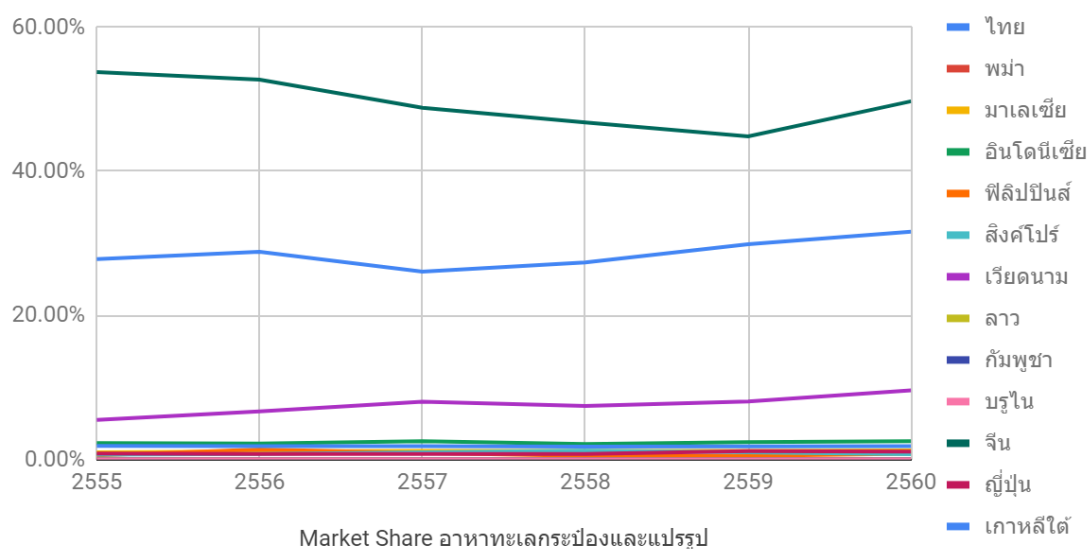
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	จีน	53.75%	52.70%	48.79%	46.77%	44.84%	49.70%	49.43%
2	ไทย	27.80%	28.82%	26.08%	27.36%	29.88%	31.62%	28.59%
3	เวียดนาม	5.51%	6.68%	8.01%	7.44%	8.06%	9.60%	7.55%
4	อินโดนีเซีย	2.27%	2.23%	2.53%	2.14%	2.40%	2.54%	2.35%
5	เกาหลีใต้	1.87%	1.86%	1.85%	1.79%	1.83%	1.86%	1.84%
6	มาเลเซีย	1.00%	1.14%	1.20%	1.18%	1.21%	1.27%	1.17%
7	สิงคโปร์	0.68%	0.78%	1.01%	1.22%	1.01%	0.73%	0.90%
8	ญี่ปุ่น	0.82%	0.76%	0.76%	0.78%	1.18%	1.11%	0.90%
9	ฟิลิปปินส์	0.56%	1.41%	0.90%	0.52%	0.51%	0.81%	0.79%
10	พม่า	0.02%	0.03%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%
11	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12	กัมพูชา	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
13	ลาว	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 27.80 , 28.82 , 26.08 , 27.36, 29.88 และ 31.62 ตามลำดับ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีแนวโน้มในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมากยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากที่สุดทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 53.75, 52.70, 48.79, 46.77, 44.84 และ 49.70 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาด

ตลาดที่สูงมากและสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ดี รองลงมาได้แก่ประเทศไทย และเวียดนามตามลำดับ โดยประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดที่มีความผันผวนเล็กน้อย และมีแนวโน้มสูงขึ้นในช่วงปีท้ายๆ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และประเทศเวียดนามมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่เพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนามมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 2.54 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศที่เหลือ ซึ่งได้แก่ประเทศบรูไน กัมพูชา และลาว มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาด ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.3 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าตาลทราย

4.3.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าตาลทราย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่า RCA ของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย

RCA

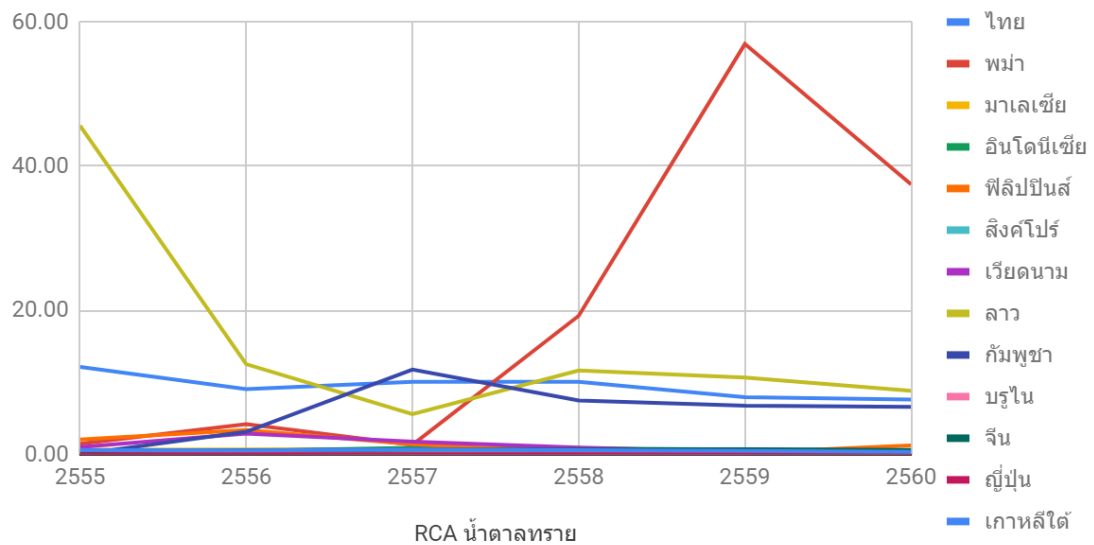
ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	พม่า	1.49	4.21	1.33	19.24	56.96	37.47	20.12
2	ลาว	45.62	12.53	5.59	11.65	10.67	8.85	15.82
3	ไทย	12.14	9.08	10.09	10.08	7.96	7.64	9.50
4	กัมพูชา	0.03	3.16	11.78	7.50	6.76	6.60	5.97
5	ฟิลิปปินส์	2.09	3.39	1.43	0.30	0.24	1.27	1.45
6	เวียดนาม	1.02	2.89	1.78	0.96	0.39	0.37	1.23
7	อินโดนีเซีย	0.44	0.50	0.93	0.83	0.70	0.52	0.65
8	มาเลเซีย	0.66	0.70	0.70	0.72	0.61	0.52	0.65
9	จีน	0.47	0.59	0.67	0.71	0.73	0.64	0.64
10	เกาหลีใต้	0.59	0.58	0.70	0.61	0.51	0.39	0.56
11	สิงคโปร์	0.44	0.38	0.16	0.13	0.09	0.07	0.21
12	ญี่ปุ่น	0.03	0.03	0.04	0.05	0.05	0.06	0.04
13	บรูไน	0.01	0.02	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศพม่า ลาวและไทย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าตาลทราย

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 12.14, 9.08, 10.09, 10.08, 7.96 และ 7.64 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าน้ำตาลทราย โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏค่อนข้างคงที่ แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสามในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศพม่ามีค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากเป็นอันดับที่หนึ่งและแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2559 และปรับลดลงในปี พ.ศ. 2560 รองลงมาได้แก่ประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าลดลงอย่างมากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2560 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงแต่โดยภาพรวมยังอยู่ในระดับมาก ส่วนประเทศกัมพูชา มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2560 และลดลงหลังจากนั้น แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นและลดลงเข้าสู่จุดดุลยภาพตามลำดับ ส่วนของประเทศฟิลิปปินส์ และเวียดนาม มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มากกว่า 1 แต่บางปี แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้ว พบว่า ทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ใกล้เคียง 1 แสดงว่า สัดส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของทั้งประเทศฟิลิปปินส์ และเวียดนาม นั้นเท่ากับสัดส่วนสินค้าเกษตรส่งออกของโลก ในขณะที่ประเทศที่เหลือ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าน้ำตาลทราย ดังภาพที่ 3

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปภาพที่ 3 กราฟแสดงค่า RCA ของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.3.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าสินค้าน้ำตาลทราย
 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	ไทย	35.03%	25.53%	27.30%	28.44%	23.30%	22.58%	27.03%
2	จีน	5.01%	6.62%	7.96%	9.47%	9.27%	8.78%	7.85%
3	พม่า	0.11%	0.54%	0.19%	3.59%	11.49%	8.38%	4.05%
4	เกาหลีใต้	3.71%	3.68%	4.35%	3.90%	3.14%	2.87%	3.61%
5	มาเลเซีย	1.91%	2.01%	1.95%	1.92%	1.57%	1.55%	1.82%
6	เวียดนาม	1.21%	3.50%	2.27%	1.46%	0.69%	0.89%	1.67%
7	อินโดนีเซีย	1.16%	1.43%	1.93%	1.60%	1.35%	1.23%	1.45%
8	ฟิลิปปินส์	1.41%	2.48%	1.09%	0.23%	0.18%	1.11%	1.08%
9	สิงคโปร์	2.18%	1.83%	0.76%	0.62%	0.42%	0.37%	1.03%
10	ลาว	0.42%	0.25%	0.17%	0.54%	0.54%	0.43%	0.39%
11	ญี่ปุ่น	0.24%	0.23%	0.33%	0.38%	0.36%	0.46%	0.33%

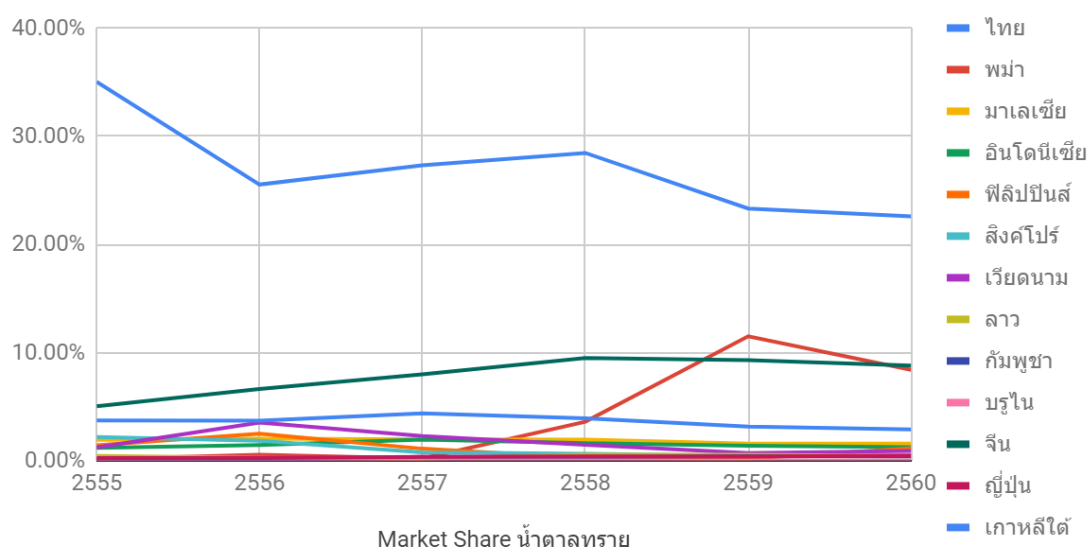
ตารางที่ 7 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 (ต่อ)

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
12	กัมพูชา	0.00%	0.08%	0.33%	0.32%	0.40%	0.39%	0.25%
13	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดสูงที่สุดในทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 35.03, 25.53, 27.30 , 28.44, 23.30 และ 22.58 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูงมากและสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดไว้อย่างดี โดยในปี พ.ศ.2555 มีค่า ส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 35.03

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามแล้ว พบว่าประเทศจีนมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดรองลงมาเป็นอันดับสอง โดยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2558 มีค่าเท่ากับร้อยละ 9.47 ลำดับถัดไปได้แก่ประเทศพม่า แม้ในช่วง 3 ปีแรก จะแทบไม่มีส่วนแบ่งการตลาดเลย แต่หลังจากนั้นก็มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแต่มีความผันผวนเล็กน้อย ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดสูงถึง ร้อยละ 11.49 แสดงให้เห็นว่าพม่ามีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากและปรับลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2560 แต่ในภาพรวมยังคงมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่สาม ลำดับถัดไปได้แก่ประเทศเกาหลีใต้มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย โดยค่าส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในช่วงร้อยละ 2.87 ถึงร้อยละ 4.35

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ลาว ญี่ปุ่น และกัมพูชา มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 3.50 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศบรูไน มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกน้ำตาลทราย ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของน้ำตาลทราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.4 ผลการศึกษาการส่งออกผักกระป๋องและผักแปรรูป

4.4.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูป ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ค่า RCA ของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	พม่า	72.60	48.88	31.41	26.29	28.43	17.86	37.58
2	ลาว	19.50	12.33	10.77	11.21	26.89	11.43	15.35
3	ไทย	5.25	6.12	7.26	6.80	4.95	5.11	5.91
4	กัมพูชา	4.33	6.20	9.85	5.97	4.18	4.14	5.78
5	จีน	4.23	4.52	4.65	4.50	5.16	5.01	4.68
6	เวียดนาม	6.60	4.64	4.83	3.94	2.82	2.66	4.25
7	มาเลเซีย	0.55	0.69	0.64	0.71	1.07	0.93	0.76
8	อินโดนีเซีย	0.34	0.37	0.53	0.58	0.41	0.41	0.44

ตารางที่ 8 ค่า RCA ของฝักกระป๋องและฝักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA (ต่อ)

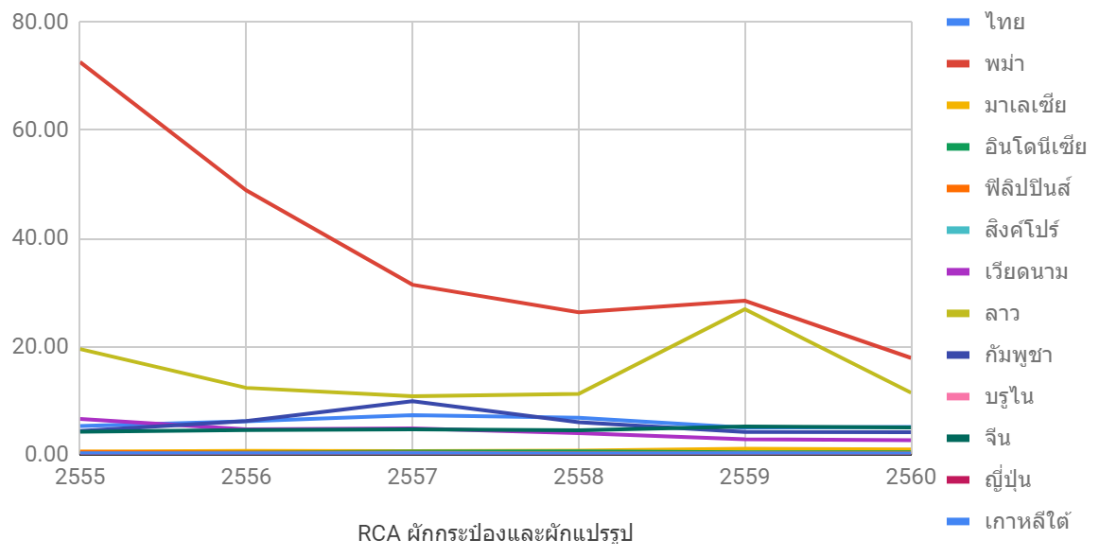
ลำดับ	ประเทศ	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
9	ฟิลิปปินส์	0.48	0.38	0.32	0.23	0.24	0.23	0.31
10	เกาหลีใต้	0.24	0.22	0.22	0.19	0.22	0.18	0.21
11	สิงคโปร์	0.06	0.08	0.06	0.07	0.07	0.05	0.07
12	บรูไน	0.00	0.07	0.25	0.01	0.02	0.00	0.06
13	ญี่ปุ่น	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02	0.01

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าฝักกระป๋องและฝักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศพม่า ลาว ไทย กัมพูชา จีน และเวียดนาม มีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าฝักกระป๋องและฝักแปรรูป

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 5.25, 6.12 , 7.26 , 6.80, 4.95 และ 5.11 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าฝักกระป๋องและฝักแปรรูป โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏค่อนข้างคงที่ แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเฉลี่ยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับที่สามในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศพม่าและประเทศลาวมีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงกว่าประเทศไทยเป็นอันดับที่หนึ่งและสองตามลำดับ โดยที่ประเทศพม่า มีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2560 เท่ากับ 17.86 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลงเป็นอย่างมาก ส่วนประเทศลาวมีแนวโน้มลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ถึง 26.89 แต่ยังลดลงมาใกล้เคียงกับระดับเดิมในปี พ.ศ. 2560 และยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศกัมพูชา จีน และเวียดนาม มีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าค่อนข้างผันผวน แต่มากกว่า 1 ทุกปี แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่

ประเทศที่เหลือ ได้แก่ประเทศเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ บรูไน สิงคโปร์ และญี่ปุ่น มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูป ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กราฟแสดงค่า RCA ของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.4.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าสินค้าผักกระป๋อง และผักแปรรูป ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	จีน	44.95%	50.76%	55.30%	59.59%	65.39%	69.08%	57.51%
2	ไทย	15.14%	17.21%	19.63%	19.21%	14.48%	15.11%	16.79%
3	เวียดนาม	7.84%	5.62%	6.18%	5.98%	5.03%	6.40%	6.18%
4	พม่า	5.53%	6.28%	4.56%	4.90%	5.73%	4.00%	5.17%
5	มาเลเซีย	1.59%	1.97%	1.79%	1.90%	2.74%	2.78%	2.13%
6	เกาหลีใต้	1.48%	1.39%	1.34%	1.24%	1.36%	1.32%	1.36%
7	อินโดนีเซีย	0.90%	1.05%	1.11%	1.11%	0.79%	0.95%	0.99%
8	ลาว	0.18%	0.25%	0.33%	0.52%	1.36%	0.55%	0.53%

