

ความสามารถในการแข่งขัน ของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย ในตลาดจีน¹

อัครพงษ์ อินทอง²
อริยา เผ่าเครือ³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีนซึ่งประเทศไทยมีโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีน สินค้าเกษตรที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย ข้าว มันสำปะหลัง น้ำตาล ยางพารา และผลไม้

โดยพิจารณาความสามารถในการแข่งขันจากส่วนแบ่งการตลาด คำนี้อัตราส่วนการกระจุกตัว แนวโน้มการส่งออก ค่า RCA ค่า Dynamic RCA และความสามารถในการแข่งขันที่ได้จากแบบจำลอง CMS

ผลการศึกษา พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลงสำหรับข้าว ผลิภัณฑ์ มันสำปะหลัง น้ำตาล และยางธรรมชาติ แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในยางคอมพาวนด์ ยางวัลคาไนซ์ แป้งมันสำปะหลัง และผลไม้ โดยข้าวไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันกับข้าวของจีนและปัญหาการผสมข้าวที่ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือข้าวไทย สำหรับความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยเกิดจากปัญหาการระบาดของแมลงเพลี้ยแป้ง (Mealy Bug) ส่วนการหดตัวของตลาดน้ำตาลในจีนเป็นผลมาจากการที่จีนสามารถผลิตอ้อยได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการขยายการผลิตของผู้ประกอบการไทยไปยังประเทศจีน ยางธรรมชาติไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างนำเข้าจากยางแผ่นรมควันไปเป็นยางแท่ง ในขณะที่ยางคอมพาวนด์ของไทยยังคงได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของตลาดจีนอย่างต่อเนื่อง ส่วนยางวัลคาไนซ์ของไทยกลับมีความสามารถในการแข่งขันลดลงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

คำสำคัญ : ความสามารถในการแข่งขัน, สินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย, ตลาดจีน

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

² นักวิจัยประจำสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ อาจารย์ประจำสำนักวิชาวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา

Abstract

The aim of this article is to study the competitiveness of Thai agricultural commodities in the Chinese market the growth of which may benefit Thai agriculture.

The commodities studied cover rice, tapioca, sugar, fruits and rubber. Competitiveness is measured by market share, Concentration Ratio Index, Trend of Export, RCA, Dynamic RCA and Competitiveness effect from CMS model.

The results show declining competitiveness in rice, tapioca, sugar and natural rubber but increasing in compound rubber, vulcanized rubber, tapioca starch and fruits. Thai rice is found to be less competitive because of competition with local Chinese long-grain rice. Thailand competitiveness also suffered from the malpractice of mixing Thai Hommali rice with other varieties leading to loss of consumers' confidence.

The competitiveness of Thai tapioca was lessened by the outbreak of "Mealy Bug". The shrinkage of export market of sugar was due to increase of the capacity production of sugarcane in China including investment from Thailand. For Thai natural rubber a structural change in China's imports. A shift in demand for rubber smoked sheets to rubber block had reduced competitiveness in natural rubber sheets. Compound rubber appeared to be the only bright spot for rubber market in China. Vulcanized rubber was less competitive in the last 2-3 years.

Keywords : *Competitiveness, Thai Agricultural Commodities, Chinese Market*

1. บทนำ

จากความสามารถเปรียบเทียบทางด้านสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยในการผลิตทางการเกษตร ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าเกษตร และเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของโลก แม้ว่าในปัจจุบันภาคการเกษตรจะเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญลดลงเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ (พิจารณาจากสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ) แต่อย่างไรก็ตามในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมาการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาคการเกษตรยังคงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ และยังคงเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ แต่อย่างไรก็ตามบทบาทความสำคัญของภาคเกษตรเริ่มถดถอยลงในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา สาเหตุหนึ่งอาจมาจากการที่ภาคการเกษตรไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในตลาดโลก

ภาคการเกษตรของไทยได้ลบทบาททางทั้งทางด้านการผลิตและการส่งออก โดยเมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 2505 ภาคการเกษตรมีส่วนประมาณ 1 ใน 3 ของการผลิตทั้งประเทศ ก่อนที่จะลดลงเหลือ ร้อยละ 12 ในปี พ.ศ. 2549 ในขณะที่การส่งออกสินค้าเกษตรของไทยที่เคยมีส่วนสูงถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เหลือไม่เกินร้อยละ 20 ในปีเดียวกัน ในขณะที่แรงงานกว่าร้อยละ 53 ของแรงงานทั้งหมด ยังคงทำงานในภาคเกษตรของไทย จะเห็นได้ว่าในช่วงกว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ภาคการเกษตรของไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากปัจจัยภายใน ได้แก่ (1) พื้นที่ใหม่ ที่มีศักยภาพพอที่จะสามารถนำมาใช้ทำการเกษตรไม่มีอีกต่อไป (2) กำลังแรงงานในภาคเกษตร โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เริ่มลดลงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา (อัมมาร สยามวาลา, 2547) (3) การพัฒนาเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทำให้การผลิตข้าวไม่ลดลงแต่มีจำนวนเหลือส่งออก มากขึ้น (4) การเพิ่มขึ้นของรายได้ทำให้คนไทยมีแนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง เช่น ผักและผลไม้ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามภาคการเกษตรยังคงเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีคนยากจนอยู่ เป็นจำนวนมาก

สำหรับปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อภาคการเกษตรไทยในอนาคตได้แก่ การขยายตัว ทางเศรษฐกิจของจีน เนื่องจากเศรษฐกิจจีนมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก (4.22 ล้านล้าน ดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2551 รองจากสหรัฐฯ และญี่ปุ่น) และมีเงินทุนสำรองเงินตราต่างประเทศ มากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก (ประมาณ 2.03 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ณ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552) (กองเอเชียตะวันออก 3 กระทรวงการต่างประเทศ, 2552) นอกจากนี้จีนยังมีการลงทุนจากต่างประเทศ มากเป็นอันดับ 1 ของโลกมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 (อักษรศรี พานิชสาส์น, 2548) ในขณะที่การเข้าเป็น สมาชิก WTO ของจีน ทำให้จีนต้องเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น จึงมีผลให้ปริมาณการค้า ของจีนในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จนในปี พ.ศ. 2552 มีปริมาณการค้ามากที่สุดในโลก การเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ เหล่านี้ของจีน ได้ส่งผลกระทบต่อไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานของ สินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งการนำเข้าและส่งออกตลาดทุน ตลาดแรงงาน ตลาดปัจจัยการผลิตอื่นๆ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ การใช้พลังงาน การใช้ที่ดิน และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของไทย

นอกจากนี้ในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเพาะปลูกตั้งแต่พื้นที่สูงจนถึงพื้นที่ราบ ในประเทศจีนและประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงโดย Mingsarn Kaosa-ard and Benjavan Rerkasem (2000) และ Benjavan Rerkasem (2009) ได้แสดงให้เห็นว่า นาข้าวในบริเวณชายขอบ ปริมาณชลประทานจะถูกแทนด้วยพืชสวน ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มที่สูงกว่า ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ไทยซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง นาข้าว และป่าบุงป่าทามจะกลายเป็นพื้นที่ปลูกยูคาลิปตัส สำหรับผลิตเยื่อกระดาษ ส่วนพื้นที่ชายฝั่งที่เป็นนาข้าวในพรุและพื้นที่ชุ่มน้ำจะถูกแทนที่ด้วยนาถั่ว และยัง ก่อให้เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่าชายเลนที่เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์ทะเลที่สำคัญ นอกจากนี้พื้นที่สูงและที่คอน ที่เป็นพื้นที่ปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองที่หลากหลายชนิดจะถูกแปรสภาพเป็นพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดพันธุ์ผสม (Hybrid corn) ชา และสวนผลไม้ ส่วนการอุดหนุนยางพาราของไทยได้มีส่วนทำให้มีการเปลี่ยนแปลง พื้นที่นาข้าวไปเป็นสวนยาง และมีการปลูกยางในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง

การเปลี่ยนแปลงระบบการเพาะปลูกดังกล่าวไม่ได้เป็นไปเพราะต้องการเพียงรายได้ที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่การเปิดพรมแดนของประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยขยายโอกาสทางการค้าให้เพิ่มขึ้น ทำให้การขยายพืชผลทางการเกษตรจากพื้นที่ห่างไกลในประเทศหนึ่งๆ ไปยังศูนย์กลางในเมืองหรืออีกประเทศกลายเป็นเรื่องง่ายมากกว่าการขยายไปยังเมืองต่างๆ ภายในประเทศเดียวกัน (Benjavan Rerkasem, 2009) เช่น กรณีของกระเทียมที่ชายแดนพม่ามักถูกส่งมาขายเสียใหม่แทนที่จะส่งไปยังย่างกุ้ง หรือการปรับปรุงการขนส่งในแม่น้ำโขงมีผลทำให้การขนส่งผลไม้เมืองหนาวบางประเภท เช่น แอปเปิ้ล สาลี่ เป็นต้น เข้ามาขายในราคาที่ถูกกว่าผลไม้พื้นเมืองบางชนิดที่ขายในเมืองหลวงของทุกประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