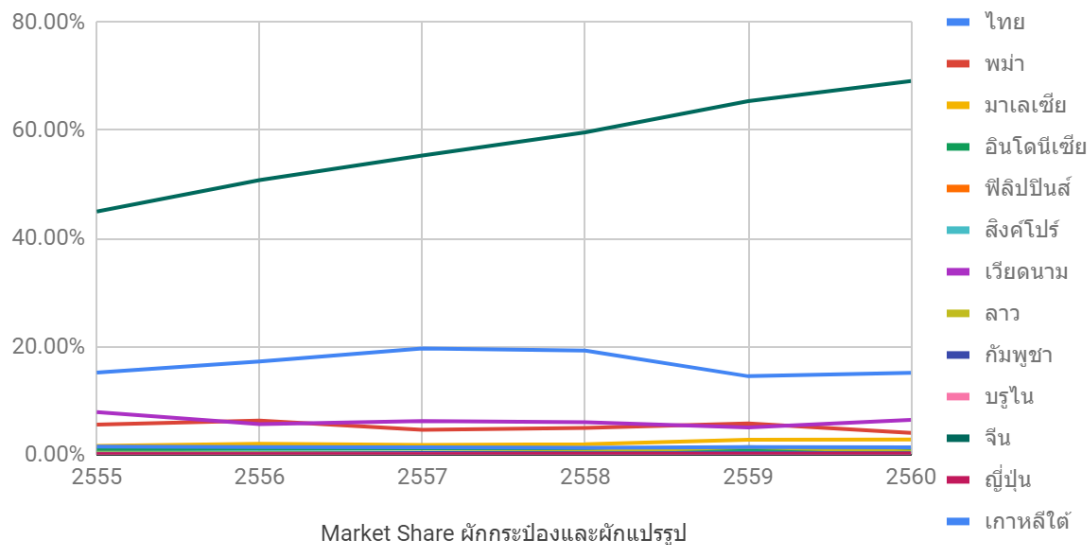
ตารางที่ 9 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 (ต่อ)

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
9	สิงคโปร์	0.32%	0.39%	0.30%	0.33%	0.33%	0.25%	0.32%
10	ฟิลิปปินส์	0.32%	0.27%	0.24%	0.18%	0.18%	0.21%	0.23%
11	กัมพูชา	0.10%	0.15%	0.27%	0.25%	0.25%	0.24%	0.21%
12	ญี่ปุ่น	0.05%	0.06%	0.08%	0.10%	0.15%	0.13%	0.09%
13	บรูไน	0.00%	0.01%	0.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 15.14, 17.21, 19.63, 19.21, 14.48 และ 15.11 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงแต่อยู่ในระดับที่สูง แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูปค่อนข้างมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากที่สุดทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 44.95, 50.76, 55.30, 59.59, 65.39 และ 69.08 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูงมากและรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดไว้อย่างดี รองลงมาได้แก่ประเทศไทย เวียดนาม และพม่า ตามลำดับ โดยประเทศเวียดนาม และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ผันผวนขึ้นลงทุกปี อยู่ระหว่างร้อยละ 4.00 ถึงร้อยละ 7.84

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศมาเลเซีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ลาว สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และญี่ปุ่น มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.05 ถึงร้อยละ 2.78 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศบรูไน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ไม่มีการส่งออกสินค้าผักกระป๋องและผักแปรรูป ดังภาพที่



ภาพที่ 6 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผักกระป๋องและผักแปรรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.5 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าสิ่งปฐรงรอาหาร

4.5.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าสิ่งปฐรงรอาหาร ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ค่า RCA ของสิ่งปฐรงรอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	ไทย	3.92	4.01	4.30	3.77	3.53	3.49	3.84
2	มาเลเซีย	2.98	2.96	3.00	3.00	2.84	2.57	2.89
3	อินโดนีเซีย	2.31	1.83	2.76	3.19	3.23	2.87	2.70
4	เวียดนาม	1.60	2.51	1.95	1.77	1.80	1.61	1.87
5	สิงคโปร์	1.18	1.63	2.05	2.05	2.04	1.83	1.80
6	ลาว	0.63	1.02	0.81	1.06	1.43	0.90	0.97
7	จีน	1.01	0.87	0.88	0.86	0.84	0.83	0.88
8	เกาหลีใต้	0.96	0.91	0.89	0.81	0.85	0.79	0.87

ตารางที่ 10 ค่า RCA ของสิ่งปฏุงรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA (ต่อ)

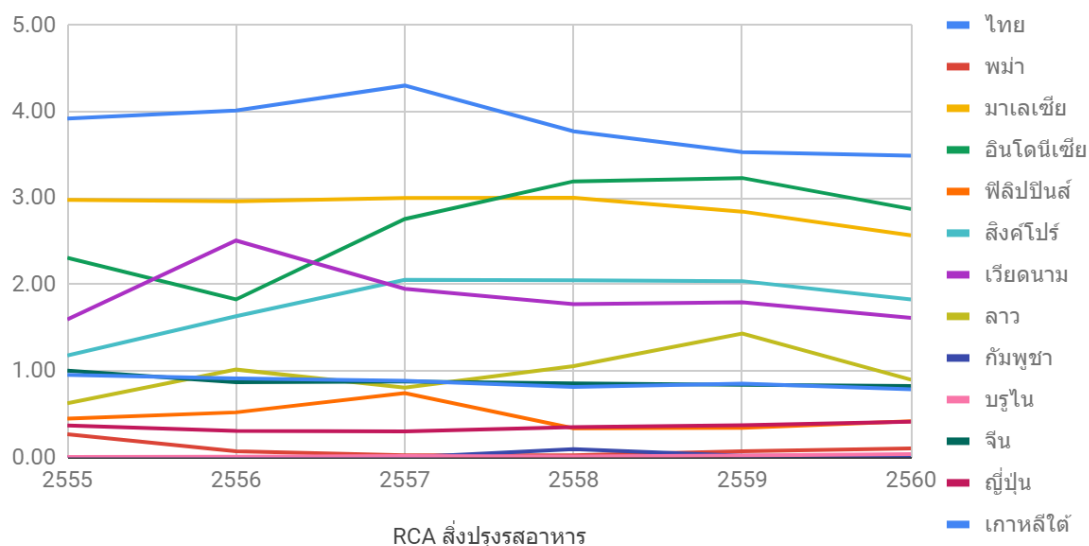
ลำดับ	ประเทศ	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
9	ฟิลิปปินส์	0.45	0.52	0.75	0.34	0.34	0.42	0.47
10	ญี่ปุ่น	0.37	0.31	0.30	0.35	0.37	0.42	0.35
11	พม่า	0.27	0.07	0.03	0.03	0.07	0.10	0.10
12	กัมพูชา	0.00	0.00	0.00	0.10	0.02	0.02	0.02
13	บรูไน	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.04	0.02

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าสิ่งปฏุงรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าสิ่งปฏุงรสอาหาร

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 3.92 , 4.01 , 4.30 , 3.77, 3.53 และ 3.49 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าสิ่งปฏุงรสอาหาร โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏค่อนข้างคงที่ และลดลงเล็กน้อยจนถึงปี พ.ศ. 2560 แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ลดลง แต่ยังคงได้เปรียบที่สุดในตลาดกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยที่ในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามมาเป็นอันดับที่สองและสามตามลำดับ โดยที่ทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงในแต่ละปี แต่ยังมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศเวียดนาม และสิงคโปร์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกที่ผันผวน ซึ่งมากกว่า 1 ในทุกปีที่ทำการศึกษา แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องแต่ไม่มากนัก ในส่วนประเทศลาว

และจีน มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 แต่ในบางปีที่ทำการศึกษา ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้ว พบว่า ทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 รวมกับประเทศที่เหลือ ที่มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 ในทุกปีที่ทำการศึกษา แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าสิ่งปฐรงสอาหาร ดังภาพที่ 7



รูปภาพที่ 7 กราฟแสดงค่า RCA ของสิ่งปฐรงสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.5.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าสิ่งปฐรงสอาหาร ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของสิ่งปฐรงสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	ไทย	11.30%	11.28%	11.63%	10.65%	10.33%	10.32%	10.92%
2	จีน	10.69%	9.77%	10.46%	11.37%	10.66%	11.39%	10.72%
3	สิงคโปร์	5.86%	7.95%	9.90%	9.50%	9.30%	9.51%	8.67%
4	มาเลเซีย	8.66%	8.48%	8.42%	8.06%	7.30%	7.68%	8.10%
5	อินโดนีเซีย	6.08%	5.23%	5.73%	6.12%	6.27%	6.75%	6.03%
6	เกาหลีใต้	6.01%	5.77%	5.51%	5.25%	5.31%	5.82%	5.61%

ตารางที่ 11 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของสิ่งปฐรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 (ต่อ)

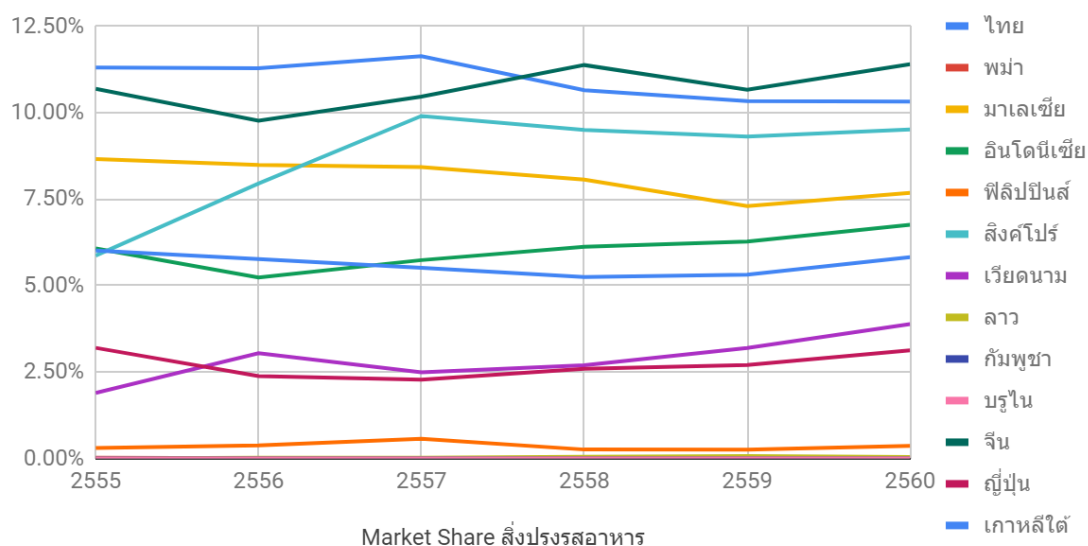
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
7	เวียดนาม	1.90%	3.04%	2.49%	2.69%	3.20%	3.88%	2.87%
8	ญี่ปุ่น	3.20%	2.38%	2.28%	2.59%	2.71%	3.13%	2.71%
9	ฟิลิปปินส์	0.30%	0.38%	0.57%	0.26%	0.26%	0.37%	0.36%
10	ลาว	0.01%	0.02%	0.02%	0.05%	0.07%	0.04%	0.04%
11	พม่า	0.02%	0.01%	0.00%	0.00%	0.01%	0.02%	0.01%
12	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
13	กัมพูชา	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าสิ่งปฐรสอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 11.30 , 11.28 , 11.63 , 10.65, 10.33 และ 10.32 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงแต่อยู่ในระดับที่มากอันดับต้นๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าสิ่งปฐรสอาหารค่อนข้างมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดใกล้เคียงกับประเทศไทยในทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 10.69 , 9.77 , 10.46 , 11.37, 10.66 และ 11.39 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูง ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทย รองลงมาได้แก่ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ โดยประเทศสิงคโปร์ มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่มีความผันผวนเล็กน้อย แต่ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ในขณะที่ประเทศมาเลเซีย มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ลดลงทุกปีและปรับขึ้นเล็กน้อยในปี 2560 ส่วนของประเทศอินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ผันผวนขึ้นลงทุกปี อยู่ระหว่างร้อยละ 5.25 ถึงร้อยละ 6.75

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศเวียดนาม ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ลาว และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ

3.88 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนั้นมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศบรูไน และกัมพูชา มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าสิ่งปฐรงรอาหาร ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของสิ่งปฐรงรอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.6 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าเครื่องดื่ม

4.6.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าเครื่องดื่ม ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่า RCA ของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	ลาว	1.55	14.42	31.34	31.57	25.71	27.41	22.00
2	ไทย	3.20	3.20	3.60	3.55	3.36	3.23	3.35
3	กัมพูชา	4.42	9.72	2.32	0.94	1.04	1.01	3.24
4	สิงคโปร์	3.34	3.42	3.27	3.12	2.90	2.54	3.10
5	มาเลเซีย	1.79	2.06	2.14	1.93	1.90	1.50	1.89
6	เวียดนาม	1.74	1.68	1.61	1.08	0.82	0.54	1.25
7	เกาหลีใต้	0.64	0.58	0.61	0.57	0.56	0.47	0.57

ตารางที่ 12 ค่า RCA ของเครื่องดื่มน้ำ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA (ต่อ)

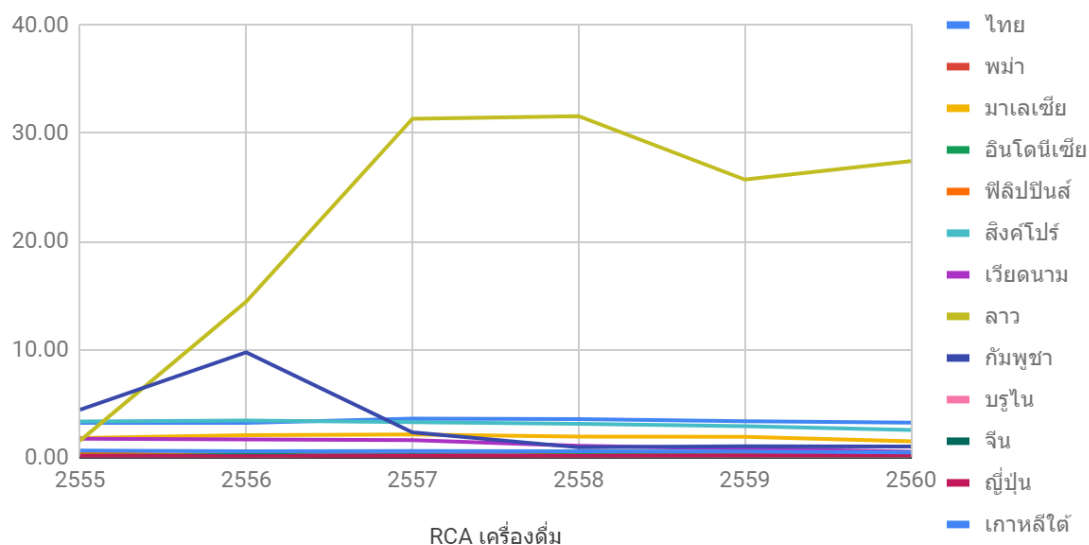
ลำดับ	ประเทศ	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
8	อินโดนีเซีย	0.26	0.26	0.36	0.32	0.39	0.36	0.32
9	ฟิลิปปินส์	0.40	0.10	0.34	0.15	0.21	0.18	0.23
10	จีน	0.16	0.17	0.21	0.16	0.17	0.15	0.17
11	ญี่ปุ่น	0.14	0.12	0.13	0.15	0.19	0.22	0.16
12	บรูไน	0.01	0.03	0.47	0.06	0.02	0.01	0.10
13	พม่า	0.15	0.08	0.07	0.06	0.08	0.07	0.09

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าเครื่องดื่มน้ำ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทย ไทย กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย มีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเครื่องดื่มน้ำ

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 3.20 , 3.20 , 3.60 , 3.55, 3.36 และ 3.23 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเครื่องดื่มน้ำ โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบค่อนข้างคงที่ แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสามในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศไทย มีเฉลี่ยของลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยที่ประเทศไทยมีลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นในระดับมาก ส่วนประเทศไทย กัมพูชา มีแนวโน้มลำดับนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลดลงอย่างต่อเนื่อง จนน้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2558 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงมาก ส่วนประเทศ

สิงคโปร์ และมาเลเซีย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกค่อนข้างผันผวนเพิ่มลงทุกปี แต่ยังคงมากกว่า 1 แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง ส่วนของประเทศเวียดนาม มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มากกว่า 1 แต่บางปี แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้ว พบว่า มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ใกล้เคียง 1 แสดงว่า สัดส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของทั้งประเทศเวียดนาม นั้นเท่ากับสัดส่วนสินค้าเกษตรส่งออกของโลก ในขณะที่ประเทศที่เหลือ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเครื่องดื่ม ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 กราฟแสดงค่า RCA ของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.6.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าสินค้าเครื่องดื่ม ดัง

ตาราง 13

ตารางที่ 13 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	สิงคโปร์	16.58%	16.64%	15.75%	14.46%	13.22%	13.23%	14.98%
2	ไทย	9.22%	8.99%	9.74%	10.01%	9.83%	9.54%	9.56%
3	มาเลเซีย	5.21%	5.90%	6.01%	5.18%	4.89%	4.49%	5.28%
4	เกาหลีใต้	4.00%	3.63%	3.79%	3.68%	3.50%	3.47%	3.68%

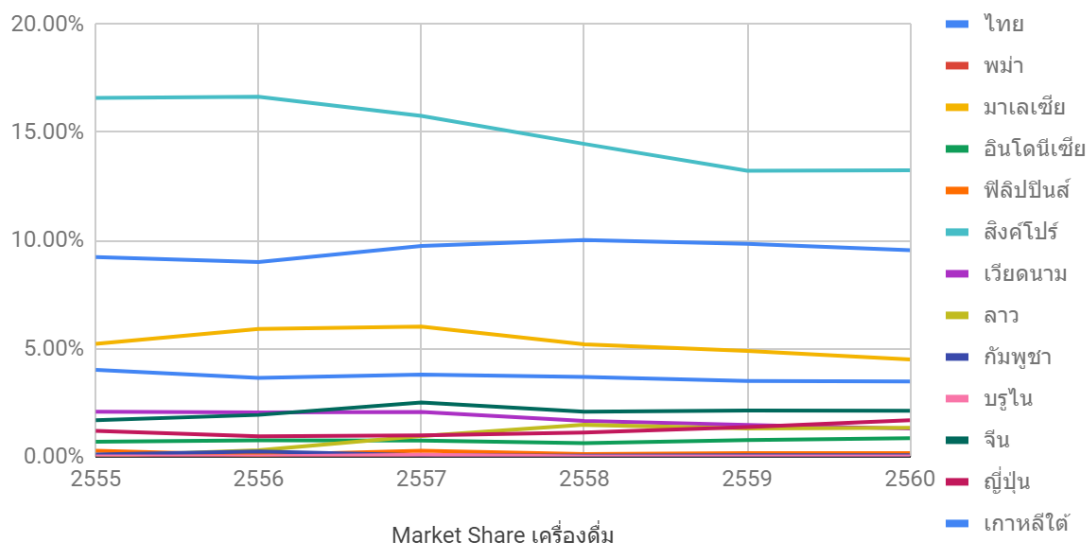
ตารางที่ 13 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องยนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 (ต่อ)

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
5	จีน	1.68%	1.92%	2.50%	2.07%	2.13%	2.12%	2.07%
6	เวียดนาม	2.07%	2.04%	2.06%	1.64%	1.46%	1.29%	1.76%
7	ญี่ปุ่น	1.18%	0.94%	0.97%	1.11%	1.36%	1.68%	1.21%
8	ลาว	0.01%	0.29%	0.95%	1.46%	1.30%	1.33%	0.89%
9	อินโดนีเซีย	0.68%	0.75%	0.74%	0.62%	0.76%	0.84%	0.73%
10	ฟิลิปปินส์	0.27%	0.08%	0.26%	0.12%	0.16%	0.16%	0.17%
11	กัมพูชา	0.10%	0.24%	0.06%	0.04%	0.06%	0.06%	0.09%
12	บรูไน	0.00%	0.01%	0.08%	0.01%	0.00%	0.00%	0.02%
13	พม่า	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.02%	0.02%	0.01%

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าเครื่องยนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 9.22 , 8.99 , 9.74 , 10.01, 9.83 และ 9.54 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงแต่ อยู่ในระดับที่มากอันดับต้นๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมี สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าเครื่องยนต์ค่อนข้างมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศสิงคโปร์ มี สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากเป็นอันดับหนึ่งในทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ ร้อยละ 16.58 , 16.64 , 15.75 , 14.46, 13.22 และ 13.23 แสดงให้เห็นว่าประเทศสิงคโปร์นั้นมีสัดส่วน ในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูง แต่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรองลงมาได้แก่ประเทศมาเลเซีย และ เกาหลีใต้ เป็นอันดับสามและสี่ตามลำดับ โดยทั้งสองประเทศ มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาด ตลาดที่ค่อนข้างผันผวนขึ้นลง อยู่ระหว่างร้อยละ 3.47 ถึงร้อยละ 6.01

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศจีน เวียดนาม ญี่ปุ่น ลาว อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา บรูไน และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 2.50 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการ ครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.7 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ

4.7.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	มาเลเซีย	3.94	3.79	3.75	3.31	3.28	2.95	3.50
2	ไทย	2.93	2.83	2.96	2.60	2.37	2.32	2.67
3	สิงคโปร์	2.88	2.58	2.88	2.53	2.26	1.83	2.49
4	อินโดนีเซีย	1.97	1.79	2.66	2.67	2.96	2.89	2.49
5	เวียดนาม	2.11	1.92	1.63	1.34	1.29	1.05	1.56
6	ฟิลิปปินส์	1.72	2.59	2.11	1.02	0.59	1.21	1.54
7	เกาหลีใต้	0.88	0.78	0.87	0.79	0.82	0.66	0.80
8	จีน	0.82	0.68	0.61	0.46	0.44	0.42	0.57

ตารางที่ 14 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA (ต่อ)

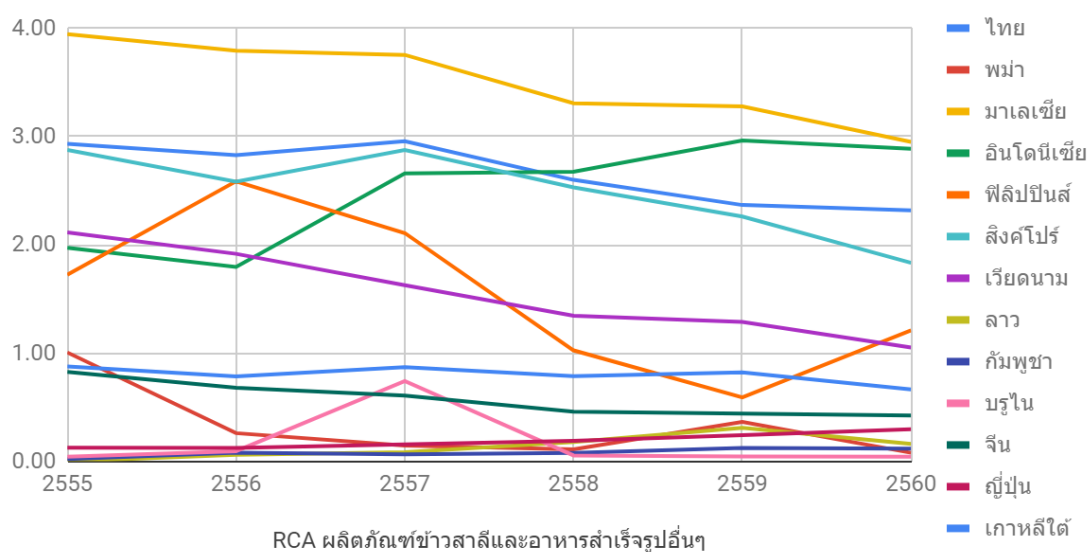
ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
9	พม่า	1.01	0.26	0.14	0.11	0.36	0.08	0.33
10	ญี่ปุ่น	0.13	0.12	0.16	0.19	0.24	0.30	0.19
11	บรูไน	0.04	0.09	0.74	0.05	0.04	0.04	0.17
12	ลาว	0.00	0.06	0.08	0.18	0.31	0.16	0.13
13	กัมพูชา	0.02	0.08	0.06	0.08	0.12	0.12	0.08

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศมาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 2.93 , 2.83 , 2.96 , 2.60, 2.37 และ 2.32 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงเล็กน้อย แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ลดลง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบเป็นอันดับสองในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศมาเลเซีย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามมาเป็นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเท่ากับ 3.94 , 3.79, 3.75, 3.31, 3.28 และ 2.95 ซึ่งมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏลดลงเล็กน้อย แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ลดลง ส่วนประเทศสิงคโปร์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าค่อนข้างคงที่ตามมาเป็นอันดับสาม แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศอินโดนีเซีย และเวียดนาม มีแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกค่อนข้างผันผวนขึ้นลง แต่ยังคงมากกว่า 1 ในทุกปีที่ทำการศึกษา แสดงว่า

มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ แม้ว่าจะมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 ในบางปีที่ทำการศึกษา แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้ว พบว่า ทั้งประเทศฟิลิปปินส์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้า ในขณะที่ประเทศที่เหลือ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 กราฟแสดงค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.7.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	สิงคโปร์	14.29%	12.57%	13.86%	11.72%	10.31%	9.53%	12.05%
2	มาเลเซีย	11.46%	10.85%	10.53%	8.87%	8.41%	8.81%	9.82%

ตารางที่ 15 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 (ต่อ)

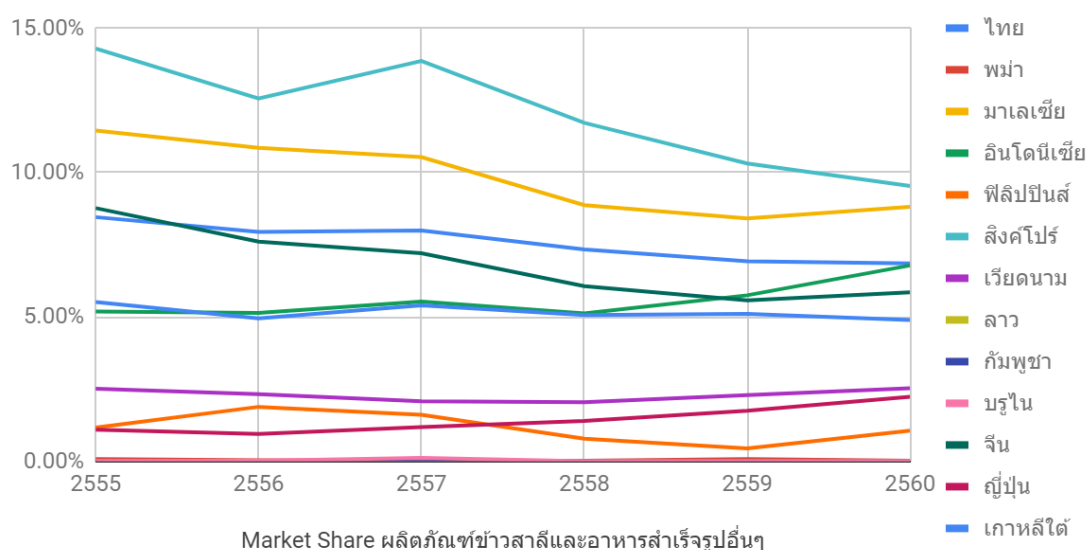
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
3	ไทย	8.46%	7.95%	7.99%	7.33%	6.93%	6.85%	7.58%
4	จีน	8.77%	7.61%	7.21%	6.06%	5.57%	5.85%	6.85%
5	อินโดนีเซีย	5.19%	5.14%	5.53%	5.12%	5.75%	6.78%	5.58%
6	เกาหลีใต้	5.51%	4.95%	5.40%	5.07%	5.11%	4.89%	5.15%
7	เวียดนาม	2.51%	2.32%	2.08%	2.04%	2.29%	2.53%	2.30%
8	ญี่ปุ่น	1.09%	0.95%	1.18%	1.40%	1.75%	2.23%	1.43%
9	ฟิลิปปินส์	1.17%	1.89%	1.61%	0.79%	0.44%	1.06%	1.16%
10	พม่า	0.08%	0.03%	0.02%	0.02%	0.07%	0.02%	0.04%
11	บรูไน	0.01%	0.02%	0.12%	0.01%	0.00%	0.00%	0.03%
12	ลาว	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.02%	0.01%	0.01%
13	กัมพูชา	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.00%

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาด เท่ากับร้อยละ 8.46, 7.95, 7.99, 7.33, 6.93 และ 6.85 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังเสียส่วนแบ่งการครองส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศสิงคโปร์ มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 14.29, 12.57 , 13.86 , 11.72, 10.31 และ 9.53 แสดงให้เห็นว่าประเทศสิงคโปร์นั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่สูง ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทย รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย โดยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ลดทุกปี ในขณะที่ประเทศจีน ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดอันดับที่สี่ ก็มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงทุกปีเช่นกันและปรับเปลี่ยนขึ้นเล็กน้อย

ในปี 2560 ส่วนของประเทศอินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ผันผวนขึ้นลงทุกปีแต่ไม่มากนัก อยู่ระหว่างร้อยละ 4.89 ถึงร้อยละ 6.78

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศเวียดนาม ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ พม่า บรูไน และลาว มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 2.53 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศกัมพูชา มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่าประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.8 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง

4.8.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าผลไม้กระป๋อง ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่า RCA ของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						ค่าเฉลี่ย
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	
1	จีน	4.07	4.42	4.20	3.65	3.84	3.73	3.98
2	ฟิลิปปินส์	3.32	2.26	3.03	2.71	2.40	2.03	2.62

ตารางที่ 16 ค่า RCA ของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA (ต่อ)

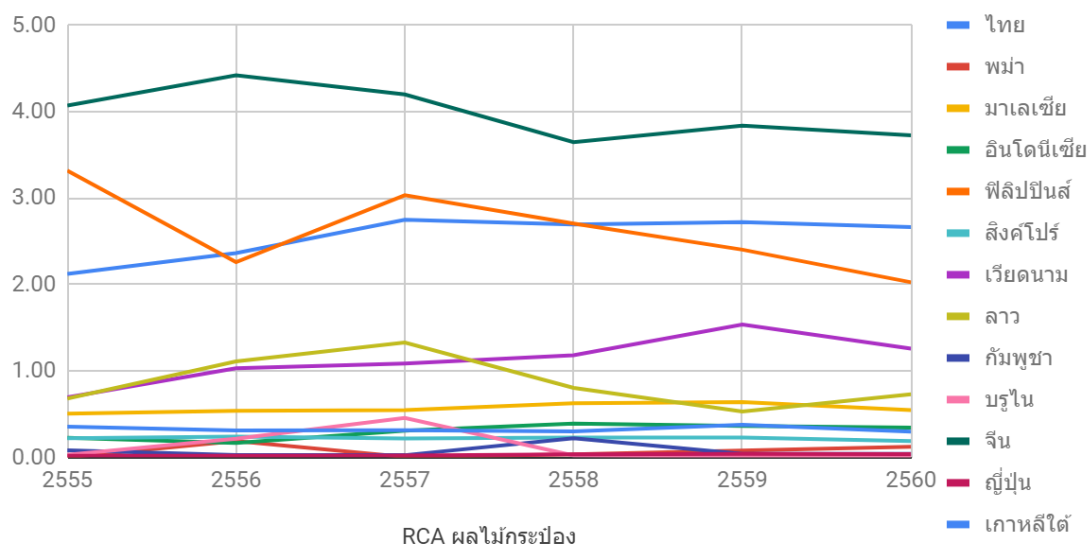
ลำดับ	ประเทศ	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
3	ไทย	2.12	2.36	2.75	2.69	2.72	2.66	2.55
4	เวียดนาม	0.70	1.03	1.09	1.18	1.54	1.26	1.13
5	ลาว	0.68	1.11	1.33	0.81	0.53	0.73	0.86
6	มาเลเซีย	0.51	0.54	0.55	0.63	0.64	0.55	0.57
7	เกาหลีใต้	0.36	0.31	0.32	0.30	0.38	0.30	0.33
8	อินโดนีเซีย	0.23	0.17	0.31	0.39	0.36	0.35	0.30
9	สิงคโปร์	0.22	0.24	0.22	0.23	0.23	0.19	0.22
10	บรูไน	0.03	0.22	0.46	0.02	0.01	0.01	0.13
11	กัมพูชา	0.08	0.03	0.03	0.22	0.04	0.04	0.07
12	พม่า	0.00	0.19	0.01	0.04	0.08	0.12	0.07
13	ญี่ปุ่น	0.02	0.02	0.02	0.04	0.04	0.04	0.03

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศจีน ฟิลิปปินส์ และไทย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 2.12, 2.36, 2.75, 2.69, 2.72 และ 2.66 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบค่อนข้างคงที่ แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบเป็นอันดับสามใน

กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนประเทศจีน มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามมาเป็นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเท่ากับ 4.07, 4.42, 4.20, 3.65, 3.84 และ 3.73 ซึ่งมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏลดลงเล็กน้อย แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าที่ลดลง รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศเวียดนาม แม้ว่าจะมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 ในบางปีที่ทำการศึกษ แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้ว พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่า 1 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้า ในขณะที่ประเทศที่เหลือ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลไม่กระป๋อง ดังภาพที่ 13



รูปภาพที่ 13 กราฟแสดงค่า RCA ของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.8.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าผลไม้กระป๋อง ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

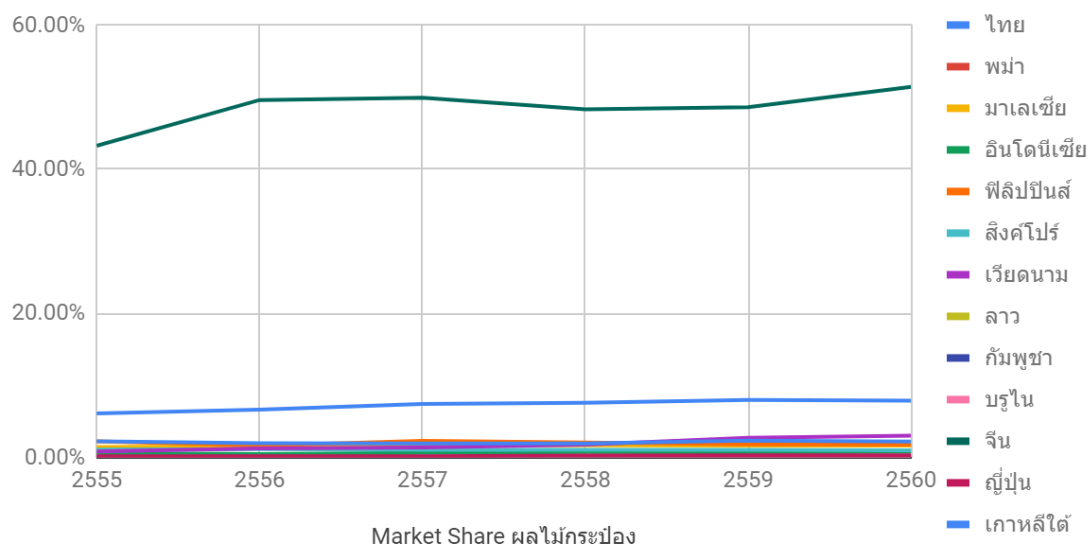
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	จีน	43.25%	49.59%	49.91%	48.32%	48.61%	51.43%	48.52%
2	ไทย	6.12%	6.64%	7.43%	7.61%	7.97%	7.87%	7.27%
3	เกาหลีใต้	2.25%	1.98%	1.96%	1.93%	2.35%	2.20%	2.11%
4	ฟิลิปปินส์	2.25%	1.65%	2.32%	2.08%	1.81%	1.78%	1.98%
5	เวียดนาม	0.83%	1.25%	1.39%	1.80%	2.74%	3.03%	1.84%
6	มาเลเซีย	1.47%	1.54%	1.54%	1.68%	1.64%	1.64%	1.59%
7	สิงคโปร์	1.11%	1.17%	1.05%	1.07%	1.05%	0.99%	1.07%
8	อินโดนีเซีย	0.60%	0.48%	0.65%	0.75%	0.71%	0.81%	0.67%
9	ญี่ปุ่น	0.16%	0.16%	0.17%	0.28%	0.31%	0.30%	0.23%
10	ลาว	0.01%	0.02%	0.04%	0.04%	0.03%	0.04%	0.03%
11	บรูไน	0.01%	0.05%	0.07%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%
12	พม่า	0.00%	0.02%	0.00%	0.01%	0.02%	0.03%	0.01%
13	กัมพูชา	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 6.12, 6.64, 7.43, 7.61, 7.97 และ 7.87 ตามลำดับ แม้ว่าเมื่อเทียบกับตลาดแล้วมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2559 และปรับลดลงเล็กน้อยในปี 2560 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการครอบครองส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋องที่เพิ่มขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามแล้วพบว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากที่สุดในทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 43.25 , 49.59,

49.91 , 48.32, 48.61 และ 51.43 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูงมากเกือบครึ่งของตลาดทั้งหมด ซึ่งถือประเทศที่ส่งออกผลไม้กระป๋องหลักในตลาดกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี รองลงมาคือประเทศไทย ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม แม้มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ไม่มากนัก อยู่ระหว่างร้อยละ 0.83 ถึงร้อยละ 2.25 แต่ก็มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่เพิ่มทุกปีเช่นกัน

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น บรูไน ลาว และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 1.68 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศกัมพูชา มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่าประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋อง ดังภาพที่ 14



ภาพที่ 14 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้กระป๋อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.9 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว

4.9.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ดังตารางที่ 18

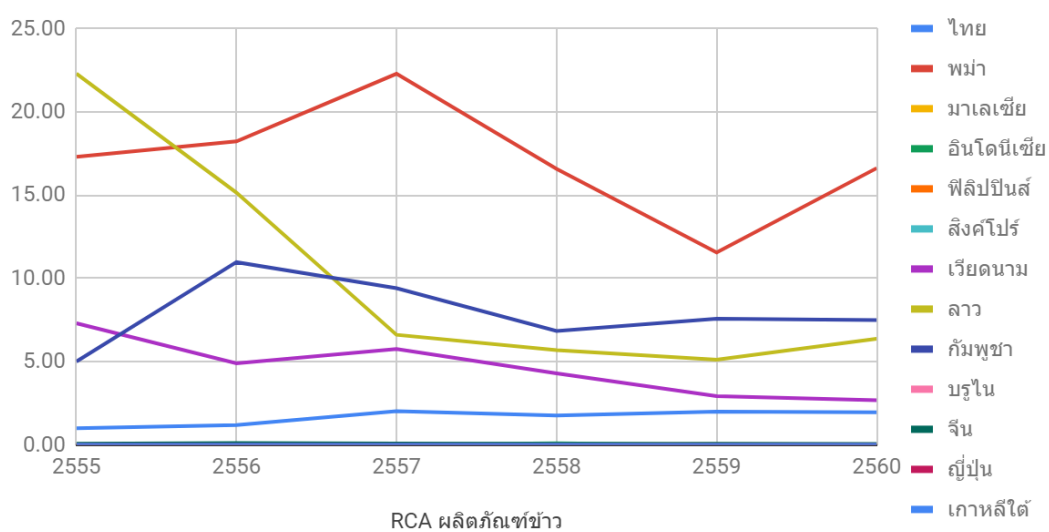
ตารางที่ 18 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	เฉลี่ย
1	พม่า	17.29	18.22	22.29	16.57	11.56	16.62	17.09
2	ลาว	22.29	15.15	6.61	5.70	5.12	6.37	10.21
3	กัมพูชา	5.01	10.97	9.41	6.84	7.58	7.50	7.89
4	เวียดนาม	7.31	4.90	5.76	4.29	2.93	2.69	4.65
5	ไทย	1.00	1.20	2.03	1.77	2.00	1.96	1.66
6	จีน	0.07	0.12	0.09	0.06	0.08	0.06	0.08
7	สิงคโปร์	0.04	0.05	0.06	0.04	0.03	0.03	0.04
8	อินโดนีเซีย	0.03	0.01	0.02	0.10	0.01	0.00	0.03
9	มาเลเซีย	0.01	0.02	0.03	0.05	0.05	0.02	0.03
10	ฟิลิปปินส์	0.00	0.02	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01
11	ญี่ปุ่น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
12	บรูไน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
13	เกาหลีใต้	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศพม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และไทย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 1.00, 1.20, 2.03, 1.77, 2.00 และ 1.96 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบผันผวนเล็กน้อย แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในบางปีที่ทำการศึกษา และในบางปีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าเท่ากับ 1 และใกล้เคียง 1 แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบยังคงมากกว่า 1 แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว แต่น้อยที่สุดในกลุ่มประเทศที่มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า 1 ส่วนประเทศพม่า มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าค่อนข้างผันผวนมากอย่างเห็นได้ชัด แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องและมากกว่าคู่แข่งในตลาดทั้งหมด รองลงมาคือประเทศลาว มีแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลดลงมาก แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ส่วนประเทศกัมพูชา และเวียดนาม ทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกที่ผันผวนขึ้นลงทุกปีที่ทำการศึกษา แสดงว่าทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศจีน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น บรูไน และเกาหลีใต้ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ดังภาพที่ 15



ภาพที่ 15 กราฟแสดงค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.9.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

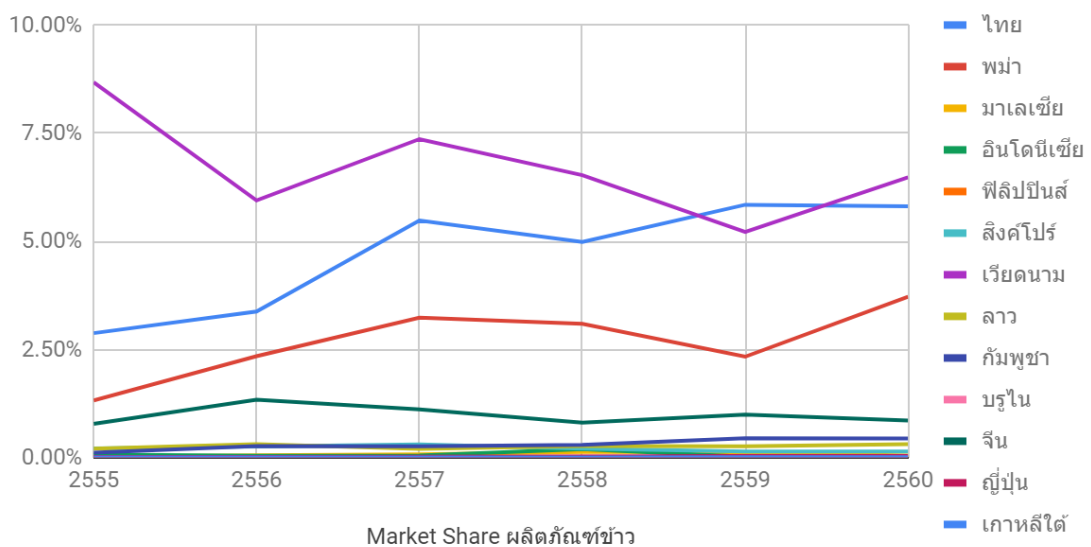
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	เวียดนาม	8.68%	5.95%	7.36%	6.53%	5.21%	6.48%	6.70%
2	ไทย	2.88%	3.37%	5.48%	4.98%	5.84%	5.81%	4.73%
3	พม่า	1.32%	2.34%	3.23%	3.09%	2.33%	3.72%	2.67%
4	จีน	0.78%	1.34%	1.11%	0.81%	0.99%	0.86%	0.98%
5	กัมพูชา	0.11%	0.27%	0.26%	0.29%	0.45%	0.44%	0.30%
6	ลาว	0.20%	0.31%	0.20%	0.26%	0.26%	0.31%	0.26%
7	สิงคโปร์	0.21%	0.25%	0.30%	0.21%	0.14%	0.14%	0.21%
8	มาเลเซีย	0.02%	0.05%	0.07%	0.13%	0.12%	0.05%	0.07%
9	อินโดนีเซีย	0.07%	0.04%	0.04%	0.19%	0.02%	0.01%	0.06%
10	ญี่ปุ่น	0.01%	0.01%	0.02%	0.02%	0.03%	0.03%	0.02%
11	ฟิลิปปินส์	0.00%	0.02%	0.01%	0.02%	0.00%	0.01%	0.01%
12	เกาหลีใต้	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.00%
13	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 2.88, 3.37, 5.48, 4.98, 5.84 และ 5.81 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศเวียดนาม มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากที่สุดทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 8.68, 5.95 , 7.36 , 6.53, 5.21 และ 6.48 แสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนามนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่ง

ตลาดตลาดที่สูงที่สุดในกลุ่มและมีความผันผวนเล็กน้อย รองลงมาได้แก่ประเทศไทย และพม่า ตามลำดับ โดยประเทศพม่ามีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่ผันผวนขึ้นลงทุกปี

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศจีน กัมพูชา ลาว สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 1.34 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนั้นมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศที่เหลือ ซึ่งได้แก่ประเทศเกาหลีใต้ และบรูไน มีส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าว ดังภาพที่ 16



ภาพที่ 16 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.10 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง

4.10.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

ลำดับ	ประเทศ	ค่าดัชนี RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	ไทย	1.49	1.49	1.52	1.55	1.57	1.56	1.53
2	เวียดนาม	1.13	1.24	1.48	1.36	1.50	1.06	1.30
3	ฟิลิปปินส์	0.89	1.21	0.72	0.49	0.34	0.28	0.66
4	อินโดนีเซีย	0.56	0.58	0.77	0.63	0.73	0.56	0.64
5	จีน	0.80	0.61	0.75	0.52	0.62	0.45	0.62
6	มาเลเซีย	0.36	0.37	0.29	0.32	0.44	0.34	0.35
7	สิงคโปร์	0.21	0.17	0.15	0.18	0.24	0.17	0.19
8	เกาหลีใต้	0.11	0.14	0.16	0.13	0.14	0.13	0.14
9	กัมพูชา	0.01	0.06	0.03	0.02	0.13	0.12	0.06
10	พม่า	0.09	0.13	0.01	0.01	0.02	0.02	0.05
11	ลาว	0.02	0.03	0.04	0.03	0.04	0.03	0.03
12	ญี่ปุ่น	0.03	0.02	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03
13	บรูไน	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00

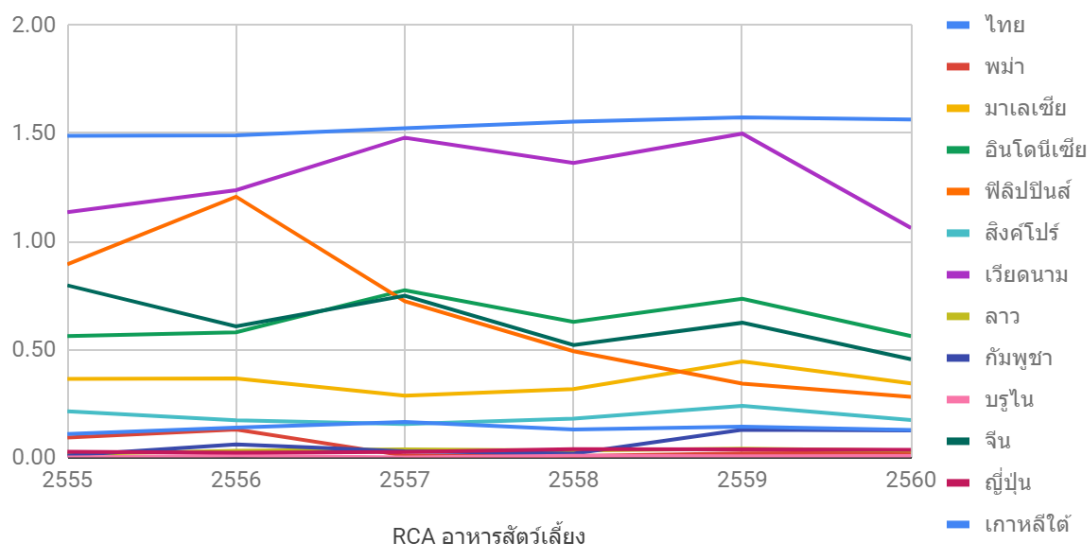
จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทยและเวียดนาม มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกมากกว่า 1 ทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 1.49 , 1.49, 1.52, 1.55, 1.57 และ 1.56

ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง โดยตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แสดงถึงการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม รองลงมาคือประเทศเวียดนาม มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามมาเป็นอันดับที่สอง โดยที่ประเทศเวียดนามมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้น แต่ปรับลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปี 2560 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและปรับลดลงเล็กน้อย ในขณะที่ประเทศที่เหลือ ได้แก่ประเทศฟิลิปปินส์ จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ พม่า กัมพูชา ลาว ญีปุ่น และบรูไน มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง ดังภาพที่

17



รูปภาพที่ 17 กราฟแสดงค่า RCA ของอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.10.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง
ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

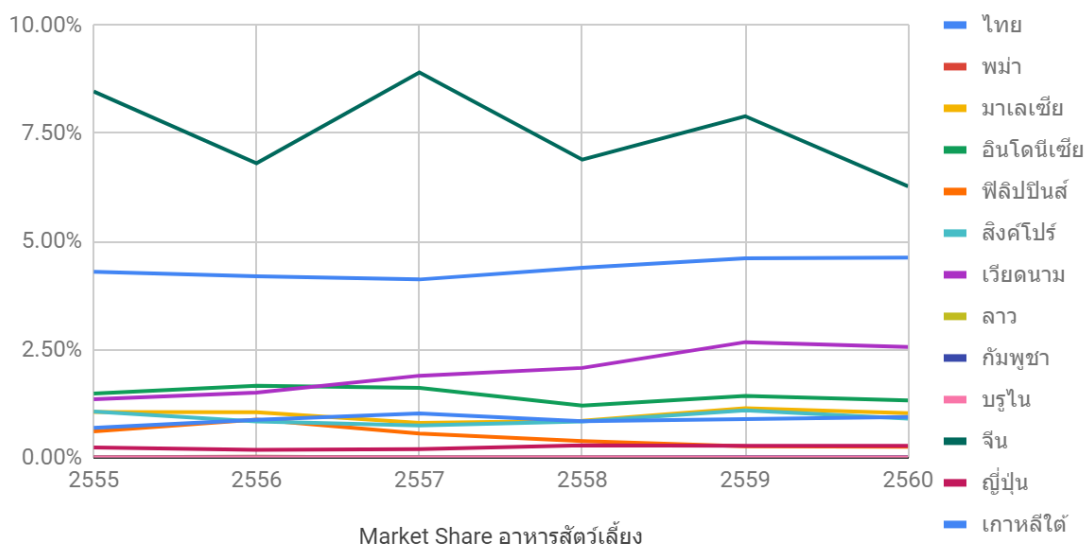
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	จีน	8.46%	6.81%	8.90%	6.89%	7.89%	6.27%	7.54%
2	ไทย	4.29%	4.19%	4.12%	4.39%	4.60%	4.62%	4.37%
3	เวียดนาม	1.35%	1.50%	1.89%	2.07%	2.67%	2.55%	2.01%
4	อินโดนีเซีย	1.48%	1.66%	1.61%	1.20%	1.42%	1.32%	1.45%
5	มาเลเซีย	1.05%	1.05%	0.80%	0.85%	1.14%	1.03%	0.99%
6	สิงคโปร์	1.06%	0.84%	0.74%	0.83%	1.09%	0.90%	0.91%
7	ฟิลิปปินส์	0.60%	0.88%	0.55%	0.38%	0.26%	0.25%	0.49%
8	ญี่ปุ่น	0.23%	0.17%	0.19%	0.28%	0.27%	0.27%	0.24%
9	พม่า	0.01%	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%
10	กัมพูชา	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.00%
11	ลาว	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
13	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 4.29, 4.19, 4.12, 4.39, 4.60 และ 4.62 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าค่อนข้างผันผวน ขึ้นลงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง แต่ยังคงอยู่ในระดับที่น้อย

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศจีน มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 8.46, 6.81, 8.90, 6.89 , 7.89 และ 6.27 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูงแต่ไม่

มากเมื่อเทียบกับตลาดโดยรวม รองลงมาได้แก่ประเทศไทย และเวียดนาม ตามลำดับ โดยประเทศ
ประเทศเวียดนามมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่เพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่าเวียดนามมี
สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้
ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น พม่า และกัมพูชา มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่
ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 1.66 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนั้นมีความสามารถในการ
ครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศที่เหลือ ซึ่งได้แก่ประเทศลาว และบรูไน มีสัดส่วน
ในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าอาหาร
สัตว์เลี้ยง ดังภาพที่ 18



ภาพที่ 18 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของอาหารสัตว์เลี้ยงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.11 ผลการศึกษาการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์

4.11.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ของสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ค่า RCA ของผลิตภัณฑ์ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย RCA

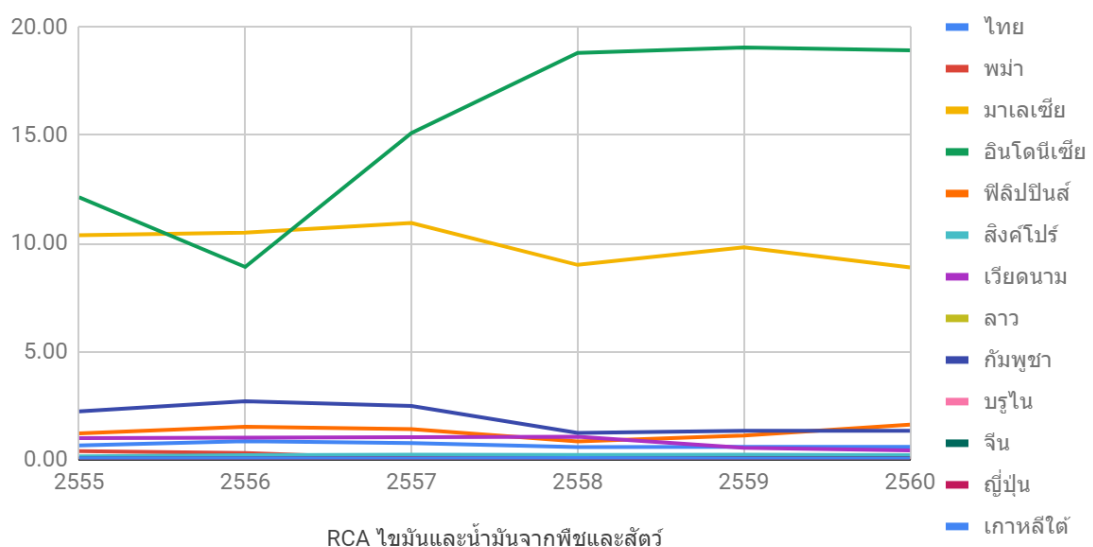
ลำดับ	ประเทศ	ลำดับนี้ RCA (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	อินโดนีเซีย	12.12	8.90	15.10	18.80	19.05	18.93	15.48
2	มาเลเซีย	10.37	10.49	10.94	9.00	9.81	8.88	9.91
3	กัมพูชา	2.23	2.69	2.48	1.23	1.33	1.33	1.88
4	ฟิลิปปินส์	1.21	1.51	1.40	0.83	1.10	1.61	1.28
5	เวียดนาม	0.99	1.01	1.03	1.06	0.54	0.42	0.84
6	ไทย	0.65	0.85	0.76	0.57	0.58	0.58	0.67
7	สิงคโปร์	0.15	0.20	0.22	0.22	0.22	0.20	0.20
8	พม่า	0.39	0.30	0.03	0.02	0.03	0.04	0.14
9	จีน	0.06	0.07	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06
10	เกาหลีใต้	0.06	0.06	0.05	0.07	0.05	0.04	0.05
11	ญี่ปุ่น	0.03	0.04	0.06	0.04	0.04	0.05	0.05
12	บรูไน	0.00	0.01	0.03	0.00	0.01	0.00	0.01
13	ลาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00

จากตารางที่ 22 เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก มากกว่า 1 ทุกปี แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์

ผลจากการคำนวณพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏในการส่งออกน้อยกว่า 1 ทุกปี ที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ 0.65, 0.85, 0.76, 0.57, 0.58 และ 0.58

ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกปีที่ทำการศึกษา ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากที่สุด โดยที่ประเทศอินโดนีเซีย มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นทุกปี และปรับลดลงเล็กน้อยในปี 2560 รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย และกัมพูชา ตามลำดับ โดยทั้งสองประเทศมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าลดลงทุกปีเล็กน้อย แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศที่เหลือ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ไทย สิงคโปร์ พม่า จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น บรูไน และลาว มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก น้อยกว่า 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19 กราฟแสดงค่า RCA ของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

4.11.2 สัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด (Market Share) ของสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ค่าส่วนแบ่งการตลาดของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