ในขณะเดียวกันนโยบายของรัฐบาลจีนยังมีส่วนช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเพาะปลูก เช่น นโยบายในการยกเลิกการอุดหนุนข้าวเบาะของจีนที่มีผลกระทบต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูกและการผลิตข้าวของจีน หรือนโยบายของจีนที่มุ่งไปสู่การผลิตข้าวคุณภาพสูง ทำให้ผลผลิตข้าวคุณภาพสูงของมณฑลหูหนาน และเจียงซูเข้ามาแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทยที่นำเข้าไปขายในมณฑลยูนนานและเสฉวน นอกจากนี้ความสำเร็จอย่างมากในการพัฒนาปรับปรุงข้าวพันธุ์ผสมหรือพันธุ์พิเศษ (Hybrid or super rice program) ได้ทำให้จีนมุ่งให้ความสนใจเพิ่มขึ้นในข้าวตัดแต่งพันธุกรรม (GMO rice) โดยจีนได้ตั้งเป้าหมายของผลผลิตข้าวพันธุ์ผสมให้ได้ 2.5 ตันต่อไร่ ในปี พ.ศ. 2558 (ข้อมูลจากบรรยายของนายหยวน หลง ผิง ในงาน China Seed Expo 2009 ระหว่างวันที่ 25-27 พฤศจิกายน 2552 ณ นครกว่างโจว)

จะเห็นได้ว่า ภาคการเกษตรของไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้นภาคการเกษตรของไทยจำเป็นต้องปรับตัวและเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับโอกาสและอุปสรรคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของจีนที่จะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงความต้องการสินค้าเกษตรของจีน จึงเป็นที่สนใจที่จะวิเคราะห์ถึงความต้องการสินค้าเกษตรของจีน เพื่อให้ไทยสามารถเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในเศรษฐกิจของจีนได้อย่างทัน่วงที รวมทั้งการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยไปยังประเทศจีน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเตรียมรับมือและเตรียมตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะในการรักษาความสามารถในการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยไปยังตลาดจีนในอนาคต

2. วิธีการศึกษา

บทความนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาวิเคราะห์ระดับของความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยและคู่แข่งที่สำคัญในตลาดจีนระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 สินค้าเกษตรที่ใช้ในการพิจารณาประกอบด้วย ข้าว (HS: 100630) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (HS: 071410) แป้งมันสำปะหลัง (HS: 110814) น้ำตาล (HS: 170111) ยางธรรมชาติ (HS: 4001) ยางคอมพาวนด์ (HS: 4005) ยางวัลคาไนซ์ (HS: 4007) และผลไม้ (HS: 08) สำหรับการพิจารณาความสามารถในการแข่งขันจะพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

สภาพการแข่งขันของตลาดโดยการพิจารณาผ่านดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio Index: CR) แนวโน้มการส่งออก (Trend of Exports) ความสามารถในการส่งออกที่พิจารณาผ่านค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) พลวัตของตลาดโดยการพิจารณาจากพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage: Dynamic RCA) และที่มาของความเจริญเติบโตของการส่งออกที่พิจารณาจากแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share model: CMS) ในที่นี้จะขอกล่าวถึงวิธีการดังกล่าวพอสังเขปดังนี้ (อัครพงศ์ อันทอง, 2551) (สำหรับสูตรการคำนวณของวิธีการต่างๆ สามารถดูได้ในภาคผนวก)

2.1 วิธีการวัดสัดส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio: CR)

หนึ่งในวิธีการเชิงประจักษ์ที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด คือ การวัดสัดส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio: CR) หรือที่เรียกว่า "วิธีการวัดการกระจุกตัวเพียงบางส่วน (Partial Concentration)" เนื่องจากวิธีการนี้เป็นการวัดการกระจุกตัวที่พิจารณาถึงหน่วยผลิตเพียงบางส่วนในตลาด กล่าวคือ จะนำข้อมูลของหน่วยผลิตเฉพาะที่มีขนาดใหญ่มาคำนวณ เพราะให้ความสำคัญกับหน่วยผลิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง ซึ่งค่าที่ได้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงในการแข่งขันระหว่างหน่วยผลิตในตลาดนั้นๆ ในบทความนี้ประยุกต์ใช้วิธีการนี้ในการพิจารณาการกระจุกตัวของการนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงในการแข่งขันของการนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนจากประเทศต่างๆ

2.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) (Balassa, B. 1965) เป็นเครื่องมือที่นักเศรษฐศาสตร์นิยมใช้ในการวัดความได้เปรียบด้านการค้าระหว่างประเทศ หรือบางครั้งเรียกว่า ความสามารถในการส่งออก วิธีการนี้คำนวณจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดโลก โดยการพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากค่า RCA จะพิจารณาว่า ถ้าค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน ในทางกลับกันถ้าค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่า ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกรณีข้างต้นเป็นการวิเคราะห์ในเชิงสถิต (Static) ดังนั้นจึงมีการพัฒนาการวิเคราะห์ในเชิงพลวัต (Dynamic) เพื่อให้สามารถอธิบายในกรณีที่เวลามีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจากการ Total Difference สูตร RCA แล้วแยกองค์ประกอบออกมา พบว่าการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ที่เกิดขึ้นจะได้รับอิทธิพลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทยและสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก วิธีการนี้เรียกว่า "พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage)" (Tshikata, Y., 1999; Valentine, N. and Krasnik, G. 2000; and Edwards, L. and Schoer,

V., 2001) จากวิธีการของ Dynamic RCA สามารถแบ่งพลวัตทางการตลาดส่งออกได้เป็น 6 สถานการณ์ คือ คาวรุ่งพุ่งแรง สวนกระแส ตั้งรับปรับตัว คว่าไม่ทัน เสียโอกาส และถอยนำ (ดูรายละเอียดของ นิยามได้ในตารางภาคผนวก)

2.3 แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การพิจารณาหรือวิเคราะห์ถึงที่มาของความเจริญเติบโตของการส่งออก ส่วนใหญ่นักเศรษฐศาสตร์ นิยมใช้ "แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่" หรือ "Constant Market Share model (CMS)" เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการศึกษาคั่งกล่าว โดยแบบจำลองนี้จะทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งออก มีมูลค่าเพิ่มขึ้น หรือทราบถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก โดยวิธีการนี้จะแยกองค์ ประกอบของอัตราการเติบโตของการส่งออกออกเป็น 3 ส่วน คือ การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจาก การขยายตัวของตลาดโดยรวม (Growth effect) การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจากการขยายตัวของ ตลาดสินค้าที่กำลังศึกษา หรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคสินค้า (Commodity effect) และ การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออก (Competitiveness effect)

ค่าที่คำนวณได้มีหน่วยเป็นร้อยละ (%) และหมายความว่า องค์ประกอบในค่านั้นๆ มีส่วนช่วยให้มูลค่าการส่งออกมีอัตราการเติบโตเท่าใด และผลรวมของทั้งสามองค์ประกอบจะเท่ากับอัตราการ เติบโตของการส่งออกในแต่ละปี โดยในบทความนี้จะประยุกต์ใช้วิธีการข้างต้นในการคำนวณหาที่มา ของการเจริญเติบโตของการนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยและคู่แข่งที่สำคัญของประเทศจีน (หรือตลาดจีน)

3. ความต้องการสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนและแนวโน้มในอนาคต

เนื้อหาในส่วนนี้สรุปมาจากการศึกษาของ Jun Yang and Jikun Huang (2009) ที่เสนอต่อ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภายใต้โครงการศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน ในงานศึกษาคั่งกล่าวได้วิเคราะห์และพยากรณ์ความ ต้องการสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนโดยใช้แบบจำลอง Global Trade Analysis Project (GTAP) สำหรับ การวิเคราะห์ภาพรวมของโครงสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อประเมินแนวโน้มในอนาคต และความมั่นคงทาง ด้านอาหารภายในประเทศจีน รวมทั้งประเมินถึงผลกระทบจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วของจีน ที่มีต่อความมั่นคงทางด้านอาหาร การค้าสินค้าเกษตร และการค้าทวิภาคีระหว่างประเทศไทยและจีน

ในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมาจีนประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการเติบโตทางเศรษฐกิจ จนกลายเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในโลกในช่วงปี พ.ศ. 2523-2550 ด้วย อัตราการเติบโตของ GDP ประมาณร้อยละ 10 ต่อปี ในขณะเดียวกัน ก็มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง ภายในประเทศไปพร้อมๆ กันอีกด้วย โดยสัดส่วน GDP ของภาคการเกษตรของจีนได้ลดลงจากร้อยละ

30 ในปี พ.ศ. 2523 เป็นน้อยกว่าร้อยละ 11 ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะลดลงเหลือร้อยละ 7 ในปี พ.ศ. 2563 (จากการคาดการณ์ของการศึกษาค้างกล่าว) ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจะทำให้ภาคการเกษตรของจีนหันมาผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้นโดยเฉพาะสินค้าที่ใช้แรงงานอย่างเข้มข้น และการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงจะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงคุณภาพของความปลอดภัยทางค่านอาหาร รวมทั้งการบรรเทาภาวะความยากจนภายในประเทศ ในขณะที่การค้าสินค้าเกษตรของจีนจะปรับตัวไปสู่การส่งออกสินค้าเกษตรที่มีการใช้แรงงานอย่างเข้มข้นมากขึ้น และนำเข้าสินค้าเกษตรที่มีการใช้ปัจจัยที่ดินอย่างเข้มข้นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วของประเทศจีนมีผลสะท้อนต่อความมั่นคงทางการเกษตรและอาหาร และยังมีผลกระทบต่อเนื่องมายังภาคการเกษตรของไทย ซึ่งจากการคำนวณด้วยแบบจำลอง GTAP ที่ได้สมมติให้เศรษฐกิจของจีนเติบโตในอัตราร้อยละ 8 และ 8.8 ตลอดจนถึงปี พ.ศ. 2563 สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่น่าสนใจได้ดังนี้ (ดูรายละเอียดของผลการพยากรณ์ได้ในตารางที่ 1)

1) การเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วของจีนจะกระตุ้นให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงทางค่านอาหารของจีน และประเทศต่างๆ ในโลก จีนยังคงพึ่งพาสินค้าเกษตรของตนเองในระดับสูง ยกเว้นเมล็ดพืชประเภทน้ำมัน น้ำตาล และฝ้ายที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ พืชประเภทข้าวเจ้า ข้าวสาลี และข้าวโพด จะเป็นสินค้าสำคัญสำหรับความมั่นคงทางค่านอาหารและคนยากจนภายในจีน ดังนั้นจีนจะพึ่งพาสินค้าประเภทนี้ของตนเองมากกว่านำเข้าจากต่างประเทศ ในขณะที่เมล็ดพืชประเภทน้ำมัน น้ำตาล ฝ้าย อาหารสัตว์ และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรชนิดอื่นๆ จะเป็นสินค้าที่จีนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสให้กับประเทศต่างๆ ในการเพิ่มการผลิตสินค้าเกษตรดังกล่าว

2) กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้จีนจำเป็นต้องปรับโครงสร้างภาคการเกษตร โดยจีนจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตพืช เนื้อหมู เนื้อสัตว์ปีก เนื้อปลา และอาหารเกษตรแปรรูป และจะส่งออกสินค้าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นเมื่อเศรษฐกิจโลกมีการเปิดเสรีมากขึ้น ดังนั้นจีนจึงจำเป็นต้องปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศให้เอื้อต่อกระแสดังกล่าว เช่น การเปิดเสรีการค้ามากขึ้น การพัฒนาค่านโครงสร้างภาคเกษตรและภาคชนบท การมีการศึกษาวิจัยที่ดีขึ้น การมีระบบการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี และสถาบันที่เอื้ออำนวยต่อเกษตรกรทั้งทางค่านการรวมกลุ่มและค่านการตลาด เป็นต้น เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถเข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์ และได้รับประโยชน์จากกระแสดังกล่าว

3) แม้ว่าจีนจะเปิดเสรีทางการเกษตรมากขึ้น แต่จีนยังคงมีการใช้มาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีอย่างเข้มข้น ดังนั้นประเทศจีนจึงควรมีการปรับปรุงและสร้างระบบการตรวจสอบต่างๆ ที่ได้มาตรฐานและโปร่งใส เพื่อลดการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของจีน รวมทั้งควรมีการปรับปรุงคุณภาพต่างๆ ตามมาตรฐานโลก

4) การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วภายใต้การเปิดเสรีทางการค้าทำให้การผลิตของภาคเกษตรของจีนเปลี่ยนไปยังสาขาการผลิตที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่า ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อความยากจนและการกระจายรายได้ภายในประเทศจีน เนื่องจากเกษตรกรแต่ละกลุ่มมีการปรับตัวไม่เท่ากัน และมีความแตกต่างกันระหว่างภูมิภาค

5) การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของจีนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ยังมีผลกระทบต่อภาคการเกษตร โดยอุตสาหกรรมที่ได้รับประโยชน์ ได้แก่ สิ่งทอ เครื่องประดับ และอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ซึ่งจะมีการส่งออกสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้น และอาจมีผลต่อเนื่องไปยังตลาดโลก ในขณะที่เดียวกันจีนจะต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบบางชนิดเพิ่มขึ้น เช่น ยางพารา ป่าไม้ พลังงานและแร่ธาตุ ดังนั้นจีนอาจต้องมีการปรับโครงสร้างการผลิต การลงทุน การสร้างเทคโนโลยีใหม่ และการขยายฐานทรัพยากรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ตารางที่ 1 อัตราการพึ่งพาตนเองด้านสินค้าเกษตรและมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรของจีนในปี พ.ศ. 2563

สินค้า	เศรษฐกิจจีนเติบโตในอัตราร้อยละ 8 ต่อปี			เศรษฐกิจจีนเติบโตในอัตราร้อยละ 8.8 ต่อปี		
	อัตราการพึ่งพาตนเอง (%)	การส่งออก (พันล้าน US\$)	การนำเข้า (พันล้าน US\$)	อัตราการพึ่งพาตนเอง (%)	การส่งออก (พันล้าน US\$)	การนำเข้า (พันล้าน US\$)
ข้าวเจ้า	1.014	1.091	0.248	1.013	1.067	0.279
ข้าวสาลี	0.934	0.454	1.150	0.915	0.352	1.386
ธัญพืชอื่นๆ	0.967	0.019	0.519	0.964	0.013	0.647
ผักและผลไม้	1.046	14.731	0.924	1.037	13.043	1.099
เมล็ดพืชน้ำมัน	0.516	0.363	19.730	0.500	0.315	22.286
น้ำตาล	0.844	0.013	0.451	0.832	0.011	0.545
ฝ้าย	0.680	0.009	6.969	0.663	0.008	7.857
พืชผลอื่นๆ	1.655	2.164	0.577	1.438	1.836	0.671
เนื้อวัวและเนื้อแกะ	0.847	0.065	5.151	0.837	0.048	6.047
เนื้อหมูและสัตว์ปีก	1.022	10.961	3.913	1.009	8.066	4.774
นม	0.838	0.025	1.726	0.826	0.018	2.124
ปลา	1.011	2.283	0.657	1.007	1.971	0.754
อาหารแปรรูป	1.118	57.286	7.355	1.105	58.904	8.185

ที่มา: Jun Yang and Jikun Huang, 2009.

สำหรับผลกระทบต่อประเทศไทย โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนทั้งในปัจจุบันและในอนาคตประกอบด้วย (ดูรายละเอียดของผลการพยากรณ์ได้ในตารางที่ 2)

1) การค้าทวิภาคีระหว่างไทยและจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต และคาดว่าจีนจะส่งออกสินค้าประเภทผักและผลไม้ รวมทั้งอาหารแปรรูปมายังประเทศไทยมากขึ้น และจะนำเข้าข้าวเจ้า ผักและผลไม้เมืองร้อน น้ำตาล และอาหารแปรรูปจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น

2) การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจีนถือได้ว่าเป็นโอกาสและความท้าทายที่สำคัญสำหรับประเทศไทยในการได้รับประโยชน์จากสถานการณ์ดังกล่าว โดยการค้าทางการเกษตรที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นทำให้จีนลดการส่งออกสินค้าเกษตรสู่ประเทศไทย และเพิ่มการนำเข้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งภาคการเกษตรของไทย น่าจะได้รับประโยชน์ในการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้น ในที่สุดค่าเช่าที่ดินภายในประเทศไทยก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย และจะสูงขึ้นมากกว่าค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตชนิดอื่นๆ

3) การเติบโตอย่างรวดเร็วของระบบเศรษฐกิจจีนไม่น่าจะมีผลลบต่อความมั่นคงด้านอาหาร แต่จะช่วยให้ประเทศต่างๆ ที่มีความถนัดในการผลิตสินค้าที่ใช้ที่ดินอย่างเข้มข้นสามารถเพิ่มการผลิต และขยายการส่งออกมายังประเทศจีนได้เพิ่มขึ้น โดยประเทศกำลังพัฒนาต่างๆ สามารถส่งออกสินค้าเกษตรมายังประเทศจีนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ ถั่วเหลือง และเมล็ดพืชประเภทน้ำมัน ฝ้าย น้ำตาล ผลไม้เมืองร้อน และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เช่น นม เนื้อวัว เนื้อแกะ และอื่นๆ ซึ่งต้องแข่งขันกับผู้ส่งออก รายอื่นๆ ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ แคนาดา ออสเตรเลีย เป็นต้น

ตารางที่ 2 มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรระดับภวีกาีระหว่างไทยกับจีนในปี พ.ศ. 2563

สินค้า	เศรษฐกิจจีนเติบโตในอัตราร้อยละ 8 ต่อปี		เศรษฐกิจจีนเติบโตในอัตราร้อยละ 8.8 ต่อปี	
	ไทยส่งออกไปจีน	จีนส่งออกมาไทย	ไทยส่งออกไปจีน	จีนส่งออกมาไทย
ข้าวเจ้า	0.1796	0.0029	0.2024	0.0029
ข้าวสาลี	-	0.0037	-	0.0028
ธัญพืชอื่นๆ	0.0001	-	0.0001	-
ผักและผลไม้	0.6511	0.1659	0.7721	0.1560
เมล็ดพืชน้ำมัน	0.0183	0.0109	0.0207	0.0093
น้ำตาล	0.1109	-	0.1332	-
ฝ้าย	0.0217	0.0002	0.0244	0.0002
พืชผลอื่นๆ	0.0499	0.0121	0.0572	0.0103
เนื้อวัวและเนื้อแกะ	0.0002	0.0001	0.0002	0.0001
เนื้อหมูและสัตว์ปีก	0.0621	0.0557	0.0748	0.0416
นม	0.0082	0.0001	0.0101	0.0001
ปลา	0.0348	0.0085	0.0399	0.0070
อาหารแปรรูป	0.2845	0.5891	0.3160	0.6070

ที่มา: Jun Yang and Jikun Huang, 2009.

4. ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน

การพิจารณาความสามารถในการแข่งขันในบทความนี้พิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย คำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว แนวโน้มการส่งออก ความสามารถในการส่งออก (ค่า RCA) พลวัตทางการตลาด (ค่า Dynamic RCA) และความสามารถในการแข่งขัน (เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของที่มาของการเจริญเติบโตของการส่งออกที่วิเคราะห์จากแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ หรือ CMS) โดยในบทความนี้พิจารณาความสามารถในการแข่งขันของไทยกับคู่แข่งที่สำคัญในตลาดจีนของสินค้าข้าว มันสำปะหลัง น้ำตาล ผลไม้ และยางพารา ดังมีรายละเอียดพอสังเขปของผลการศึกษาดังนี้

4.1 ความสามารถในการแข่งขันของข้าว (HS: 100630) ของไทยในตลาดจีน

แม้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพและความสำเร็จในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกค่อนข้างมาก แต่ชาวนาไทยมักประสบกับปัญหาการขาดทุนอยู่เป็นประจำ เนื่องจากความไม่แน่นอนของสภาพดินฟ้าอากาศ ความผันผวนของราคาข้าว และการเพิ่มขึ้นของราคาปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ในปัจจุบันการ

ส่งออกข้าวของไทยยังเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศผู้ผลิตข้าวรายอื่นๆ และนับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งในการผลิตข้าวของไทยยังมีผลผลิตต่อพื้นที่ในปริมาณค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญอย่างจีน และอินเดีย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ย่อมมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกข้าวไทย

ประเทศจีนถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีการบริโภคข้าวมากที่สุดในโลก แม้ว่าจีนจะมีนโยบายความมั่นคงทางด้านอาหารในการผลิตข้าว แต่จีนยังคงนำเข้าข้าวคุณภาพสูงจากต่างประเทศ ในแต่ละปีจีนนำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 2.5-3.0 ล้านตัน โดยการนำเข้ากว่าร้อยละ 95 ของปริมาณการนำเข้าข้าวทั้งหมดเป็นการนำเข้าข้าวจากไทย โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิซึ่งในแต่ละปีมีการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยไม่น้อยกว่า 0.20-0.25 ล้านตัน แม้ว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 จีนมีแนวโน้มของการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นจากทุกตลาด แต่การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงปี พ.ศ. 2547 (มีอัตราการเติบโตร้อยละ 193.90) แต่หลังปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบันแนวโน้มการนำเข้าข้าวของจีนลดลงประมาณร้อยละ 17.54 ต่อปี (ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2551) โดยลดลงจาก 5-6 แสนกว่าตันในปี พ.ศ. 2548 เหลือประมาณ 2 แสนกว่าตันในปี พ.ศ. 2551 ในขณะเดียวกันจีนก็ลดการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยลงเช่นเดียวกัน เนื่องจากราคาข้าวหอมมะลิของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากประมาณตันละ 15,000-16,000 บาท ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 เป็น 23,000-24,000 บาทในปี พ.ศ. 2551 นอกจากนี้จีนยังสามารถผลิตข้าวได้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ (มีการส่งออกข้าวเม็ดเล็ก) จึงทำให้ไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากข้าวจีนไม่ใช่เป็นการแข่งขันจากคู่แข่งจากภายนอก

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยและคู่แข่งในตลาดจีน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีนมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา และอยู่ในสถานการณ์ที่เรียกว่า "ถอยน้ำ" หมายความว่า การส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดจีนหดตัวเร็วกว่าการลดการนำเข้าข้าวของจีน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3) สาเหตุหนึ่งมาจากการที่ข้าวไทยต้องแข่งขันกับข้าวคุณภาพสูงของจีนทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพ ในขณะเดียวกันในปัจจุบันข้าวไทยกำลังเผชิญกับปัญหาการผสมข้าว อันเกิดจากการทำแพคเกจใหม่ในจีน จึงมีการผสมระหว่างข้าวคุณภาพสูงของไทย (ข้าวหอมมะลิ) กับข้าวพันธุ์อื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อลดต้นทุน จึงทำให้คุณภาพข้าวของไทยลดลงจนทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือในข้าวไทย สำหรับคู่แข่งอย่างเวียดนามและปากีสถานแม้ว่าจะมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น แต่เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาด พบว่า ประเทศทั้งสองมีส่วนแบ่งการตลาดที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศไทย ดังนั้นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดจีน คือ ข้าวของประเทศจีน

ตารางที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 100630)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	เวียดนาม	ปากีสถาน
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	97.22	2.70	0.03
2. ดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	96.39	99.76	99.87
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	33.99	>1,000	151.79
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	40.69	10.03	0.96
5. พลวัตทางการตลาด	ถอยน้ำ	สวนกระแส	สวนกระแส
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	-7.75	>1,000	453.93

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

4.2 ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (HS: 071410) และแป้งมันสำปะหลัง (HS: 110814) ของไทยในตลาดจีน

ตลาดโลกมีความต้องการมันสำปะหลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะความต้องการเพื่อใช้ในการผลิตเป็นพลังงานทดแทน ทำให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูก ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ภาครัฐของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ไนจีเรีย บราซิล คองโก อินโดนีเซีย รวมทั้งเวียดนามต่างก็มียุทธศาสตร์ในการส่งเสริมให้มีการปลูกมันสำปะหลังในเชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อการผลิตมันสำปะหลังของไทย แม้ว่าไทยจะเป็นผู้ส่งออกมันสำปะหลังเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ปัจจุบันการทำให้มันสำปะหลังของไทยกำลังเผชิญกับปัญหาเพลี้ยแป้ง (Mealy Bug) ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประเทศไทย ปัญหาดังกล่าวทำให้ผลผลิตมันสำปะหลังของไทยลดลงค่อนข้างมาก (จากการประเมินของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า การระบาดของเพลี้ยแป้งอาจทำให้ผลผลิตมันสำปะหลังของไทยในปี พ.ศ. 2553 ลดลงประมาณ 2.73 ล้านตัน) และยังสร้างปัญหาต่อการผลิตมันสำปะหลังในภาพรวมของไทยอีกด้วย ซึ่งในอนาคตอาจมีผลกระทบต่อแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของมันสำปะหลังไทย

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา จีนกลายมาเป็นประเทศที่มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (รวมทั้งมันอัดเม็ด และมันเส้น) จากไทยมากที่สุด (มากกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมดของไทย) โดยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 แนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 37.80 ต่อปี และการนำเข้ากว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมดของจีน เป็นการนำเข้าจากไทย (มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 34.95 ต่อปี) ในขณะที่คู่แข่งอย่างเวียดนามซึ่งมีสัดส่วนการนำเข้าประมาณร้อยละ 20-25 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมดของจีน กลับมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 66.13 ต่อปี (ดูรายละเอียดในตารางที่ 4)

การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของจีน สาเหตุหนึ่งมาจากการที่จีนมีความต้องการมันสำปะหลังสำหรับใช้ในการผลิตพลังงานทดแทน (เอทานอล) (สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง กระทรวงพาณิชย์, 2552) ไม่ใช่เพื่อการผลิตอาหารสัตว์ (จีนไม่มีนโยบายในการนำพืชอาหารมาผลิตเป็นพลังงาน จึงมีการนำมันสำปะหลังมาผลิตเป็นพลังงานแทนการใช้ข้าวโพด (Funing Zhong, 2009) และจีนยังมีนโยบายห้ามผลิตเอทานอลจากข้าวโพด (สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง กระทรวงพาณิชย์, 2552))

แม้ว่าไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการแข่งขันในตลาดจีนเหนือกว่าคู่แข่งที่สำคัญอย่างเวียดนามและอินโดนีเซีย แต่กลับมีแนวโน้มของความสามารถในการส่งออกและแข่งขันลดลงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสวนทางกับตลาดจีนที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น (สถานการณ์คว่ำไม่ทัน) สาเหตุหนึ่งมาจากการที่จีนเข้าไปส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังในประเทศทั้งสอง (โดยเฉพาะในเวียดนาม) และในขณะเดียวกันการผลิตมันสำปะหลังของไทยในช่วงที่ผ่านมาต้องเผชิญกับปัญหาการระบาคอย่างรุนแรงของเพลี้ยแป้ง (ปัจจุบันยังคงเผชิญกับปัญหาดังกล่าวอยู่ และมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในอนาคตเวียดนามจะกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดจีน เนื่องจากในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเวียดนามไปยังจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย รวมทั้งยังมีความได้เปรียบในเรื่องโลจิสติกส์ที่เกื้อหนุนต่อการส่งออกไปยังจีน

ตารางที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 071410)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	76.83	18.78	4.38
2. ดัชนีอัตราการกระจายตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	69.06	96.34	99.94
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	34.95	66.13	83.65
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	29.16	81.14	2.78
5. พลวัตทางการตลาด	คว่ำไม่ทัน	คารรุ่งพุ่งแรง	คารรุ่งพุ่งแรง
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	-0.36	1.04	2.87