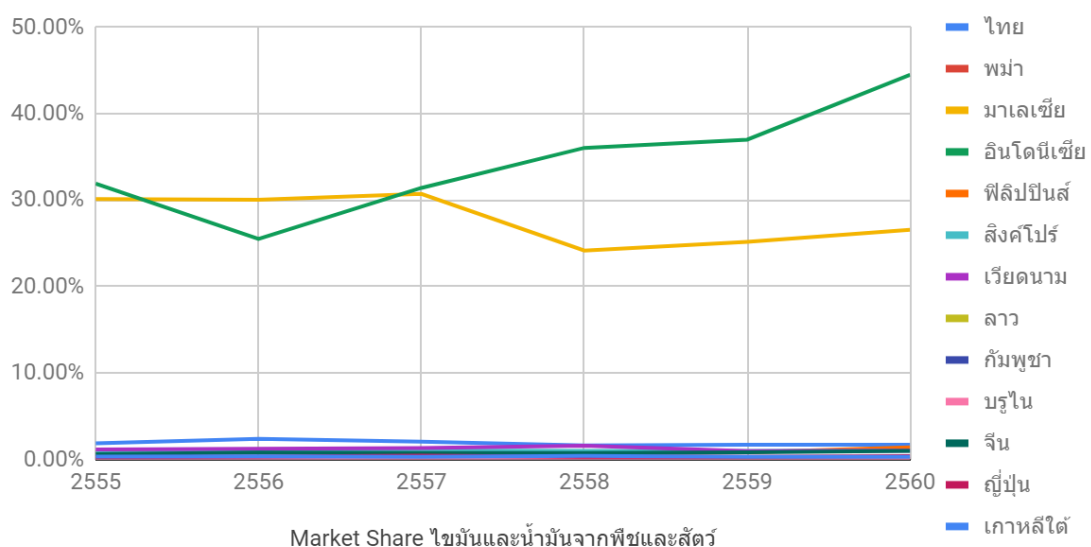
ลำดับ	ประเทศ	ค่าส่วนแบ่งการตลาด (พ.ศ.)						
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	ค่าเฉลี่ย
1	อินโดนีเซีย	31.89%	25.49%	31.40%	36.03%	36.98%	44.48%	34.38%
2	มาเลเซีย	30.12%	30.03%	30.70%	24.16%	25.17%	26.55%	27.79%
3	ไทย	1.88%	2.39%	2.07%	1.61%	1.70%	1.71%	1.89%
4	เวียดนาม	1.17%	1.23%	1.31%	1.61%	0.97%	1.02%	1.22%
5	ฟิลิปปินส์	0.82%	1.10%	1.07%	0.64%	0.83%	1.42%	0.98%
6	สิงคโปร์	0.75%	0.96%	1.06%	1.00%	1.00%	1.02%	0.96%
7	จีน	0.62%	0.80%	0.75%	0.74%	0.83%	0.99%	0.79%
8	ญี่ปุ่น	0.29%	0.35%	0.44%	0.32%	0.33%	0.39%	0.35%
9	เกาหลีใต้	0.35%	0.36%	0.30%	0.43%	0.30%	0.32%	0.34%
10	กัมพูชา	0.05%	0.07%	0.07%	0.05%	0.08%	0.08%	0.07%
11	พม่า	0.03%	0.04%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.02%
12	บรูไน	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
13	ลาว	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดของสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาด เท่ากับร้อยละ 1.88, 2.39, 2.07, 1.61, 1.70 และ 1.71 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าค่อนข้างผันผวนขึ้นลงและอยู่ในระดับที่น้อยมาก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดในการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ค่อนข้างน้อยมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม แล้วพบว่าประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดมากที่สุดทุกปีที่ทำการศึกษา โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 31.89,

25.49, 31.40, 36.03, 36.98 และ 44.48 แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียนั้นมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่สูงมากเมื่อเทียบกับตลาดโดยรวม และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในปีหลังๆ รองลงมาได้แก่ประเทศมาเลเซีย และ ไทย ตามลำดับ โดยประเทศประเทศมาเลเซียมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงทุกปี แสดงให้เห็นว่ามาเลเซียมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดที่มีแนวโน้มลดลง

ในส่วนของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ประเทศเวียดนาม สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น กัมพูชา และพม่า มีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดไม่ต่างกันมากนัก คืออยู่ระหว่างช่วงร้อยละ 0.01 ถึงร้อยละ 1.61 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศที่เหลือนี้มีความสามารถในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มากนัก ส่วนประเทศที่เหลือ ซึ่งได้แก่ประเทศบรูไนและลาวมีสัดส่วนในการครองส่วนแบ่งตลาดตลาดเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศนี้ ไม่มีการส่งออกสินค้าไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ดังภาพที่ 20



ภาพที่ 20 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ ของ B.Balassa (1965) และการเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าส่งออกประเภทสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยผู้ศึกษาได้ทำการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ค่าดัชนีความสามารถในการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

การวิเคราะห์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรแต่ละประเภทพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรเกือบทุกประเภท โดยอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.02 รองลงมาได้แก่ น้ำตาลทราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.50 ลำดับถัดมาได้แก่ ผักกระป๋องและผักแปรรูป สิ่งปรงรสอาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าว และอาหารสัตว์เลี้ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.91, 3.84, 3.35, 2.67, 2.55, 1.66 และ 1.53 ตามลำดับ ส่วนไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ที่มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเท่ากับ 0.67 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 1 ดังแสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ ดังตารางที่ 24

5.1.2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเปรียบเทียบรายประเทศ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏร่วมกับค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามของประเทศไทยจะเห็นได้ว่า มีสินค้าที่มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ใน 3 อันดับแรก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ยกเว้นผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีความได้เปรียบในการส่งออกแต่ไม่ได้อยู่ใน 3 อันดับแรก และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นสินค้าที่

มีความเสียเปรียบในการส่งออกซึ่งอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏสูงที่สุด ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ และเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง ผักกระป๋องและผักแปรรูป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดพบว่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ใน 3 อันดับแรกในทุกประเภทสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยน้ำตาลทราย และสิ่งปรุงรสอาหารมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม นอกจากนั้นอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋อง เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง ผักกระป๋องและผักแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าว มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่สองเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ส่วนผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ มีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่สามเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ดังตารางที่ 2 5

ในส่วนประเทศอื่น ๆ มีเพียงสินค้าบางประเภทที่อยู่ในอันดับ 1 – 3 โดยประเทศอื่น ๆ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าแต่ละประเภทสินค้า ประกอบไปด้วย ประเทศลาวที่ได้เปรียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ประเทศจีนได้เปรียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าประเภทผลไม้กระป๋องและมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 1 เช่นกัน ประเทศพม่าได้เปรียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าประเภทน้ำตาลทรายซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 ผักกระป๋องและผักแปรรูป ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 4 และ ผลิตภัณฑ์ข้าวซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 3 ประเทศมาเลเซียได้เปรียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 และประเทศอินโดนีเซียได้เปรียบเป็นอันดับที่ 1 ในสินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 1 ดังตารางที่ 25

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) และส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามแยกตามปี พ.ศ.

สินค้า	2555		2556		2557		2558		2559		2560		ค่าเฉลี่ย	
	RCA	MS	RCA	MS	RCA	MS	RCA	MS	RCA	MS	RCA	MS	RCA	MS
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	9.64	27.80%	10.25	28.82%	9.64	26.08%	9.69	27.36%	10.21	29.88%	10.69	31.62%	10.02	28.59%
น้ำตาลทราย	12.14	35.03%	9.08	25.53%	10.09	27.30%	10.08	28.44%	7.96	23.30%	7.64	22.58%	9.50	27.03%
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	5.25	15.14%	6.12	17.21%	7.26	19.63%	6.80	19.21%	4.95	14.48%	5.11	15.11%	5.91	16.79%
สิ่งปฏุงรสอาหาร	3.92	11.30%	4.01	11.28%	4.30	11.63%	3.77	10.65%	3.53	10.33%	3.49	10.32%	3.84	10.92%
เครื่องดื่ม	3.20	9.22%	3.20	8.99%	3.60	9.74%	3.55	10.01%	3.36	9.83%	3.23	9.54%	3.35	9.56%
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	2.93	8.46%	2.83	7.95%	2.96	7.99%	2.60	7.33%	2.37	6.93%	2.32	6.85%	2.67	7.58%
ผลไม้กระป๋อง	2.12	6.12%	2.36	6.64%	2.75	7.43%	2.69	7.61%	2.72	7.97%	2.66	7.87%	2.55	7.27%
ผลิตภัณฑ์ข้าว	1.00	2.88%	1.20	3.37%	2.03	5.48%	1.77	4.98%	2.00	5.84%	1.96	5.81%	1.66	4.73%
อาหารสัตว์เลี้ยง	1.49	4.29%	1.49	4.19%	1.52	4.12%	1.55	4.39%	1.57	4.60%	1.56	4.62%	1.53	4.37%
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	0.65	1.88%	0.85	2.39%	0.76	2.07%	0.57	1.61%	0.58	1.70%	0.58	31.62%	0.67	1.89%

ตารางที่ 25 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสามแบ่งตามประเภทสินค้า

	อาหารทะเล กระป๋องและ แปรรูป		น้ำตาลทราย		ผลไม้กระป๋อง		ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและ อาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ		เครื่องดื่ม		อาหารสัตว์เลี้ยง		สิ่งปฏุงรสอาหาร		ไขมันและน้ำมันจาก พืชและสัตว์		ผักกระป๋องและผัก แปรรูป		ผลิตภัณฑ์ข้าว	
	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS
ไทย	10.02	28.59%	9.50	27.03%	2.55	7.27%	2.67	7.58%	3.35	9.56%	1.53	4.37%	3.84	10.92%	0.67	1.89%	5.91	16.79%	1.66	4.73%
เกาหลีใต้	0.29	1.84%	0.56	3.61%	0.33	2.11%	0.80	5.15%	0.57	3.68%	0.14	0.87%	0.87	5.61%	0.05	0.34%	0.21	1.36%	0.00	0.00%
บรูไน	0.01	0.00%	0.01	0.00%	0.13	0.02%	0.17	0.03%	0.10	0.02%	0.00	0.00%	0.02	0.00%	0.01	0.00%	0.06	0.01%	0.00	0.00%
กัมพูชา	0.01	0.00%	5.97	0.25%	0.07	0.00%	0.08	0.00%	3.24	0.09%	0.06	0.00%	0.02	0.00%	1.88	0.07%	5.78	0.21%	7.89	0.30%
ลาว	0.00	0.00%	15.82	0.39%	0.86	0.03%	0.13	0.01%	22.00	0.89%	0.03	0.00%	0.97	0.04%	0.00	0.00%	15.35	0.53%	10.21	0.26%
เวียดนาม	4.97	7.55%	1.23	1.67%	1.13	1.84%	1.56	2.30%	1.25	1.76%	1.30	2.01%	1.87	2.87%	0.84	1.22%	4.25	6.18%	4.65	6.70%
ฟิลิปปินส์	1.04	0.79%	1.45	1.08%	2.62	1.98%	1.54	1.16%	0.23	0.17%	0.66	0.49%	0.47	0.36%	1.28	0.98%	0.31	0.23%	0.01	0.01%
จีน	4.09	49.43%	0.64	7.85%	3.98	48.52%	0.57	6.85%	0.17	2.07%	0.62	7.54%	0.88	10.72%	0.06	0.79%	4.68	57.51%	0.08	0.98%
พม่า	0.08	0.01%	20.12	4.05%	0.07	0.01%	0.33	0.04%	0.09	0.01%	0.05	0.01%	0.10	0.01%	0.14	0.02%	37.58	5.17%	17.09	2.67%
มาเลเซีย	0.42	1.17%	0.65	1.82%	0.57	1.59%	3.50	9.82%	1.89	5.28%	0.35	0.99%	2.89	8.10%	9.91	27.79%	0.76	2.13%	0.03	0.07%
อินโดนีเซีย	1.05	2.35%	0.65	1.45%	0.30	0.67%	2.49	5.58%	0.32	0.73%	0.64	1.45%	2.70	6.03%	15.48	34.38%	0.44	0.99%	0.03	0.06%
สิงคโปร์	0.19	0.90%	0.21	1.03%	0.22	1.07%	2.49	12.05%	3.10	14.98%	0.19	0.91%	1.80	8.67%	0.20	0.96%	0.07	0.32%	0.04	0.21%
ญี่ปุ่น	0.12	0.90%	0.04	0.33%	0.03	0.23%	0.19	1.43%	0.16	1.21%	0.03	0.24%	0.35	2.71%	0.05	0.35%	0.01	0.09%	0.00	0.02%

หมายเหตุ : RCA = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ และ MS = ส่วนแบ่งการตลาด

ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 1
ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 2
ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 3

ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 1
ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 2
ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 3

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสามตามผลการเปรียบเทียบดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าส่งออกประเภทสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าสินค้าแต่ละประเภทมีความได้เปรียบเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดร่วมด้วยจะเห็นว่า สินค้าบางประเภทถึงแม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม แต่ยังมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยกว่า จึงสามารถสรุปผลได้ตามรายละเอียดดังนี้

5.2.1 อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 10.02 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 28.59 ประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 4.97 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 7.55 ประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 4.09 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 49.43 ประเทศอินโดนีเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.05 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 2.35 และประเทศฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.04 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.79

5.2.2 น้ำตาลทราย เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศพม่าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 20.12 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 4.05 ประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 15.82 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.39 ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 9.50 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 27.03 ประเทศกัมพูชาที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 5.97 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.25 ประเทศฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.45 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.08 และประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.23 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.67 นอกจากนี้ยังมีประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า 1 คือ 0.64 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามถึงร้อยละ 7.85

5.2.3 ผลไม้กระป๋อง เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.98 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 48.52 ประเทศฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.62 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.98 ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.55 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 7.27 และประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.13 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.84 นอกจากนี้ยังมีประเทศเกาหลีใต้ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า 1 คือ 0.33 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามถึงร้อยละ 2.11

5.2.4 ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.50 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 9.82 ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.67 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 7.58 ประเทศอินโดนีเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.49 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 5.58 และประเทศสิงคโปร์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.49 เช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 12.05 ประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.56 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 2.30 และประเทศฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.54 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.16

5.2.5 เครื่องดื่ม เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 22.00 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.89 ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.35 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 9.56 ประเทศกัมพูชาที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.24 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.09 ประเทศสิงคโปร์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.10 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 14.98 ประเทศมาเลเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.89 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 5.28 และประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.25 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 1.76

5.2.6 อาหารสัตว์เลี้ยง เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 2 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.53 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 4.37 และประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.30 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 2.01 นอกจากนี้ยังมีประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า 1 คือ 0.62 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามถึงร้อยละ 7.54

5.2.7 สิ่งปฏุงรอาหาร เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 3.84 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 10.92 ประเทศมาเลเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.89 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 8.10 ประเทศอินโดนีเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.70 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 6.0 ประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.87 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 2.87 และประเทศสิงคโปร์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.80 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 8.67 นอกจากนี้ยังมีประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า 1 คือ 0.88 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามถึงร้อยละ 10.72

5.2.8 ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 15.48 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 34.38 ประเทศมาเลเซียที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 9.91 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 27.79 ประเทศกัมพูชาที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.88 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.07 และประเทศฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.28 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.98 นอกจากนี้ยังมีประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า 1 คือ 0.67 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 1.89 และถึงแม้ว่าค่าส่วนแบ่งการตลาดจะไม่สูงมากแต่จัดอยู่ในอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม

5.2.9 ผักกระป๋องและผักแปรรูป เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน บวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศพม่าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 15.48 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 34.38 ประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 15.35 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.53 ประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 5.91 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 16.79 ประเทศกัมพูชาที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 5.78 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.21 ประเทศจีนมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 4.68 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 57.51 และประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 4.25 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 6.18

5.2.10 ผลิตภัณฑ์ข้าว เป็นสินค้าที่มีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศพม่ามีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 17.09 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 2.67 ประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 10.21 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.26 ประเทศกัมพูชาที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 7.89 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 0.30 ประเทศเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 4.65 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 6.70 และประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 1.66 และมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 4.73

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ในปี พ.ศ. 2555 – 2560 ที่ทำการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ส่งออกไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ด้วยวิธีการคำนวณจากสูตรการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏของ B. Balassa (1965 อ้างถึงใน จิราวรรณ โกช่วย, 2552) พบว่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรจำนวน 9 รายการจากทั้งหมด 10 รายการ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง

สิ่งปรุงรสอาหาร ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าว มีความได้เปรียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม ยกเว้นไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ที่มีความเสียเปรียบในการส่งออก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากวิธีการศึกษาและประเภทของสินค้าที่ศึกษาแล้วผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวภาคย์ โล่ห์เพชร (2556) เรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าของไทยไปในกลุ่มอาเซียนบวกสามที่ทำการศึกษา โดยวิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏเช่นเดียวกัน แต่ศึกษาในสินค้าจำนวน 9 กลุ่มสินค้าที่มีการส่งออก และนำเข้าสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 9 กลุ่มสินค้า อันประกอบด้วยสินค้ากลุ่มปลาและสัตว์น้ำ กลุ่มพืชผักและการบริโภค กลุ่มข้าวและธัญพืช กลุ่มไขมันและน้ำมันจากพืช กลุ่มน้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาล กลุ่มของปรุงแต่งจากธัญพืช แป้ง และนม กลุ่มซอส ซุป น้ำปลา และเครื่องปรุงอื่น ๆ กลุ่มเครื่องดื่ม สุรา และน้ำส้มสายชู และกลุ่มยางพารา ที่ผลการศึกษาพบว่าไขมันและน้ำมันจากพืช มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันตั้งแต่ พ.ศ. 2550 – 2554 นอกจากนี้ยังมีสินค้าอื่น ๆ ที่ทำการศึกษา และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม อันได้แก่ ปลาและสัตว์น้ำ ข้าวและธัญพืช น้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาล ของปรุงแต่งจากธัญพืช ซอส ซุป น้ำปลา และเครื่องปรุงอื่น ๆ สุรา น้ำส้มสายชู รวมถึงยาง และสินค้าที่ทำด้วยยาง โดยน้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาลเป็นสินค้าที่มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงที่สุด นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิราวรรณ โกช่วย (2552) เรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าสำคัญของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏที่ได้จากการคำนวณจากสูตรตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏเช่นเดียวกัน ในสินค้าส่งออก 20 อันดับที่ประเทศไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ซึ่งผลการศึกษาที่ได้คือ มีสินค้าเพียง 3 รายการที่มีความได้เปรียบทุกประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และน้ำตาล ซึ่งผลการศึกษาที่สอดคล้องกัน ได้แก่ ผลการศึกษาในส่วนของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกประเทศสมาชิกในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ยกเว้นน้ำตาลทรายที่ที่มีความได้เปรียบเพียง 10 ประเทศในกลุ่มสมาชิก และ ข้าวที่เป็นสินค้าที่ไม่ได้ทำการศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวพิมพ์ เลี่ยมมินฟูล (2556) ที่ทำการศึกษารื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียนแต่ยังไม่รวม 3 ประเทศนอกกลุ่มอาเซียนที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา โดยผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในสินค้าทั้ง 3 ชนิดที่ทำการศึกษา อันได้แก่ สินค้าเกษตรรหัส 16 ประกอบด้วยของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลาหรือสัตว์น้ำจำพวกครัสเตเชีย โมลลัสก์ หรือจากสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกสันหลังอื่น ๆ สินค้าเกษตรรหัส 10 ประกอบด้วย ธัญพืช และ สินค้ารหัส 17