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

การนำเข้าแป้งมันสำปะหลัง (สตาร์ชที่ทำจากมันสำปะหลัง) ของจีนยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 จีนนำเข้าแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 28.23 ต่อปี โดยปี พ.ศ. 2548 เป็นปีที่มีการนำเข้ามันสำปะหลังลดลงมากถึงร้อยละ 25.04 เนื่องจากในปีดังกล่าวจีนหันไปใช้แป้งข้าวโพดที่มีราคาต่ำกว่าแทนแป้งมันสำปะหลัง การนำเข้าแป้งมันสำปะหลังกว่าครึ่งหนึ่งเป็นการนำเข้าจากไทย และอีกกว่าร้อยละ 35-40 ของมูลค่าการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังทั้งหมดเป็นการนำเข้าจากเวียดนาม และจีนมีแนวโน้มการนำเข้าจากเวียดนามเพิ่มขึ้นมากกว่าไทย (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5) เนื่องจากราคาแป้งมันสำปะหลังของเวียดนามมีราคาต่ำกว่า และเวียดนามยังได้เปรียบจากข้อตกลงการค้าชายแดนกับจีนที่ทำให้แป้งมันสำปะหลังจากเวียดนามถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มเพียงครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 6.5) ในขณะที่แป้งมันสำปะหลังไทยถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 13 กอปรกับเวียดนามยังมีความได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งทางโลจิสติกส์ที่ดีกว่าไทยและยังได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นโดยลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงเป็นแหล่งนำเข้าแป้งมันสำปะหลังที่สำคัญของจีน และยังคงมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น แต่น้อยกว่าประเทศเวียดนามซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย และกำลังกลายมาเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในตลาดจีน เนื่องจากเวียดนามมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสวนกระแสการหดตัวของตลาดนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของจีน (หรือเรียกว่า สถานการณ์สวนกระแส) ในขณะที่ไทยกลับตกอยู่ในสถานการณ์

ตั้งรับปรับตัว หมายความว่า ความสามารถในการส่งออกของไทยลดลงแต่ยังคงช้ากว่าการหดตัวของตลาดจีน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าในตลาดเป่ย์ม้นสำปะหลังของจีน เวียดนามกำลังกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย และมีแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ไทยซึ่งเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ในตลาดเป่ย์ม้นสำปะหลังกลับมีแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 5 ความสามารถในการแข่งขันของเป่ย์ม้นสำปะหลังไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 110814)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	51.60	37.12	3.88
2. คำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	59.89	98.57	99.38
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	29.78	48.59	>1,000
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	25.28	115.07	0.63
5. พลวัตทางการตลาด	ตั้งรับปรับตัว	สวนกระแส	สวนกระแส
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	50.74	52.18	>1,000

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

4.3 ความสามารถในการแข่งขันของน้ำตาล (HS: 170111) ของไทยในตลาดจีน

อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเกษตรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ในแต่ละปีอุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไม่ต่ำกว่า 7 หมื่นล้านบาทต่อปี และก่อให้เกิดการจ้างงานไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี (โดยเฉพาะแรงงานที่ใช้ในการตัดอ้อย) นอกจากนี้ในปัจจุบันอ้อยยังเป็นหนึ่งในพืชที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตพลังงานทดแทนได้อีกด้วย และประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลอันดับ 3 ของโลก รองจาก บราซิล และออสเตรเลีย (โดยผลผลิตน้ำตาลของไทยกว่าร้อยละ 70 ของทั้งหมดจะถูกส่งออกไปยังตลาดโลก) รวมทั้งยังเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตอ้อยและน้ำตาลที่สำคัญของโลกอีกด้วย

แม้ว่าจีนจะไม่ใช้ตลาดส่งออกน้ำตาลที่สำคัญของไทย โดยไทยส่งออกน้ำตาลไปยังประเทศจีนประมาณร้อยละ 7 ของมูลค่าการส่งออกน้ำตาลทั้งหมดของไทย ตลาดส่งออกน้ำตาลที่สำคัญของไทยคือ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่นแต่หลังจากปี พ.ศ. 2546 การนำเข้าน้ำตาลของจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก่อนที่จะลดลงในปี พ.ศ. 2550 การนำเข้าที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นการนำเข้าเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมต่อเนื่องและการบริโภคที่เพิ่มขึ้นของคนจีน โดยการนำเข้าน้ำตาลของจีนกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่านำเข้าน้ำตาลทั้งหมดของจีนเป็นการนำเข้าจากคิวบา และมีการนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 18-20 ของมูลค่าการนำเข้าน้ำตาลทั้งหมดของจีน

แต่อย่างไรก็ตามไทยยังคงมีความสามารถในการส่งออกและแข่งขันในการส่งออกน้ำตาลไปยังจีนและยังมีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมากกว่าคิวบา (ดูรายละเอียดในตารางที่ 6) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2550 จีนจึงลดการนำเข้าน้ำตาลจากไทยและตลาดโลกลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากในปีดังกล่าวจีนสามารถผลิตอ้อยได้มากขึ้น (แหล่งผลิตอ้อยที่สำคัญของจีนอยู่ที่กวางสี และกวางตุ้ง โดยจีนสามารถผลิตอ้อยได้ประมาณ 10 ล้านตันต่อไร่ ในขณะที่ไทยผลิตได้ประมาณ 8 ล้านตันต่อไร่ แต่อ้อย

1 ต้นของไทยสามารถผลิตน้ำตาลได้ประมาณ 14-15 กิโลกรัม ในขณะที่อ้อยของจีน 1 ต้นสามารถผลิตน้ำตาลได้ประมาณ 10 กิโลกรัม) จึงทำให้สามารถผลิตน้ำตาลได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันจีนได้เชิญให้ผู้ผลิตน้ำตาลที่สำคัญของไทยไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตน้ำตาลภายในจีนเพิ่มขึ้นอีก 5 แห่งที่กวางซี ซึ่งมีกำลังการผลิตอ้อยประมาณ 80 กว่าล้านตัน (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ) ทั้งนี้จีนยังให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตอ้อยและน้ำตาลภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากนานาชาติมาถ่ายทอดความรู้ให้กับนักวิชาการของจีน แต่อย่างไรก็ตามการผลิตอ้อยในประเทศจีนยังคงเผชิญกับปัญหาเรื่องโรคและแมลง โดยเฉพาะเมื่ออากาศหนาว ดังนั้นโอกาสในการส่งออกน้ำตาลของไทยไปยังตลาดจีนยังคงมีแนวโน้มที่สดใส เนื่องจากจีนยังมีความต้องการน้ำตาลเพื่อการบริโภคและใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ไทยยังคงต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศคิวบา และออสเตรเลีย นอกจากนี้โอกาสหนึ่งของการผลิตอ้อยนอกจากจะใช้เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตน้ำตาลแล้ว ปัจจุบันอ้อยกำลังกลายมาเป็นหนึ่งในพืชที่มีความสำคัญในฐานะของการผลิตพลังงานทดแทน ซึ่งในอนาคตอาจเกิดการแข่งขันแย่งชิงอ้อยเพื่อใช้ในการผลิตน้ำตาลและพลังงานทดแทน และส่งผลต่อราคาของน้ำตาลและความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกน้ำตาลของไทย

ตารางที่ 6 ความสามารถในการแข่งขันของน้ำตาลไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 170111)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	คิวบา	ออสเตรเลีย
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	18.02	49.24	11.17
2. คำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	17.04	68.23	76.98
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	16.49	10.85	13.40
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	7.19	442.83	3.25
5. พลวัตทางการตลาด	ถอยน้ำ	ถอยน้ำ	ถอยน้ำ
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	-41.41	-37.84	-21.65

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

4.4 ความสามารถในการแข่งขันของยางธรรมชาติ (HS: 4001) ยางคอมพาวนด์ (HS: 4005) และยางวัลคาไนซ์ (HS: 4007) ของไทยในตลาดจีน

ปัจจุบันยางพาราเป็นสินค้าเกษตรเพียงชนิดเดียวที่มีมูลค่าการส่งออกคิดอันดับ 1 ใน 10 ของสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย โดยไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายพารามากเป็นอันดับหนึ่งของโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2545-2549 ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติเฉลี่ยประมาณร้อยละ 34 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของโลก และมีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 43 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของโลก แม้ว่าไทยจะเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญ แต่อัตราการขยายตัวของปริมาณผลผลิตและปริมาณการส่งออกของไทยกลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างอินโดนีเซียและมาเลเซีย ซึ่งมีปริมาณการผลิตและการส่งออกเป็นอันดับ 2 และ 3 ของโลก ตามลำดับ กลับมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา จีนเป็นผู้ใช้ยางธรรมชาติมากที่สุดของโลก และในปัจจุบันจีนยังเป็นตลาดนำเข้ายางธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดของโลกและยังคงมีการขยายตัวของ การนำเข้ายางธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอดีตการนำเข้ายางธรรมชาติกว่ากึ่งหนึ่งเป็นการนำเข้าจากไทย เนื่องจากการผลิตยางธรรมชาติของไทยโดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตยางแผ่นรมควันซึ่งตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมภายในประเทศจีน แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าไทยจะมีความสามารถในการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดเหนือคู่แข่งอย่างอินโดนีเซียและมาเลเซีย (มีค่า RCA สูงกว่า) แต่ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2550) แนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันของไทยกลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (สถานการณ์เสียโอกาส) ในขณะที่อินโดนีเซียและมาเลเซียกลับมีแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สถานการณ์การรุ่งพุ่งแรง) และจีนหันไปนำเข้ายางธรรมชาติจากอินโดนีเซียและมาเลเซียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน (เพิ่มในอัตราร้อยละ 85.28 และ 52.19 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่นำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 28.82 ต่อปี) (ดูรายละเอียดในตารางที่ 7) เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการผลิตของจีนที่ใช้วัตถุดิบยางธรรมชาติมีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี โดยหันมาใช้ยางธรรมชาติที่มีคุณภาพมากขึ้น คือ ยางแท่ง (จีนหันไปนำเข้ายางแท่งเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และลดการนำเข้ายางแผ่นรมควัน โดยมีสัดส่วนการนำเข้ายางแท่งมากกว่าร้อยละ 60 ของการนำเข้ายางธรรมชาติทั้งหมดของจีน) แทนการใช้ยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพต่ำกว่า (ไทยเป็นผู้ผลิตยางแผ่นรมควันที่สำคัญของโลก ในขณะที่คู่แข่งของไทยอย่างอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นผู้ผลิตยางแท่งที่สำคัญของโลก) จึงทำให้ความสามารถในการแข่งขันของยางธรรมชาติของไทยลดลงในตลาดจีน และกำลังสูญเสียตลาดให้กับอินโดนีเซียและมาเลเซีย (Mingsarn Kaosa-ard and Akarapong Untong, 2009)

ดังนั้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการแข่งขันของยางธรรมชาติไทยในตลาดจีน ไทยควรมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตยางธรรมชาติจากยางแผ่นรมควันไปเป็นยางแท่งให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของตลาดจีน รวมทั้งตลาดอื่นๆ อย่างสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และอินเดีย นอกจากนี้ไทยควรเตรียมรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากจีนและเวียดนามรวมทั้งมาเลเซียได้เข้าไปลงทุนทำสวนยางในพม่า สปป. ลาว และอินโดนีเซีย เพื่อผลิตยางธรรมชาติให้เพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 7 ความสามารถในการแข่งขันของยางธรรมชาติไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 4001)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	เวียดนาม
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	46.70	25.97	18.16	4.83
2. ดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	43.94	72.68	92.66	97.71
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	28.82	52.19	85.28	31.77
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	18.55	9.56	15.43	15.05
5. พลวัตทางการตลาด	เสียโอกาส	การรุ่งพุ่งแรง	การรุ่งพุ่งแรง	คว่ำไม่ทัน
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	-69.21	158.18	209.00	-56.07

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

สำหรับการนำเข้ายางคอมพาวด์หรือยางผสมสารเคมีของจีนขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน (ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 จีนนำเข้ายางคอมพาวด์เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 72.52 ต่อปี) เพื่อนำไปใช้ตอบสนองการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศจีน (60% ใช้ในการผลิตยางรถยนต์ และ 40% ใช้ในการผลิตท่อยางและอื่นๆ) จึงทำให้ไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางที่สำคัญของโลกได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของตลาดจีน โดยจีนนำเข้ายางคอมพาวด์จากประเทศทั้งสามเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 100 ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 ในขณะที่เดียวกันประเทศผู้ผลิตทั้ง 3 แห่ง ยังคงมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน จึงทำให้สถานการณ์ทางการตลาดของการส่งออกยางคอมพาวด์ของไทยและคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ที่เรียกว่า *"ควารุ่งพุ่งแรง"* (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความสามารถในการแข่งขันของยางคอมพาวด์ไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 4005)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	28.82	21.26	3.72
2. ดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	32.57	64.69	73.45
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	172.11	200.17	196.08
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	13.75	10.69	6.75
5. พลวัตทางการตลาด	การรุ่งพุ่งแรง	การรุ่งพุ่งแรง	การรุ่งพุ่งแรง
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	74.34	481.69	>1,000

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

ส่วนยางวัลคาไนซ์ซึ่งมีขนาดของการนำเข้าน้อยกว่ายางธรรมชาติและยางคอมพาวด์มาก (มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 50 กว่าล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) จีนนำเข้ายางประเภทนี้เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 8.43 ต่อปี ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 โดยเป็นการนำเข้าจากอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 57.49 ต่อปี แต่ไทยและมาเลเซียกลับมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่าการนำเข้ายางวัลคาไนซ์ทั้งหมดของจีน และไทยกับมาเลเซียมีความสามารถในการส่งออกสูงกว่าอินโดนีเซียประมาณ 2-3 เท่า แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ได้สะท้อนให้เห็นว่า ตลาดนำเข้ายางวัลคาไนซ์ของจีนมีการหดตัวตลอด 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541-2550) และมีการหดตัวค่อนข้างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2550) แต่ประเทศไทยกับอินโดนีเซียยังคงสามารถขยายการส่งออกไปยังตลาดจีนได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากไทยและอินโดนีเซียมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ในขณะที่มาเลเซียกลับมีความสามารถในการแข่งขันลดลง) แต่อย่างไรก็ตามในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ความสามารถในการแข่งขันของยางวัลคาไนซ์ของไทยเริ่มมีแนวโน้มลดลง (ดูรายละเอียดในตารางที่ 9)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	39.91	41.93	4.17
2. ดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	39.60	79.90	87.13
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	12.35	8.84	57.49
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	16.72	13.41	5.58
5. พลวัตทางการตลาด	ถอยน้ำ	ถอยน้ำ	ตั้งรับปรับตัว
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	4.59	-15.88	91.26

4.5 ความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ (HS: 08) ของไทยในตลาดจีน

จีนเป็นผู้ผลิตและผู้ค้าผลไม้รายใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี พ.ศ. 2551 จีนมีพื้นที่ปลูกผลไม้ทั้งหมด 25.34 ล้านไร่ และมีผลผลิตผลไม้รวมประมาณ 96 ล้านตัน ผลไม้ที่สำคัญของจีนได้แก่ แอปเปิ้ล ส้ม แพร์ ถั่วลิสง องุ่น พืช เป็นต้น และมีการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปประมาณ 2.85 ล้านตัน โดยมีตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นตลาดหลัก เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปและอเมริกา มีค่าขนส่งสูงและมีกฎระเบียบในการนำเข้าที่เข้มงวดมากกว่า ในขณะที่เดียวกันจีนก็นำเข้าผลไม้สดจากประเทศต่างๆ ประมาณปีละ 1 ล้านตัน เช่น ถั่วลิสง (จากฟิลิปปินส์) ลำไย (จากไทย) และส้ม (จากสหรัฐฯ) เป็นต้น หลังจากเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ตามกรอบ FTA ASEAN-China (ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546) ได้ส่งผลให้จีนกลายเป็นตลาดส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทย และมีแนวโน้มของการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง กระทรวงพาณิชย์, 2552). โดยในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 จีนนำเข้าผลไม้จากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.43 ต่อปี และยังคงมีการนำเข้าจากประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ (สัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมดของจีน) ทั้งนี้ไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ อย่างสหรัฐฯ เวียดนาม และฟิลิปปินส์ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 10)

ปัจจุบันรัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าผลไม้ไทยได้จำนวน 23 ชนิด โดยผลไม้ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวจีน ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลำไย กัลยาลู่ม ชมพุ่มทับทิมจันทร์ มะม่วงน้ำดอกไม้ เงาะโรงเรียน ส้มโอ มะขามหวาน มะพร้าวน้ำหอม เป็นต้น นอกจากผลไม้สดเหล่านี้คนจีนยังนิยมบริโภคผลไม้แปรรูปบางชนิดจากไทย เช่น ลำไยอบแห้ง ทุเรียนทอดกรอบ/อบกรอบ กัลยาลู่มอบกรอบ ขนุนอบกรอบ เป็นต้น

สำหรับช่องทางการนำเข้าผลไม้ไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ทางมณฑลทางใต้ของจีน โดยเฉพาะตลาดเจียงหนานในมณฑลกว่างตุง และยังคงใช้วิธีการฝากขายในการทำการค้า ดังนั้นแม้ว่าไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันสูง และสามารถขยายตลาดการส่งออกผลไม้เมืองร้อนไปยังจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของจีน เช่น ข้อกำหนดทางด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดของจีน เป็นต้น นอกจากนี้ระบบการซื้อขายผลไม้ระหว่างไทยกับจีนยังคงเป็นลักษณะฝากขาย กอปรกับผลไม้ไทยไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน จึงมักถูกกดราคานอกจากปัญหาดังกล่าว ในปัจจุบันพ่อค้าไทยที่ส่งออกผลไม้ผ่านทางภาคเหนือของไทยมักนิยมส่งออกผ่านทางพม่า หรือ สปป. ลาว เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการระเบียบการนำเข้าของจีน (โดยเฉพาะลำไย) ดังนั้นจึงมักมีการรายงานว่า ประเทศทั้งสองจะกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ทั้งๆ ที่ประเทศทั้งสองไม่มีการผลิตลำไยแต่เป็นการส่งออกลำไยไทยผ่านทางประเทศทั้งสอง

ตารางที่ 10 ความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ไทยและคู่แข่งในตลาดจีน (HS: 08)

การวิเคราะห์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550	ไทย	สหรัฐ	เวียดนาม	ฟิลิปปินส์
1. ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	24.92	15.27	10.55	14.34
2. ดัชนีอัตราส่วนการกระจุกตัว ปี พ.ศ. 2550 (CR) (ร้อยละ)	27.55	40.06	52.35	64.41
3. แนวโน้มการส่งออก (ร้อยละ)	35.43	19.53	21.56	11.60
4. ความสามารถในการส่งออกใน ปี พ.ศ. 2550 (ค่า RCA)	11.63	1.71	36.56	4.99
5. พลวัตรทางการตลาด	สวนกระแส	ถอยนำ	ถอยนำ	ถอยนำ
6. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect)	118.26	-39.54	-22.02	49.60

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ World Trade Atlas, 2008.