ประกอบด้วยน้ำตาล และขนมทำจากน้ำตาล โดยการหาค่าดัชนีความสามารถในการส่งออก รวมถึงค่า ส่วนแบ่งการตลาด ค่าผลกระทบทางโครงสร้างค่าผลกระทบการดำเนินงาน และค่าผลกระทบรวม ซึ่ง สอดคล้องกับผลของการศึกษาที่ทำการศึกษารายในส่วนองน้ำตาลทรายที่มีความได้เปรียบในการ ส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่เมื่อพิจารณาในส่วนองวิธีการศึกษาพบว่า ยังไม่สอดคล้องกันในส่วนอง เนื่องจากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสุวพิมพ์ เลี่ยมมินฟูล (2556) เป็นการวิเคราะห์ตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีความสอดคล้องกับ การศึกษาของผู้ศึกษา แต่มีการใช้ค่าดัชนีความสามารถในการส่งออกมาพิจารณาความได้เปรียบแทน การหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏโดยตรง

5.2.2 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่า สิ่งปฐรสอาหารและน้ำตาลทราย เป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่ส่งออกไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามที่มีสัดส่วน ของส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวพิมพ์ เลี่ยมมินฟูล (2556) ที่ ทำการศึกษาด้วยค่าส่วนแบ่งการตลาด ของสินค้าเกษตร 3 ชนิด โดยที่น้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาล มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด ระหว่างปี พ.ศ. 2551 - 2554 ในตลาดการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ใน กลุ่มอาเซียน ซึ่งยังไม่รวม 3 ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน ได้แก่ ประเทศประเทศจีน ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น และเมื่อพิจารณาวิธีการศึกษาและเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาด ยังไม่มีความ สอดคล้องกันกับการศึกษาของ จิราวรรณ โกช่วย (2552) ที่ทำการศึกษารายในส่วนองแบบจำลองส่วน แบ่งการตลาดคงที่ เพื่ออธิบายการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าของไทยไปยังประเทศกลุ่ม สมาชิกอาเซียนบวกสาม ในขณะที่การศึกษารายอง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสามนี้เป็นการศึกษาด้วยการ นำค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดมาพิจารณาเปรียบเทียบกันระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มสมาชิก อาเซียนบวกสามเพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยที่มี ความสอดคล้องกับค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่มีการส่งออกสินค้า อุตสาหกรรมเกษตร ไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม

5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงรายการสินค้าที่มีความได้เปรียบในการ ส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสามจากการพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบ รวมถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยัง ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามจากการพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด พบว่าสามารถแบ่ง ตามศักยภาพในการแข่งขัน 3 กลุ่ม โดยกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงคือสินค้าที่มีค่าเฉลี่ย ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1 มาก กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง คือ

สินค้าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1 เล็กน้อย และกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย คือสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่า 1 ดังนี้

5.3.1 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความน่าสนใจ เหมาะแก่การมุ่งเน้น ส่งเสริมให้มีการผลิตและส่งออก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปฐพีรสาอาหาร ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋อง โดยมีข้อค้นพบของสินค้าแต่ละประเภทดังนี้

1) การส่งออกสินค้าประเภทอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอยู่ในอันดับที่ 1 (10.02) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยอันดับที่ 2 และ 3 ได้แก่ ประเทศเวียดนาม (4.97) และประเทศจีน (4.09) ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาด พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่อันดับที่ 2 (28.59%) รองจากประเทศจีน แสดงว่าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศไทยเป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านการส่งออกมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่ปริมาณการส่งออกยังถือว่าน้อยกว่าประเทศจีนที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 1 (49.43%) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ซึ่งเป็นประเทศมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏที่น้อยกว่าประเทศไทย

2) การส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 2.67 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม รองจากประเทศมาเลเซียที่อยู่ในอันดับที่ 1 (3.50) เล็กน้อย โดยประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอยู่ใน 3 อันดับแรก และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นได้ว่ามีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 3 (7.58%) รองจากประเทศสิงคโปร์ (12.05%) และประเทศมาเลเซีย (9.82%) และอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน จึงถือได้ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เหมาะแก่การส่งเสริมการผลิตและการส่งออกเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่มากยิ่งขึ้น

3) การส่งออกสินค้าประเภทสิ่งปฐพีรสาอาหารไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 3.84 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม รองลงมาได้แก่ประเทศมาเลเซีย (2.89) และประเทศอินโดนีเซีย (2.70) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน และจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมี

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก และได้เปรียบมากกว่าประเทศสมาชิกอื่น ๆ เพียงเล็กน้อย (3.84) ดังนั้นประเทศสมาชิกที่เหลือก็มีความได้เปรียบที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 10.92 เป็นอันดับที่ 1 เช่นเดียวกับค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและแตกต่างจากอันดับที่ 2 อย่างประเทศจีน ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่า 1 คือ 0.88 แต่ยังมีการส่งออกและอันดับที่ 3 อย่างประเทศสิงคโปร์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพียงเล็กน้อย (1.08) แสดงว่าสินค้าประเภทสิ่งปฐยุธอาหารของประเทศไทยเหมาะแก่การรักษาระดับการผลิต และส่งเสริมการผลิตและการส่งออกให้สูงขึ้น เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่มากยิ่งขึ้น

4) การส่งออกสินค้าประเภทผักกระป๋องและผักแปรรูปไปยังประเทศกลุ่มอาเซียน บวกสาม พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 5.91 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม รองจากอันดับที่ 1 ได้แก่ประเทศพม่า (37.58) และอันดับที่ 2 ประเทศลาว (15.35) โดยที่ทั้ง 2 ประเทศ มีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดไม่สูงมากนัก และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยจะเห็นได้ว่ามีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 16.79 เป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศจีน (4.68) ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบที่ใกล้เคียงกับประเทศไทยมาก แต่ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 57.51 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงมาก ถือได้ว่าประเทศจีนเป็นเจ้าตลาดในการส่งออก และเป็นคู่แข่งที่สำคัญมาก ผักกระป๋องและผักแปรรูปของประเทศไทยจึงเป็นสินค้าที่เหมาะสมแก่การส่งเสริมการผลิตและการส่งออก เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่มากยิ่งขึ้น

5) การส่งออกสินค้าประเภทเครื่องดื่มไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่า ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 3.35 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามซึ่งรองจากประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 1 และมีค่าสูงถึง 22.00 แต่ประเทศลาวมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงแค่อ้อยละ 0.89 และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยพบว่าค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 (9.56%) รองจากประเทศสิงคโปร์ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏใกล้เคียงกับประเทศไทยมาก (3.10) และส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย (14.98%) จึงถือได้ว่าเครื่องดื่มของไทยเป็นสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สามารถแข่งขันได้ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม และเหมาะแก่การส่งเสริมการผลิตและการส่งออกเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่มากยิ่งขึ้น

6) การส่งออกสินค้าประเภทน้ำตาลไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าโดยประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 9.5 เป็นค่าเฉลี่ยที่อยู่ในอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำตาลทรายแต่ยังคงได้เปรียบน้อยกว่าประเทศพม่าและประเทศลาวที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ในอันดับที่ 1 (20.12) และอันดับที่ 2 (15.82) เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ประเทศไทยมุ่งเน้นผลิตน้ำตาลทรายเพื่อการส่งออกสูงมาก จนค่าเฉลี่ยของส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 1 (27.03) ซึ่งมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยอันดับที่ 2 (7.85) ได้แก่ประเทศจีนที่มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏต่ำกว่า 1 (0.64) แต่ยังคงมีการผลิตและส่งออก และประเทศพม่าที่มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏสูงมากถึง 20.12 แต่สามารถครองตลาดได้เพียงร้อยละ 4.05 เท่านั้น

7) การส่งออกสินค้าประเภทผลไม้กระป๋องไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 2.55 เป็นอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนบวกสาม แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลไม้กระป๋องในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่พอกว่าประเทศจีน (3.98) และประเทศฟิลิปปินส์ (2.62) ที่อยู่ในอันดับที่ 1 และ อันดับที่ 2 เล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม นอกจากนี้เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 (7.27) รองจากประเทศจีนที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดที่สูงมากถึงร้อยละ 48.52 เมื่อพิจารณาแล้วจึงถือได้ว่าผลไม้กระป๋องเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่สามารถส่งเสริมการผลิตเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้นได้

5.3.2 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง เป็นกลุ่มสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง เหมาะแก่การคงระดับการผลิตเพื่อรักษาสวนแบ่งการตลาดหรือลดทอนการผลิตในกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าว โดยมีข้อค้นพบของสินค้าแต่ละประเภทดังนี้

1) การส่งออกสินค้าประเภทอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 1.53 เป็นค่าที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ซึ่งสินค้าประเภทอาหารสัตว์มีเพียงประเทศไทยและประเทศเวียดนามเท่านั้นที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ

สมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นว่า อันดับที่ 1 เป็นของ ประเทศจีน (7.54%) ที่ไม่ได้มีความได้เปรียบในการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังประเทศในกลุ่ม สมาชิกอาเซียนบวกสามเลย โดยประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 (4.37%) และประเทศเวียดนามอยู่ในอันดับที่ 3 (2.01%) ถือได้ว่าสินค้าประเภทอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยเป็น สินค้าที่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบกับในการส่งออกและมีความสามารถในการแข่งขัน เหมาะแก่ การส่งเสริมการผลิตเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่มากยิ่งขึ้น

2) การส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ข้าวไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยมี ค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 1.66 แต่ยังคงน้อยกว่า 3 อันดับแรกอย่าง ประเทศพม่า (17.09) ลาว (10.21) และกัมพูชา (7.89) เมื่อเปรียบเทียบกันในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวก สาม แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาด พบว่า ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ใน อันดับที่ 2 (4.73%) รองจากประเทศเวียดนาม (6.70%) เมื่อเปรียบเทียบกันในกลุ่มสมาชิกอาเซียน บวกสาม แสดงว่าผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกไปยัง ประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม

5.3.2 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเสียเปรียบในการ ส่งออก เหมาะแก่การลดทอนการผลิตกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย สินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ โดยมีข้อค้นพบของสินค้าดังนี้

1) การส่งออกสินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ไปยังประเทศกลุ่ม อาเซียนบวกสาม พบว่า ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏอยู่ที่ 0.67 ซึ่งถือว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่ส่งออกมายังกลุ่มสมาชิก อาเซียนบวกสาม แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดพบว่าประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่ง การตลาดอยู่ที่ร้อยละ 1.89 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามแล้ว อยู่ใน อันดับที่ 3 รองจากประเทศอินโดนีเซีย (34.38%) และประเทศมาเลเซีย (27.79%) ถึงแม้ว่าประเทศ ไทยมีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดติดอยู่ใน 3 อันดับแรก แต่มีความแตกต่างกับอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 เป็นอย่างมาก รวมถึงค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่น้อยกว่า 1 ไขมันและน้ำมันจาก พืชและสัตว์จึงเป็นสินค้าที่ไม่เหมาะแก่การส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม รวมถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม จึงสามารถนำเอาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ เดวิด ริคาร์โด ที่มุ่งเน้นให้ประเทศผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบสูงสุด (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2555) มาปรับใช้ได้ โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ โดยแบ่งกลุ่มสินค้าตามศักยภาพในการแข่งขัน ดังนี้

5.4.1 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง

1) สินค้าประเภทอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตและส่งออก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาด แต่มีคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศจีนซึ่งมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้อยกว่า แต่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าประเทศไทยเป็นอย่างมาก อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจึงเป็นสินค้าที่น่าสนใจสำหรับภาคธุรกิจ ดังนั้น รัฐบาลควรให้การส่งเสริมตั้งแต่ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์ทะเล ผู้ประกอบการจับสัตว์ทะเล ผู้ประกอบการนำเข้า สัตว์ทะเลเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบ ผู้ประกอบการแปรรูป ไปจนถึงผู้ประกอบการส่งออก โดยกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรมุ่งเน้นพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์ทะเลให้ผลผลิตมีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด รวมไปถึงกระทรวงแรงงานที่ควรส่งเสริมและให้ความรู้เรื่องการจ้างแรงงานผู้ประกอบการทั้งเพาะเลี้ยงสัตว์ทะเล และจับสัตว์ทะเลในเรื่องของการจ้างงานแบบถูกกฎหมาย เพื่อหลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้าจากสาเหตุด้านการลักลอบจ้างแรงงานเถื่อน รวมไปถึงการคำนึงถึง นอกจากนั้นกระทรวงแรงงานควรมีมาตรการพัฒนาและศักยภาพของผู้ประกอบการนำเข้าสัตว์ทะเลและผู้ประกอบการส่งออกสินค้าทะเลกระป๋องและแปรรูปให้ทันต่อข้อกำหนดต่าง ๆ ในการนำเข้าวัตถุดิบ รวมไปถึงการมองหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากนี้กระทรวงอุตสาหกรรมควรมีส่วนร่วมในการช่วยแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงานในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนานวัตกรรมใหม่ในการใช้เครื่องจักรทดแทนการแปรรูปอาหารทะเลให้มากขึ้น และกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ควรมีการส่งเสริมการส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามโดยการพัฒนาองค์ความรู้และเผยแพร่ความรู้ด้านการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามไปจนถึงการเชิญชวนและส่งเสริมให้ SME หันมาลงทุนด้านการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้นได้

2) สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม รวมถึงค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันกับเจ้าตลาดอย่างประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย จึงเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เหมาะแก่การมุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการผลิตและส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้การส่งเสริมตั้งแต่การเพาะปลูกข้าวสาลีภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น ทั้งในการปรับปรุงพัฒนาพันธุ์ข้าว ให้ความรู้เกษตรกรในการปลูกข้าวสาลีเพื่ออุตสาหกรรม ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าวสาลีเพื่อเพิ่มพูนรายได้ และป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และนอกจากการเพาะปลูกเองภายในประเทศแล้วกระทรวงพาณิชย์ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้และอภิมหาข้าวสารในด้านการนำเข้าข้าวสาลีเพื่อส่งเสริม ให้แนวทาง ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลแหล่งวัตถุดิบแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมาลงทุนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้กระทรวงอุตสาหกรรมควรให้การส่งเสริม และพัฒนาสินค้าที่แปลกใหม่และมีนวัตกรรมตั้งแต่ตัวสินค้าไปจนถึงบรรจุภัณฑ์ ทั้งในด้านการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับข้าวสาลีและอาหารแปรรูปให้มากยิ่งขึ้น และเพียงพอต่อความต้องการของตลาดการส่งออกไปยังกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามในปัจจุบัน และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงมากยิ่งขึ้น

3) สินค้าประเภทสิ่งปฐมนิรุธอาหาร เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม จึงเป็นสินค้าที่ภาคธุรกิจควรให้ความสนใจ และควรได้รับสนับสนุนจากองค์การภาครัฐ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีการส่งเสริมในด้านวัตถุดิบ ไม่ว่าจะเป็นการเพาะปลูกปศุสัตว์ การประมงจับสัตว์ทะเล ซึ่งในส่วนของการเพาะปลูกควรมีการส่งเสริมการปลูกถั่วเหลือง และพืชจำพวกมันสำปะหลัง ทั้งการพัฒนาพันธุ์พืชเพื่อให้ทนต่อโรค ทนต่อแมลง และการจัดสรรน้ำเพื่อการเกษตรให้เพียงพอ มีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกให้เกษตรกร และหาตลาดรองรับสำหรับเกษตรกรผู้เพาะปลูก ในส่วนของการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้เกษตรกรรวมไปถึงฟาร์มปศุสัตว์ในเรื่องของการเลี้ยงสัตว์ให้มีคุณภาพ เช่น การป้องกันโรคในสัตว์ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ผลิตวัตถุดิบที่สำคัญอีกอย่างคือเกลือสมุทรก็ควรได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตเกลือออกมาอย่างมีคุณภาพ ส่งเสริมการให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น ในส่วนของภาคการผลิตและการแปรรูป กระทรวงอุตสาหกรรมควรส่งเสริมด้านการแปรรูปในส่วนของการผลิตใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ และการพัฒนาองค์ความรู้และวิธีการแปรรูปวัตถุดิบเป็นเครื่องปรุงรสอาหารแก่ผู้ประกอบการ SME เพื่อส่งเสริมการลงทุนด้านการผลิตและแปรรูปต่อไป ในส่วนของการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออกควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการส่งออกด้านการหาตลาดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวก

ตามเพื่อรองรับสินค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออก ให้สามารถรักษาสวนแบ่งการตลาด และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

4) สินค้าประเภทผักกระป๋องและผักแปรรูป เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นรองแก่ประเทศจีน รัฐบาลควรมีการส่งเสริมโดยมอบหมายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ดูแลเกษตรกรผู้เพาะปลูกผักซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ โดยมีการให้ความรู้เพื่อพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปลูกผักให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และรสชาติอร่อย ไปถึงการจัดสรรทรัพยากรต่างๆอย่างเป็นระบบ ทั้งการพัฒนาปรับปรุงดิน การจัดสรรทรัพยากรน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร จนผลผลิตมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ และเพียงพอต่อการส่งออก และแปรรูปเพื่อการส่งออกต่อไป ในส่วนของการผลิตและการแปรรูป กระทรวงพาณิชย์ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการ SME เพื่อให้สามารถใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อการผลิตให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่งทางการค้าต่างๆ ทั้งในส่วนของคุณภาพสินค้าที่แปรรูป และนวัตกรรมใหม่ในการผลิต แปรรูปรวมถึงการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม นอกจากนี้ กรมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์ ควรมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในส่วนของการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม รวมไปถึงการจัดหาข้อมูลตลาดที่รองรับการส่งออกของไทย เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการให้หันมาส่งออกสินค้าประเภทผักกระป๋องและผักแปรรูปให้มากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

5) สินค้าประเภทเครื่องดื่ม เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีการครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แสดงถึงศักยภาพในการผลิตและการส่งออก จึงเหมาะแก่การลงทุนในภาคธุรกิจ และควรมุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดการผลิตและส่งออกให้มากขึ้น รัฐบาลควรมีการสนับสนุนการผลิตเพื่อการส่งออก โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นผู้ดูแลในส่วนของวัตถุดิบซึ่งก็คือน้ำตาลที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเครื่องดื่มจำพวกไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง และเครื่องดื่มจำพวกน้ำอัดลม น้ำผลไม้ รวมไปถึงเครื่องดื่มทางเลือก โดยส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืชที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำตาล เช่น อ้อย ให้มากยิ่งขึ้น อาจส่งเสริมโดยวิธีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก จัดสรรทรัพยากรน้ำให้เพียงพอ ส่งเสริมให้ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่พอเหมาะ จัดหาตลาดรองรับผลผลิต เพื่อจูงใจเกษตรกรให้หันมาลงทุนด้านการเพาะปลูกให้มากขึ้น และเพิ่มผลผลิตเพื่อป้อนเข้าสู่ระบบการแปรรูปเพื่อนำใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มต่อไป กระทรวงอุตสาหกรรมดูแลในส่วนของการผลิต

น้ำตาล และเครื่องดื่มน้ำตาล โดยการใช้น้ำตาลในการผลิตเครื่องดื่มต่าง ๆ ส่งเสริมการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรการภาษีต่างๆ เช่นภาษีน้ำตาลในเครื่องดื่ม รวมไปถึงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดลูกค้าในตลาดอาเซียนบวกสาม โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SME กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรมีมาตรการส่งเสริมการส่งออกโดยการให้ข้อมูล และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการเรื่องการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ประชาสัมพันธ์วิธีการให้เข้าถึงผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อดึงดูดให้หันมาส่งออกสินค้าประเภทเครื่องดื่มให้มากยิ่งขึ้น เพื่อผลักดันให้สินค้าประเภทเครื่องดื่มได้รับส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากยิ่งขึ้นต่อไป

6) สินค้าประเภทน้ำตาล เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด แสดงถึงศักยภาพในการแข่งขันที่สูง ดังนั้นน้ำตาลทรายจึงเป็นสินค้าที่น่าสนใจสำหรับภาคธุรกิจ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืชที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำตาล เช่น อ้อย รวมถึงพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเกษตร และการบริการจัดการภาคการเพาะปลูกผลผลิตทางการเกษตรให้แก่เกษตรกรวางแผนจัดสรรทรัพยากรน้ำให้เพียงพอ เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพ หาดลารองรับผลผลิตเพื่อจูงใจเกษตรกรให้เกิดการลงทุน และเพื่อเพิ่มผลผลิตป้อนเข้าสู่ระบบการแปรรูป กระทรวงอุตสาหกรรมควรมีมาตรการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนด้านการผลิต ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมการผลิตใหม่ๆ เพื่อลดต้นทุน และการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรมีมาตรการส่งเสริมการส่งออก เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลสภาพตลาดการส่งออกน้ำตาล รวมไปถึงวิธีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม เพื่อดึงดูดให้ผู้ประกอบการหันมาส่งออกน้ำตาลไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามมากยิ่งขึ้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด และเพิ่มให้สูงมากยิ่งขึ้นต่อไป

7) สินค้าประเภทผลไม้กระป๋อง เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองจากประเทศจีน ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก และมีความสามารถในการแข่งขัน เหมาะแก่การมุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการผลิตและส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นส่งเสริมด้านคุณภาพตั้งแต่คุณภาพของผลไม้ที่นำมาแปรรูป ควรมีการส่งเสริมการเพาะปลูกผลไม้ที่เป็นวัตถุดิบหลัก รวมไปถึงน้ำตาล และพัฒนาองค์ความรู้ของเกษตรกรเพื่อ และจัดสรรทรัพยากรน้ำเพื่อการเกษตรให้เพียงพอ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร และส่งต่อผลผลิตไปยังภาคการผลิตและการแปรรูปต่อไป โดยกระทรวงอุตสาหกรรมควรมีมาตรการส่งเสริมให้เกิดการนำ

สินค้าจากภาคการเกษตรมาแปรรูปให้เกิดมูลค่าเพิ่มเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ อาจมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อการรวบรวมแหล่งวัตถุดิบให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปเพื่อเป็นตัวกลางในการจัดหาตลาดให้แก่ผู้ผลิต และจัดหาแหล่งวัตถุดิบให้แก่ผู้ประกอบการ และนอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออกและกรมการค้าต่างประเทศ ควรมีมาตรการส่งเสริมการส่งออก เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่วิธีการหรือขั้นตอนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเพื่อให้เข้าถึงผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึง และเป็นการจูงใจให้เกิดการลงทุนมากยิ่งขึ้น จนแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นต่อไป

5.4.2 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง

1) สินค้าประเภทอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีค่าเท่ากับ 1.53 สูงกว่า 1 เพียงเล็กน้อย แต่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แสดงว่ามีความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น องค์การภาครัฐควรมีการส่งเสริมอันได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นส่งเสริมด้านคุณภาพของวัตถุดิบจากการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเกษตร และจัดสรรทรัพยากรน้ำให้เพียงพอ และสามารถส่งต่อผลผลิตไปยังภาคการผลิตและการแปรรูปต่อไป โดยกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออกและกรมการค้าต่างประเทศควรมีการส่งเสริมการส่งออกในระดับที่พอเหมาะ ไม่มากจนเกินไป เช่น การให้ข้อมูลวิธีการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์หลักของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถค้นหาข้อมูลได้ อาจไม่ต้องการเชิญชวน หรือจูงใจผู้ประกอบการมากเกินไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาสวนแบ่งการตลาดไว้เท่านั้น เนื่องจากมีสินค้าตัวอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่า

2) ผลิตภัณฑ์ข้าว เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีค่าเท่ากับ 1.66 สูงกว่า 1 เพียงเล็กน้อย แต่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 2 แสดงว่ามีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอาเซียนบวกสาม แต่หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแล้ว องค์การภาครัฐ อันได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีการส่งเสริม ให้ความรู้แก่เกษตรกร เพื่อให้สามารถเพาะปลูกข้าวที่เป็นวัตถุดิบหลักให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และทนทานต่อโรคและแมลง เพื่อให้สามารถป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป กระทรวงอุตสาหกรรมควรมีการพัฒนาองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการผลิตรวมไปถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ในการผลิตเพื่อให้สามารถลดต้นทุนในการผลิต และกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าส่งออกและกรมการค้าต่างประเทศควรมีมาตรการให้คง

ระดับการผลิตและการส่งออก หรือปรับลด และเชิญชวนให้ผู้ประกอบการหันไปส่งออกสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพที่สูงกว่าต่อไป

5.4.3 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย

ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่ยังคงมีการผลิตและส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรภายในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลอาจใช้นโยบายปรับลดการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่ส่งเสริมให้ส่งออกในตลาดอื่นทดแทน ดังนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ยังคงสามารถดูแลเกษตรกรในการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ที่เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปสินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ได้ในระดับเดิม กระทรวงอุตสาหกรรมสามารถส่งเสริมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ โดยอาจสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้เครื่องจักรที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสินค้าที่มีคุณภาพ กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการส่งออกและกรมการค้าต่างประเทศ ควรมีมาตรการปรับลดการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยอาจใช้นโยบายส่งเสริมสินค้าประเภทอื่น โดยการมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ขั้นตอน วิธีการ และข้อดีของการส่งออกสินค้าประเภทอื่นไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเพื่อนำทรัพยากรการผลิตไปลงทุนในการผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามมากยิ่งขึ้น หรือส่งเสริมให้ส่งออกไขมัน และน้ำมันจากพืชและสัตว์ไปยังตลาดอื่นที่ผู้ศึกษาไม่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้แทน เป็นต้น

5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา

5.5.1 การที่ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าสินค้ามีความได้เปรียบในการส่งออก แต่ความได้เปรียบนั้นอาจมีค่ามากกว่าหรือน้อยกว่าประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม

5.5.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด เป็นการใช้ข้อมูลของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเท่านั้น ดังนั้นการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดจึงสามารถเปรียบเทียบกันได้ระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

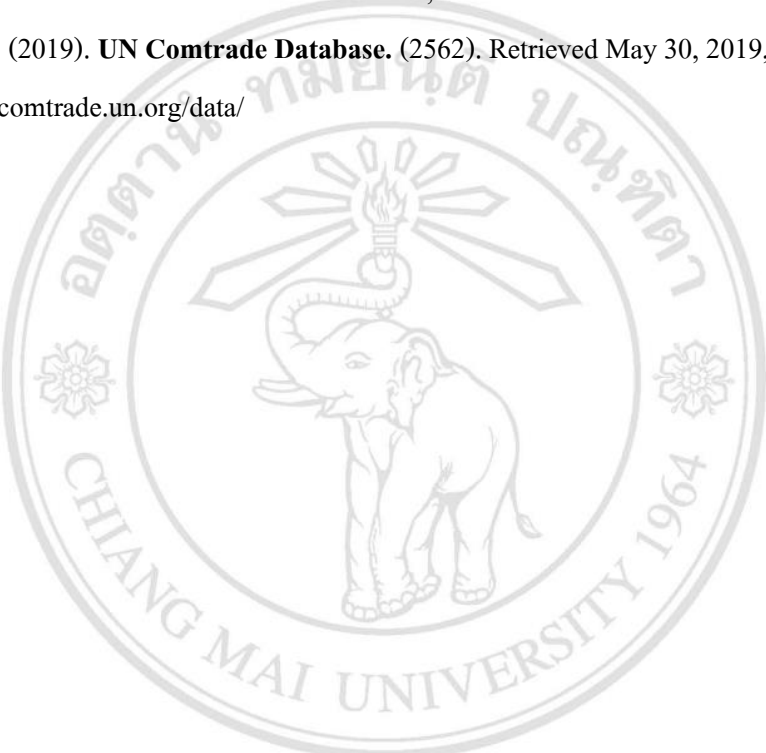
- กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). **หมวดหมูสินค้าเรียงตามมูลค่าการส่งออก**. (ระบบออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560 , แหล่งที่มา : http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5167
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2560). **บทความการแถลงข่าวการค้าระหว่าง ประเทศของไทย**. (ระบบออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560, จาก http://www.ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename=contents_attach/208209/208209.pdf&title=208209
- คมสัน สุริยะ. (2544). **เทคนิคการแปลความหมายค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด**. วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, (กันยายน-ธันวาคม): 10-15
- จิราวรรณ โกช่วย. (2552). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม**. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาคริต กุ้มานะชัย. (2557). **กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ**. ไทยพัฒนรายวันการพิมพ์
- ไทยโพสต์. (2562). **ส่งออกไทยปี 61 ไปไม่ถึงเป้า โตเพียง 6.7%**. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/27198>
- ประชาคมอาเซียน. (2554). **อาเซียน+3**. (ระบบออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.cpc.ac.th/qpack/index.php/2012-05-05-09-36-04/register-page-2>
- รัตนา สายคณิต. (2557). **เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2555). **หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไตรมาสที่ 3**. (ระบบออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5167
- สุวพิมพ์ เลี่ยมมินฟู. (2556). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียน**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เสาวภาคย์ โล่ห์พีชร. (2556). การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าของ
ไทยไป ในกลุ่มอาเซียนบวกสาม. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

B. Balassa. (1965). **Trade liberalization and 'revealed' comparative advantage.**
Manchester School, 33:99–123

Lee G.Cooper. (1989). **Market-share Analysis: Evaluating Competitive Marketing
Effectiveness.** Kluwer Academic Publishers, 17-52.

United Nations. (2019). **UN Comtrade Database.** (2562). Retrieved May 30, 2019, From
<https://comtrade.un.org/data/>



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก ข้อมูลการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของโลก ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$8,657.92	\$8,084.94	\$7,944.99	\$7,581.21	\$7,590.58	\$7,466.58
น้ำตาลทราย	\$9,303.18	\$8,909.26	\$7,828.02	\$7,767.32	\$9,646.41	\$9,773.42
ผลไม้กระป๋อง	\$6,696.46	\$6,619.80	\$6,474.88	\$6,446.29	\$6,686.18	\$6,776.76
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$6,777.04	\$7,648.75	\$8,024.21	\$8,728.26	\$9,545.65	\$9,688.07
เครื่องดื่ม	\$11,702.93	\$12,107.39	\$12,284.84	\$12,849.55	\$13,747.98	\$14,040.59
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$18,091.51	\$20,289.38	\$21,664.56	\$19,970.81	\$18,004.45	\$18,107.64
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$8,110.49	\$9,075.86	\$9,453.01	\$9,678.10	\$10,593.87	\$10,670.59
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$22,296.78	\$17,544.60	\$16,555.37	\$15,187.32	\$14,132.76	\$14,008.94
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$8,254.07	\$8,620.50	\$8,539.05	\$8,793.61	\$8,661.56	\$8,607.09
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$27,948.24	\$27,548.62	\$27,331.88	\$29,403.36	\$24,494.01	\$24,554.23

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกโลก ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(โลก)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$3,879,293.38	\$4,033,151.63	\$4,099,007.08	\$3,590,564.74	\$3,487,985.90	\$3,484,287.37	\$19,090,002.72

ที่มา : United Nations. (2019)

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$2,406.91	\$2,330.18	\$2,071.98	\$2,073.88	\$2,268.13	\$2,360.77
น้ำตาลทราย	\$3,259.19	\$2,274.16	\$2,136.98	\$2,209.37	\$2,247.85	\$2,206.93
ผลไม้กระป๋อง	\$410.10	\$439.81	\$481.09	\$490.32	\$532.93	\$533.64
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$573.04	\$607.84	\$641.28	\$640.19	\$661.25	\$663.79
เครื่องดื่ม	\$1,078.93	\$1,088.64	\$1,196.65	\$1,286.73	\$1,351.66	\$1,339.57
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$776.55	\$849.83	\$891.92	\$875.75	\$828.99	\$837.19
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$916.64	\$1,023.58	\$1,099.27	\$1,030.50	\$1,094.72	\$1,101.10
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$418.21	\$420.04	\$342.19	\$244.99	\$240.37	\$239.87
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$1,249.30	\$1,483.26	\$1,675.91	\$1,688.81	\$1,254.11	\$1,300.76
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$803.73	\$929.56	\$1,497.90	\$1,464.96	\$1,431.62	\$1,425.90

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(ไทย)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$111,908.22	\$113,380.95	\$110,850.71	\$101,352.71	\$102,106.82	\$103,028.56	\$539,599.41
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$11,892.62	\$11,446.90	\$12,035.16	\$12,005.52	\$11,911.63	\$12,009.52	\$59,291.84
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	10.63%	10.10%	10.86%	11.85%	11.67%	11.66%	

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$2,406.91	\$2,330.18	\$2,071.98	\$2,073.88	\$2,268.13	\$2,360.77
น้ำตาลทราย	\$3,259.19	\$2,274.16	\$2,136.98	\$2,209.37	\$2,247.85	\$2,206.93
ผลไม้กระป๋อง	\$410.10	\$439.81	\$481.09	\$490.32	\$532.93	\$533.64
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$573.04	\$607.84	\$641.28	\$640.19	\$661.25	\$663.79
เครื่องดื่ม	\$1,078.93	\$1,088.64	\$1,196.65	\$1,286.73	\$1,351.66	\$1,339.57
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$776.55	\$849.83	\$891.92	\$875.75	\$828.99	\$837.19
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$916.64	\$1,023.58	\$1,099.27	\$1,030.50	\$1,094.72	\$1,101.10
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$418.21	\$420.04	\$342.19	\$244.99	\$240.37	\$239.87
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$1,249.30	\$1,483.26	\$1,675.91	\$1,688.81	\$1,254.11	\$1,300.76
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$803.73	\$929.56	\$1,497.90	\$1,464.96	\$1,431.62	\$1,425.90

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(เกาหลีใต้)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$244,042.42	\$254,456.86	\$254,767.47	\$231,163.15	\$216,823.70	\$256,714.52	\$1,201,253.60
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$2,312.40	\$2,310.58	\$2,420.68	\$2,328.37	\$2,451.92	\$2,479.64	\$11,823.95
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	0.95%	0.91%	0.95%	1.01%	1.13%	0.97%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศบรูไน ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$0.08	\$0.16	\$0.04	\$0.10	\$0.06	\$0.17
น้ำตาลทราย	\$0.21	\$0.39	\$0.04	\$0.06	\$0.03	\$0.05
ผลไม้กระป๋อง	\$0.53	\$3.13	\$4.82	\$0.17	\$0.07	\$0.10
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$0.72	\$1.55	\$9.70	\$0.54	\$0.42	\$0.46
เครื่องดื่ม	\$0.35	\$0.87	\$9.37	\$0.92	\$0.26	\$0.20
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$0.01	\$0.37	\$0.01	\$0.18	\$0.11	\$0.14
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$0.16	\$0.19	\$0.27	\$0.12	\$0.23	\$0.47
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$0.04	\$0.48	\$0.81	\$0.04	\$0.10	\$0.01
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$0.10	\$1.23	\$3.47	\$0.13	\$0.19	\$0.04
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$0.03	\$0.00	\$0.01	\$0.01	\$0.06	\$0.15

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศบรูไน ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(บรูไน)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$9,568.80	\$8,746.29	\$6,686.72	\$4,088.93	\$3,390.83	\$3,864.45	\$32,481.56
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$2.22	\$8.36	\$28.55	\$2.28	\$1.52		\$42.92
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	0.02%	0.10%	0.43%	0.06%	0.04%	0.00%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.17	\$0.01	\$0.01
น้ำตาลทราย	\$0.06	\$6.84	\$25.58	\$24.87	\$38.31	\$37.93
ผลไม้กระป๋อง	\$0.12	\$0.05	\$0.05	\$0.61	\$0.17	\$0.17
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$0.03	\$0.15	\$0.14	\$0.29	\$0.69	\$0.66
เครื่องดื่ม	\$11.38	\$28.62	\$7.91	\$5.15	\$8.39	\$8.34
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$0.04	\$0.30	\$0.17	\$0.16	\$1.35	\$1.33
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.40	\$0.12	\$0.12
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$10.94	\$11.48	\$11.37	\$7.95	\$11.06	\$10.98
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$7.87	\$12.99	\$23.32	\$22.41	\$21.27	\$20.98
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$30.80	\$73.49	\$71.31	\$85.90	\$109.10	\$108.35

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(กัมพูชา)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$853.51	\$980.39	\$1,136.90	\$1,533.39	\$2,048.90	\$2,049.58	\$6,553.09
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$61.25	\$133.90	\$139.87	\$147.88	\$190.47	\$188.87	\$673.36
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	7.18%	13.66%	12.30%	9.64%	9.30%	9.22%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.04	\$0.00	\$0.04
น้ำตาลทราย	\$38.98	\$22.69	\$13.24	\$41.97	\$51.98	\$41.89
ผลไม้กระป๋อง	\$0.42	\$1.49	\$2.60	\$2.41	\$1.80	\$2.40
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$0.00	\$0.09	\$0.21	\$0.72	\$1.49	\$0.76
เครื่องดื่ม	\$1.66	\$35.47	\$116.43	\$188.15	\$178.49	\$186.40
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$0.03	\$0.13	\$0.25	\$0.29	\$0.37	\$0.29
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$0.47	\$1.87	\$2.31	\$4.74	\$7.66	\$4.65
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.01	\$0.08	\$0.01
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$14.78	\$21.60	\$27.82	\$45.72	\$117.62	\$47.65
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$57.23	\$84.77	\$54.67	\$77.70	\$63.39	\$75.79