จากผลการศึกษาดังต้นทำให้ทราบว่า ยางคอมพาวนด์ เป็นสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุด เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นและในขณะเดียวกันตลาดจีนก็มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ในขณะที่การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและยางธรรมชาติเป็นกลุ่มสินค้าที่จีนยังคงมีความต้องการเพิ่มขึ้น แต่ไทยกลับมีความสามารถในการแข่งขันลดลง โดยไทยจะต้องเข้าไปแก้ไขปัญหาคาการระบาดของเพลี้ยแป้งในมันสำปะหลังและปรับโครงสร้างการผลิตยางธรรมชาติภายในประเทศให้มีการผลิตยางแท่งที่ตรงกับความต้องการของจีนเพิ่มขึ้น สำหรับแป้งมันสำปะหลัง ยางวัลคาไนซ์ และผลไม้ เป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขัน เพียงแต่ตลาดจีนมีการหดตัวในการนำเข้า ซึ่งเป็นไปได้ว่าเมื่อเศรษฐกิจจีนมีการขยายตัวก็อาจจะหันมานำเข้าสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้นได้ (ยกเว้น สินค้าดังกล่าวเป็น Inferior goods สำหรับอุปสงค์ของการนำเข้าสินค้าดังกล่าวของจีน) แต่อย่างไรก็ตามผลไม้ไทยควรมีการจัดมาตรฐานและคุณภาพให้ชัดเจน รวมทั้งความปลอดภัยและความสะอาดของผลไม้ที่ส่งออกไปยังประเทศจีน เพื่อลดมาตรการและนโยบายการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีของจีน นอกจากนี้ควรมีการเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐในการลดมาตรการตรวจสอบผลไม้ไทย ส่วนสินค้าข้าวและน้ำตาล เป็นสินค้าที่ไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงกับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศจีน โดยการแข่งขันของข้าวไทยจะต้องพยายามมุ่งไปที่ตลาดระดับ high-end ของจีน และจัดทำมาตรฐานที่ชัดเจน รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลิ

กับผู้บริโภคจีน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคจีนในการบริโภคข้าวหอมมะลิของไทย สำหรับในกรณีของน้ำตาลจะต้องแบ่งตลาดน้ำตาลของจีนออกให้ชัดเจนว่า ไทยต้องการตอบสนองตลาดในระดับอุตสาหกรรมต่อเนื่องหรือตลาดผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน และการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัวของคนจีน ก็มีโอกาสทำให้การบริโภคน้ำตาลต่อหัวของคนจีนเพิ่มขึ้น

ในขณะที่เดียวกันความต้องการใช้น้ำตาลในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นแม้ว่าสินค้าเกษตรทั้งสองตัวนี้ดูเหมือนจะมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันน้อยกว่าสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่ศึกษา แต่ก็มีโอกาสในจีนค่อนข้างสูงหากสามารถสร้างความแตกต่างให้เห็นได้อย่างชัดเจนระหว่างสินค้าจากไทยและสินค้าที่ผลิตในจีน โดยเฉพาะความแตกต่างทางด้านคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคจีนกลุ่มหนึ่งที่มีรายได้เพิ่มขึ้นยินดีที่จะจ่ายสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีกว่าอย่างเห็นได้ชัด (ดูรายละเอียดในตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน

รายการ	ความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลง	ความสามารถในการแข่งขันของไทยเพิ่มขึ้น
ตลาดส่งออกจีนขยายตัว	มันสำปะหลัง และยางธรรมชาติ	ยางคอมพาวนด์
ตลาดส่งออกจีนหดตัว	ข้าว และน้ำตาล	แป้งมันสำปะหลัง, ยางวัลคาไนซ์ และผลไม้

5. สรุปผลการศึกษา

บทความนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน ซึ่งครอบคลุมสินค้าข้าว มันสำปะหลัง น้ำตาล ผลไม้ และยางพาราโดยพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด ดัชนีอัตราการกระจุกตัว (CR) แนวโน้มการส่งออก ค่า RCA ค่า Dynamic RCA และความสามารถในการแข่งขันที่ได้จากแบบจำลอง CMS ในการพยากรณ์ความต้องการสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนในอนาคตโดย Jun Yang and Jikun Huang (2009) ได้แสดงให้เห็นว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วของจีนจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงทางด้านอาหารทั้งของจีนและของประเทศต่างๆ ในโลก โดยจีนยังคงพึ่งพาตนเองในระดับสูงสำหรับสินค้าเกษตรเกือบทุกประเภท ยกเว้น เมล็ดพืชประเภทน้ำมัน น้ำตาล และฝ้าย

ส่วนผลกระทบที่มีต่อประเทศไทย คือ จีนจะส่งออกสินค้าประเภทผักและผลไม้ รวมทั้งอาหารแปรรูปมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็จะนำเข้าข้าวเจ้า ผักและผลไม้เมืองร้อน น้ำตาล และอาหารแปรรูปจากไทยเพิ่มขึ้น และจีนจะลดการส่งออกสินค้าเกษตรมายังประเทศไทย และเพิ่มการนำเข้าจากไทยมากขึ้น ซึ่งทำให้ภาคการเกษตรไทยจะได้รับประโยชน์มากขึ้นสำหรับผลการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน พบว่า ข้าวไทยมีความสามารถในการแข่งขันลดลงในตลาดจีน แม้ว่าไทยจะครองส่วนแบ่งการตลาดได้มาก แต่ประเทศจีนถือเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้บริโภคข้าวรายใหญ่ของโลก และบางส่วนก็มีการส่งออก ดังนั้นนอกจากจีนจะเป็นคู่ค้าของไทย ยังถือได้ว่าจีนยังเป็นคู่แข่งของไทยอีกด้วย ดังนั้นความสามารถในการแข่งขันของไทยที่ลดลงเป็นผลมาจากการแข่งขันกับผลผลิตข้าวของจีนนั่นเอง นอกจากนี้ส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือ

ข้าวไทย (ปัญหาการผสมข้าวคุณภาพต่ำกับข้าวหอมมะลิไทย) สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในจีน ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่และมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด แต่กลับมีแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันลดลง แม้ว่าจะได้ประโยชน์จากการยกเว้นภาษี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอยู่ในพิกัด 07 ซึ่งเป็นพิกัดสำหรับผักและผลไม้ อีกทั้งยังมีการนำเข้าเพื่อนำไปใช้ผลิตเป็นพลังงาน แต่ความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงเกิดจากการที่ไทยประสบกับปัญหาการระบาคอย่างรุนแรงของเพลี้ยแป้ง (ปัญหานี้ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน) ในขณะที่การส่งออกแป้งมันสำปะหลังไทยไปยังจีนกลับเผชิญกับการหดตัวของตลาดจีน กอปรกับคู่แข่งอย่างเวียดนามก็มีความได้เปรียบในเรื่องระบบโลจิสติกส์ที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออกไปยังจีน ส่วนความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงของการส่งออกน้ำตาลไทยไปยังตลาดจีน เกิดจากการหดตัวของตลาดจีน เนื่องจากจีนสามารถผลิตอ้อยได้เพิ่มขึ้นและผู้ประกอบการไทยยังมีการเข้าไปลงทุนผลิตน้ำตาลในประเทศจีนและเวียดนาม สำหรับยางธรรมชาติก็เป็นอีกหนึ่งสินค้าเกษตรที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันลดลงอย่างเห็นได้ชัดในตลาดจีน แม้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากจีนมีการเปลี่ยนโครงสร้างการนำเข้าจากยางแผ่นรมควันไปเป็นยางแท่ง จึงทำให้จีนหันไปนำเข้าจากคู่แข่งอย่างอินโดนีเซียและมาเลเซียแทน เนื่องจากประเทศทั้งสองเป็นผู้นำในการผลิตยางแท่ง ในขณะที่ไทยเป็นผู้นำในการผลิตยางแผ่นรมควัน ส่วนการส่งออกยางคอมพาวนด์ของไทยยังคงได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของตลาดจีนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไทยเป็นประเทศที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้สูงสุดและยังมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ในขณะที่ตลาดนำเข้ายางวัลคาไนซ์ของจีน แม้ว่าไทยจะเป็นประเทศที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด แต่กลับมีความสามารถในการแข่งขันลดลงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา สำหรับผลไม้ไทยซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพและมีความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดจีน รวมทั้งมีแนวโน้มในการส่งออกไปยังจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องยังคงต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันที่มีใช้ภาษีของจีน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงการต่างประเทศ. กองเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. 2552. **สาธารณรัฐประชาชนจีน**. แหล่งที่มา: <http://www.mfa.go.th/web/2386.php?id=63>. 21 มกราคม 2553.
- กระทรวงพาณิชย์. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง. 2552. **การผลิตและการตลาดผลไม้ในจีน**. แหล่งที่มา: <http://tg.thaicombj.org.cn/taiguo/img/h9ba-fruit%20market%20in%20china.pdf>. 21 มกราคม 2553.
- กระทรวงพาณิชย์. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง. 2552. **สรุปสถานการณ์มันสำปะหลังจีน ปี 09/10**. แหล่งที่มา: <http://tg.thaicombj.org.cn/taiguo/img/AyXP-cassava.doc>. 21 มกราคม 2553.
- อักษรศรี พานิชสาส์น. 2548. **มองจีน มองไทย**. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจบุ๊กส์.
- อัศวพงศ์ อ้นทอง. 2551. ศักยภาพสินค้าส่งออกไทยในตลาดกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง. **วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่** 12, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 48-73.
- อัศวพงศ์ อ้นทอง และ มิ่งสรรพ ขาวสอาด. 2546. ศักยภาพและโอกาสของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย. **วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์** 21, 2 (มิถุนายน): 1-44.
- อัมมาร สยามวาลา. 2547. "ชราภาพของภาคเกษตร: อดีตและอนาคตของชนบทไทย." ใน การสัมมนาทางวิชาการประจำปี 2547 เรื่อง **เหลียวหลังแลหน้า ยี่สิบปีเศรษฐกิจสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

ภาษาอังกฤษ

- Balassa, B. 1965. "Trade liberalization and revealed comparative advantage." **Manchester School of Economic and Social Studies** 33, 2: 99-123.
- Benjavan Rerkasem. 2009. "Feeding the dragon with a teaspoon: agricultural change in the GMS-5 and the impact of China." In Mingsarn Kaosa-ard and Adam, Andrew (Ed.). **Feeding the dragon: agriculture — China and the GMS**. p.161-185. Center for China-GMS Studies, Public Policy Studies Institute, Chiang Mai University.
- Edwards, L. and Schoer, V. 2001. **The structure and competitiveness of South African trade**. Paper presented at the Trade and Industrial Policy Secretariat Annual forum (TIPS). September 2001.
- Mingsarn Kaosa-ard and Akarapong Untong. 2009. "The competitiveness of Thai rubber in China." In Mingsarn Kaosa-ard and Adam, Andrew (Ed.), **Feeding the dragon: agriculture — China and the GMS**. p. 211-224. Center for China-GMS Studies, Public Policy Studies Institute, Chiang Mai University.
- Mingsarn Kaosa-ard and Benjavan Rerkasem. 2000. **The growth and sustainability of agriculture in Asia**. London: Oxford University.
- Tsikata, Y. 1999. **Liberalization and trade performance in South Africa**. World Bank informal discussion papers on aspects of the South African economy, no.13 (n.p.): The Southern African department, The World Bank.
- Valentine, N. and Krasnik, G. 2000. "SADC trade with the rest of the world: winning export sectors and revealed comparative advantage ratios." **South African Journal of Economics** 68, 2: 266-285.
- Yang, Jun and Huang, Jikun. 2009. **China's position in world production, consumption and trade of major agricultural products**. Center for Chinese Agricultural Policy, CAS, China [Draft report for comments]
- Zhong, Funing. 2009. "China's Agricultural Policy." In Mingsarn Kaosa-ard and Adam, Andrew (Ed.). **Feeding the dragon: agriculture — China and the GMS**. p. 5-28. Center for China-GMS Studies, Public Policy Studies Institute, Chiang Mai University.

ภาคผนวก

ก. วิธีการคำนวณหาค่าสัดส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio: CR)

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{\sum_{i=1}^t S_i} \times 100$$

โดยที่ CR_n = อัตราส่วนการกระจุกตัวของสินค้าเกษตรที่สำคัญที่นำเข้าจาก n ประเทศ
 S_i = ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศที่ $i : i = 1, 2, \dots, n$
 t = จำนวนประเทศทั้งหมดที่เป็นแหล่งนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีน
 n = จำนวนประเทศที่ใช้ในการพิจารณา

สำหรับเกณฑ์ในการพิจารณาว่า การนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนมีการกระจุกตัวหรือมีการแข่งขันกันของประเทศต่างๆ สูงหรือไม่ มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- ถ้าค่า CR มีมากกว่าร้อยละ 67 แสดงว่า การนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนมีการกระจุกตัวหรือมีการแข่งขันของประเทศต่างๆ สูง
- ถ้าค่า CR มีค่าระหว่างร้อยละ 34-67 แสดงว่า การนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนมีการกระจุกตัวหรือมีการแข่งขันของประเทศต่างๆ ปานกลาง
- ถ้าค่า CR มีค่าน้อยกว่า 34 แสดงว่า การนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญของจีนมีการกระจุกตัวหรือมีการแข่งขันของประเทศต่างๆ ต่ำ

ข. วิธีการคำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

$$RCA = \frac{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย}}{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก}}$$

สามารถเขียนเป็นสูตรการคำนวณทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_j = \frac{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}} \text{ or } \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \times \frac{X_{tw}}{X_{iw}}$$

โดยที่ RCA_j = ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

X_{tw} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา

j = ประเทศที่กำลังพิจารณา

ส่วนพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\frac{\Delta RCA_j}{RCA_j} = \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}} - \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถแยกนิยามของสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกที่เป็นไปได้ออกเป็น 6 สถานการณ์ ดังนี้

ตารางภาคผนวก นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ของค่า RCA	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ		นิยาม
	การส่งออกของประเทศที่ศึกษา	การส่งออกไปยังตลาดเป้าหมาย	
เพิ่มขึ้น	↑	>	การรุ่งพุ่งแรง
	↑	↓	สวนกระแส
	↓	<	ตั้งรับปรับตัว
ลดลง	↑	<	คว้าไม่ทัน
	↓	↑	เสียโอกาส
	↓	>	ถอยนำ

ที่มา: อัครพงศ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2546.

จากตารางข้างต้นสามารถอธิบายสถานการณ์ต่างๆ ได้ดังนี้

ก. ในกรณีค่า RCA เพิ่มขึ้น (ความสามารถในการส่งออกเพิ่มขึ้น)

- 1. การรุ่งพุ่งแรง** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย (จีน) มีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้ส่งออก (ไทย) สามารถส่งออกเพิ่มขึ้นได้รวดเร็วกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (จีน)
- 2. สวนกระแส** เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มความสามารถในการส่งออกดีขึ้น แต่ประเทศผู้นำเข้ามีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง
- 3. ตั้งรับปรับตัว** เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกลดลง โดยความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกลดลงช้ากว่าการนำเข้าที่ลดลงของประเทศผู้นำเข้า

ข. ในกรณีค่า RCA ลดลง (ความได้เปรียบในการส่งออกลดลง)

- 1. คว้าไม่ทัน** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย (จีน) มีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้ส่งออก (ไทย) สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกกลับขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (จีน)
- 2. เสียโอกาส** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายมีการขยายการนำเข้า แต่ประเทศผู้ส่งออกกลับมีความสามารถในการส่งออกลดลง ทำให้ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกลดลง
- 3. ถอยนำ** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายและประเทศผู้ส่งออกต่างก็มีแนวโน้มลดลง แต่ประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกลดลงเร็วกว่าการนำเข้าที่ลดลงของประเทศผู้นำเข้า

ค. วิธีการคำนวณหาที่มาของการเจริญเติบโตของการส่งออก หรือแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ (Constant Market Share Model: CMS)

สมมติว่าต้องการพิจารณาที่มาของการเติบโตของการส่งออกสินค้า i ของประเทศไทยไปยังตลาด m ในปี t จะสามารถคำนวณได้ตามสูตรดังนี้

$$\left[\frac{V_{imt} - V_{im(t-1)}}{V_{imt}} \right] \times 100 = \left[\frac{(R_{mt} \times V_{im(t-1)})}{V_{im(t-1)}} \right] + \left[\frac{\{(R_{imt} - R_{mt}) \times V_{i(t-1)}\}}{V_{i(t-1)}} \right] + \left[\frac{\{V_{imt} - V_{i(t-1)} - (R_{imt} \times V_{i(t-1)})\}}{V_{i(t-1)}} \right]$$

โดยที่ V_{imt} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศไทยไปยังตลาด m ในปี t
 $V_{im(t-1)}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศไทยไปยังตลาด m ในปี $t-1$
 R_{mt} = อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าทั้งหมดไปยังตลาด m ในปี t
 R_{imt} = อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้า i ไปยังตลาด m ในปี t
 i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา
 m = ตลาดเป้าหมายที่กำลังพิจารณา
 t = ปีที่กำลังพิจารณา

จากสูตรข้างต้นจะเห็นได้ว่า อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้า i จากประเทศไทยไปยังตลาด m ในปี t เกิดจากอิทธิพลหลัก 3 ด้าน คือ

1. ผลของการขยายตัวในการส่งออกสินค้าทั้งหมดไปยังประเทศ m (Growth Effect)

คือ พจน์
$$\left[\frac{(R_{mt} \times V_{im(t-1)})}{V_{im(t-1)}} \right]$$

2. ผลของการเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้า i ของประชาชนในประเทศ m (Commodity effect)

คือ พจน์
$$\left[\frac{\{(R_{imt} - R_{mt}) \times V_{i(t-1)}\}}{V_{i(t-1)}} \right]$$

3. ผลของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในสินค้า i หรือ ผลทางด้านส่วนแบ่งการตลาด (Competitiveness effect) คือ พจน์

$$\left[\frac{\{V_{imt} - V_{i(t-1)} - (R_{imt} \times V_{i(t-1)})\}}{V_{i(t-1)}} \right]$$