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(ลาว)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$356.33	\$819.44	\$1,239.62	\$1,665.37	\$1,761.67	\$1,687.71	\$5,842.43
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$113.57	\$168.11	\$217.53	\$361.75	\$422.89	\$359.87	\$1,283.86
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	31.87%	20.52%	17.55%	21.72%	24.01%	21.32%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศเวียดนาม ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$476.89	\$540.01	\$636.78	\$563.73	\$612.02	\$716.51
น้ำตาลทราย	\$112.60	\$311.85	\$177.71	\$113.25	\$66.69	\$87.01
ผลไม้กระป๋อง	\$55.28	\$82.82	\$89.98	\$115.82	\$183.03	\$205.52
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$170.19	\$177.75	\$166.77	\$178.43	\$218.85	\$245.16
เครื่องดื่ม	\$242.29	\$246.71	\$252.90	\$211.17	\$200.99	\$181.03
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$243.77	\$304.20	\$409.73	\$413.76	\$480.28	\$462.61
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$153.78	\$276.16	\$235.70	\$260.82	\$338.71	\$414.52
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$261.42	\$215.69	\$217.51	\$243.95	\$136.81	\$142.62
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$646.71	\$484.83	\$527.55	\$526.29	\$435.36	\$551.18
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$2,424.93	\$1,638.01	\$2,012.34	\$1,919.32	\$1,277.17	\$1,590.88

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศเวียดนาม ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(เวียดนาม)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$46,075.74	\$48,919.75	\$52,403.96	\$54,600.88	\$62,116.18	\$83,872.97	\$264,116.52
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$4,787.86	\$4,278.01	\$4,726.99	\$4,546.54	\$3,949.91	\$4,597.06	\$22,289.32
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	10.39%	8.74%	9.02%	8.33%	6.36%	5.48%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$48.22	\$113.74	\$71.80	\$39.27	\$38.79	\$60.78
น้ำตาลทราย	\$131.33	\$220.55	\$85.46	\$17.62	\$17.14	\$108.97
ผลไม้กระป๋อง	\$150.37	\$109.04	\$150.14	\$133.85	\$120.82	\$120.52
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$79.04	\$144.20	\$129.31	\$68.61	\$42.33	\$102.85
เครื่องดื่ม	\$31.76	\$9.09	\$32.39	\$15.22	\$21.50	\$21.99
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$109.39	\$178.45	\$119.74	\$75.31	\$46.32	\$44.51
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$24.69	\$34.54	\$53.89	\$25.08	\$27.37	\$39.30
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$181.92	\$193.28	\$177.53	\$97.22	\$117.32	\$198.60
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$26.82	\$23.62	\$20.81	\$15.51	\$15.77	\$17.71
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$0.87	\$4.17	\$3.12	\$5.10	\$1.08	\$1.96

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(ฟิลิปปินส์)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$26,260.81	\$29,408.61	\$31,344.29	\$27,559.26	\$26,232.19	\$30,591.37	\$140,805.16
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$784.40	\$1,030.68	\$844.18	\$492.78	\$448.44	\$717.19	\$3,600.47
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	2.99%	3.50%	2.69%	1.79%	1.71%	2.34%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$4,654.06	\$4,260.83	\$3,876.57	\$3,545.58	\$3,403.70	\$3,711.20
น้ำตาลทราย	\$466.30	\$589.40	\$623.14	\$735.92	\$894.44	\$857.87
ผลไม้กระป๋อง	\$2,896.36	\$3,283.07	\$3,231.76	\$3,114.61	\$3,250.24	\$3,485.31
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$594.22	\$582.06	\$578.31	\$529.35	\$532.07	\$566.55
เครื่องดื่ม	\$196.91	\$232.91	\$307.27	\$265.48	\$292.71	\$297.07
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$1,531.16	\$1,380.76	\$1,928.71	\$1,375.68	\$1,421.05	\$1,135.38
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$866.72	\$886.29	\$988.75	\$1,100.62	\$1,129.20	\$1,215.89
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$137.49	\$141.10	\$124.30	\$111.91	\$117.12	\$138.23
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$3,710.22	\$4,375.89	\$4,722.30	\$5,239.78	\$5,663.41	\$5,946.09
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$217.94	\$368.27	\$304.30	\$236.88	\$242.57	\$210.55

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(จีน)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$412,377.69	\$452,619.46	\$487,481.23	\$475,902.90	\$441,794.02	\$480,923.46	\$2,270,175.30
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$15,271.37	\$16,100.57	\$16,685.40	\$16,255.80	\$16,946.50	\$17,564.13	\$81,259.64
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	3.70%	3.56%	3.42%	3.42%	3.84%	3.65%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$1.32	\$2.20	\$0.01	\$0.01	\$0.38	\$0.62
น้ำตาลทราย	\$10.58	\$48.18	\$15.14	\$278.59	\$1,108.11	\$819.44
ผลไม้กระป๋อง	\$0.01	\$1.62	\$0.07	\$0.43	\$1.07	\$1.88
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$5.19	\$2.56	\$1.69	\$1.78	\$7.00	\$1.71
เครื่องดื่ม	\$1.38	\$1.22	\$1.21	\$1.55	\$2.35	\$2.34
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$1.27	\$3.37	\$0.27	\$0.25	\$0.70	\$0.88
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$1.66	\$0.85	\$0.37	\$0.46	\$1.55	\$2.49
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$6.56	\$6.67	\$0.82	\$0.68	\$0.83	\$1.29
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$456.54	\$541.58	\$389.07	\$431.05	\$496.72	\$344.01
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$368.26	\$645.21	\$883.64	\$908.44	\$570.92	\$912.90

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(พม่า)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$2,955.57	\$5,183.54	\$5,946.53	\$6,694.34	\$7,034.81	\$7,795.50	\$35,610.30
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$852.77	\$1,253.45	\$1,292.28	\$1,623.24	\$2,189.64	\$2,087.55	\$9,298.94
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	28.85%	24.18%	21.73%	24.25%	31.13%	26.78%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$86.39	\$91.82	\$95.03	\$89.82	\$91.55	\$95.13
น้ำตาลทราย	\$177.29	\$179.20	\$153.03	\$149.50	\$151.13	\$151.90
ผลไม้กระป๋อง	\$98.49	\$102.06	\$99.65	\$108.38	\$109.84	\$111.25
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$776.44	\$830.02	\$845.17	\$774.45	\$803.05	\$853.98
เครื่องดื่ม	\$609.50	\$714.56	\$738.12	\$666.07	\$671.75	\$630.28
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$190.78	\$212.48	\$173.67	\$169.85	\$205.51	\$185.71
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$701.99	\$769.81	\$796.23	\$780.08	\$773.03	\$819.38
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$6,714.74	\$5,268.45	\$5,082.96	\$3,669.60	\$3,557.84	\$3,719.26
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$131.62	\$169.83	\$152.70	\$166.75	\$237.43	\$239.66
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$4.86	\$14.01	\$19.87	\$37.16	\$30.03	\$11.73

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(มาเลเซีย)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$112,689.99	\$115,465.11	\$115,036.96	\$96,375.39	\$89,522.35	\$104,149.24	\$633,239.04
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$9,492.08	\$8,352.24	\$8,156.44	\$6,611.66	\$6,631.15	\$6,818.29	\$46,061.85
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	8.42%	7.23%	7.09%	6.86%	7.41%	8.42%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศอินโดนีเซีย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$196.69	\$180.09	\$201.39	\$162.45	\$182.03	\$189.91
น้ำตาลทราย	\$108.22	\$127.01	\$151.27	\$124.12	\$130.63	\$120.36
ผลไม้กระป๋อง	\$40.19	\$32.00	\$41.82	\$48.57	\$47.18	\$55.10
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$351.40	\$393.03	\$443.58	\$447.23	\$548.78	\$657.04
เครื่องดื่ม	\$79.49	\$90.87	\$90.81	\$79.18	\$104.14	\$118.63
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$267.21	\$336.46	\$348.72	\$239.88	\$256.44	\$238.80
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$492.74	\$474.97	\$542.03	\$592.08	\$664.47	\$720.61
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$7,110.15	\$4,472.61	\$5,199.00	\$5,471.69	\$5,226.38	\$6,231.79
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$73.89	\$90.20	\$95.01	\$97.98	\$68.49	\$82.16
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$18.83	\$11.34	\$12.09	\$56.49	\$4.16	\$1.23

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศอินโดนีเซีย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(อินโดนีเซีย)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$102,040.43	\$115,465.11	\$85,249.99	\$68,801.50	\$67,705.21	\$81,888.63	\$521,150.86
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$8,738.81	\$6,208.58	\$7,125.70	\$7,319.67	\$7,232.70	\$8,415.63	\$45,041.08
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	8.56%	5.38%	8.36%	10.64%	10.68%	10.28%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$59.08	\$62.66	\$80.18	\$92.52	\$76.54	\$54.66
น้ำตาลทราย	\$202.86	\$162.89	\$59.13	\$47.78	\$40.74	\$36.35
ผลไม้กระป๋อง	\$74.46	\$77.41	\$68.20	\$68.91	\$70.26	\$67.30
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$968.58	\$961.17	\$1,112.33	\$1,022.72	\$984.34	\$923.51
เครื่องดื่ม	\$1,940.38	\$2,014.36	\$1,934.61	\$1,857.67	\$1,817.07	\$1,858.20
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$192.56	\$169.49	\$160.95	\$166.61	\$196.09	\$162.92
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$475.42	\$721.41	\$935.98	\$919.00	\$985.45	\$1,014.69
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$167.59	\$168.18	\$174.71	\$151.44	\$141.49	\$142.74
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$26.03	\$33.96	\$25.31	\$28.66	\$28.79	\$21.15
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$58.10	\$69.57	\$82.57	\$60.53	\$33.92	\$33.71

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(สินค้าไป)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$192,806.98	\$196,222.15	\$197,607.52	\$166,318.83	\$159,102.81	\$181,226.51	\$1,093,284.81
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$4,165.05	\$4,441.10	\$4,633.98	\$4,415.85	\$4,374.68	\$4,315.23	\$26,345.89
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	2.16%	2.26%	2.35%	2.66%	2.75%	2.38%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$71.27	\$61.24	\$60.39	\$59.41	\$89.35	\$82.51
น้ำตาลทราย	\$21.89	\$20.90	\$26.06	\$29.49	\$35.01	\$45.27
ผลไม้กระป๋อง	\$11.04	\$10.82	\$10.83	\$17.88	\$20.43	\$20.33
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$73.96	\$72.49	\$95.01	\$122.14	\$167.40	\$216.39
เครื่องดื่ม	\$138.13	\$113.34	\$119.53	\$142.71	\$186.73	\$235.44
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$42.01	\$35.40	\$41.62	\$56.33	\$49.05	\$48.87
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$259.39	\$216.22	\$215.21	\$250.74	\$286.61	\$333.69
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$65.66	\$60.84	\$72.62	\$48.50	\$45.93	\$54.58
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$4.14	\$4.98	\$6.81	\$8.55	\$12.89	\$11.32
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$3.25	\$3.62	\$5.00	\$7.34	\$8.16	\$8.51

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(ญี่ปุ่น)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$334,568.86	\$312,552.56	\$308,770.12	\$264,813.18	\$253,853.97	\$262,526.70	\$1,737,085.39
มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ	\$690.74	\$599.87	\$653.08	\$743.11	\$901.56	\$1,056.93	\$3,588.36
สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร/ทั้งหมด	0.21%	0.19%	0.21%	0.28%	0.36%	0.40%	

ที่มา : United Nations. (2019)

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของโลก ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$8,657.92	\$8,084.94	\$7,944.99	\$7,581.21	\$7,590.58	\$7,466.58
น้ำตาลทราย	\$9,303.18	\$8,909.26	\$7,828.02	\$7,767.32	\$9,646.41	\$9,773.42
ผลไม้กระป๋อง	\$6,696.46	\$6,619.80	\$6,474.88	\$6,446.29	\$6,686.18	\$6,776.76
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$6,777.04	\$7,648.75	\$8,024.21	\$8,728.26	\$9,545.65	\$9,688.07
เครื่องดื่ม	\$11,702.93	\$12,107.39	\$12,284.84	\$12,849.55	\$13,747.98	\$14,040.59
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$18,091.51	\$20,289.38	\$21,664.56	\$19,970.81	\$18,004.45	\$18,107.64
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$8,110.49	\$9,075.86	\$9,453.01	\$9,678.10	\$10,593.87	\$10,670.59
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$22,296.78	\$17,544.60	\$16,555.37	\$15,187.32	\$14,132.76	\$14,008.94
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$8,254.07	\$8,620.50	\$8,539.05	\$8,793.61	\$8,661.56	\$8,607.09
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$27,948.24	\$27,548.62	\$27,331.88	\$29,403.36	\$24,494.01	\$24,554.23

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกโลก ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560	รวม
มูลค่าส่งออกรวม(โลก)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$3,879,293.38	\$4,033,151.63	\$4,099,007.08	\$3,590,564.74	\$3,487,985.90	\$3,484,287.37	\$19,090,002.72

ที่มา : United Nations. (2019)

ภาคผนวก ข แสดงการคำนวณค่า RCA

แสดงวิธีการคำนวณ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index)

ตัวอย่างการคำนวณ ค่า RCA น้ำตาลทราย ปี 2555 ของประเทศไทย

$$RCA_{ki} = \frac{X_{ki}/X_i}{X_{kw}/X_w} \quad \text{เท่ากับ} \quad RCA_{\text{น้ำตาลทรายปี 2555 ของไทย}} = \frac{\$3,259.19/\$111,908.22}{\$9,303.18/\$3,879,293.38}$$

โดยที่ RCA_{ki} คือ ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออก k ของประเทศ i ที่มีผลต่อประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{kw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า ทั้งหมดของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

* แทนค่าตัวแปรในสมการจากตารางข้อมูลดิบ ด้านล่าง

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$2,406.91	\$2,330	\$2,071.98	\$2,073.88	\$2,268.13	\$2,360.77
น้ำตาลทราย	\$3,259.19	\$2,274.16	\$2,136.98	\$2,209.37	\$2,247.85	\$2,206.93
ผลไม้กระป๋อง	\$410.10	\$439.81	\$481.09	\$490.32	\$532.93	\$533.64
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$573.04	\$607.84	\$641.28	\$640.19	\$661.25	\$663.79
เครื่องดื่ม	\$1,078.93	\$1,088.64	\$1,196.65	\$1,286.73	\$1,351.66	\$1,339.57
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$776.55	\$849.83	\$891.92	\$875.75	\$828.99	\$837.19
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$916.64	\$1,023.58	\$1,099.27	\$1,030.50	\$1,094.72	\$1,101.10
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$418.21	\$420.04	\$342.19	\$244.99	\$240.37	\$239.87
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$1,249.30	\$1,483.26	\$1,675.91	\$1,688.81	\$1,254.11	\$1,300.76
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$803.73	\$929.56	\$1,497.90	\$1,464.96	\$1,431.62	\$1,425.90

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
มูลค่าส่งออกรวม(ไทย)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$111,908.22	\$113,380.95	\$110,850.71	\$101,352.71	\$102,106.82	\$103,028.56
มูลค่าส่งออก นอก. ไปยังกลุ่มประเทศ	\$11,892.62	\$11,446.90	\$12,035.16	\$12,005.52	\$11,911.63	\$12,009.52

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	\$8,657.92	\$8,084.94	\$7,944.99	\$7,581.21	\$7,590.58	\$7,466.58
น้ำตาลทราย	\$9,303.18	\$8,909.26	\$7,828.02	\$7,767.32	\$9,646.41	\$9,773.42
ผลไม้กระป๋อง	\$6,696.46	\$6,619.80	\$6,474.88	\$6,446.29	\$6,686.18	\$6,776.76
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	\$6,777.04	\$7,648.75	\$8,024.21	\$8,728.26	\$9,545.65	\$9,688.07
เครื่องดื่ม	\$11,702.93	\$12,107.39	\$12,284.84	\$12,849.55	\$13,747.98	\$14,040.59
อาหารสัตว์เลี้ยง	\$18,091.51	\$20,289.38	\$21,664.56	\$19,970.81	\$18,004.45	\$18,107.64
สิ่งปรุงรสอาหาร	\$8,110.49	\$9,075.86	\$9,453.01	\$9,678.10	\$10,593.87	\$10,670.59
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	\$22,296.78	\$17,544.60	\$16,555.37	\$15,187.32	\$14,132.76	\$14,008.94
ผักกระป๋องและผักแปรรูป	\$8,254.07	\$8,620.50	\$8,539.05	\$8,793.61	\$8,661.56	\$8,607.09
ผลิตภัณฑ์ข้าว	\$27,948.24	\$27,548.62	\$27,331.88	\$29,403.36	\$24,494.01	\$24,554.23

สรุปยอดมูลค่าการส่งออกของโลกไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
มูลค่าส่งออกรวม(โลก)ไปยังกลุ่มประเทศ	\$3,879,293.38	\$4,033,151.63	\$4,099,007.08	\$3,590,564.74	\$3,487,985.90	\$3,484,287.37

ภาคผนวก ค แสดงการคำนวณค่า Market Share

แสดงวิธีการคำนวณ ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ตัวอย่างการคำนวณ ค่า MS น้ำตาลทราย ปี 2555 ของประเทศไทย

$$MS_{ki} = \frac{X_{ki}}{M_k} \quad \text{เท่ากับ} \quad MS_{\text{ส่วนแบ่งการตลาด น้ำตาลทรายของไทย ปี 2555}} = \frac{\$3,259.19}{\$9,303.18}$$

86

โดยที่

MS_{ki} คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า k ของประเทศ i

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากประเทศ i ไปตลาด n

M_k คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปตลาด n

* แทนค่าตัวแปรในสมการจากตารางข้อมูลดิบ ด้านล่าง

สรุปยอดมูลค่าการส่งออก สินค้า อก. ของไทย ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	X_{ki}	\$2,406.91	\$2,330.18	\$2,071.98	\$2,073.88	\$2,268.13
น้ำตาลทราย		\$3,259.19	\$2,274.16	\$2,136.98	\$2,209.37	\$2,247.85
ผลไม้กระป๋อง		\$410.10	\$439.81	\$481.09	\$490.32	\$532.93
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ		\$573.04	\$607.84	\$641.28	\$640.19	\$661.25
				\$640.19	\$661.25	\$663.79

สรุปยอดมูลค่าการส่งออก สินค้า อก. ของโลก ไปยังกลุ่มประเทศ หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	M_k	\$8,657.92	\$8,084.94	\$7,944.99	\$7,581.21	\$7,590.58
น้ำตาลทราย		\$9,303.18	\$8,909.26	\$7,828.02	\$7,767.32	\$9,646.41
ผลไม้กระป๋อง		\$6,696.46	\$6,619.80	\$6,474.88	\$6,446.29	\$6,686.18
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ		\$6,777.04	\$7,648.75	\$8,024.21	\$8,728.26	\$9,545.65
						\$9,688.07

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายธนกานต์ แก้วสาคู

วัน เดือน ปี เกิด 7 ธันวาคม พ.ศ. 2533

ประวัติการศึกษา ปีการศึกษา 2556 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาเอก ระบบสารสนเทศทาง
คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2556 – 2557 บริษัท โปรซอฟท์ คอมเทค จำกัด
พ.ศ. 2557 Lanna Softworks Company, Ltd.
พ.ศ. 2558 บริษัท ทราคิว จำกัด
พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจ บริษัท ไอ ล็อค จำกัด

