

**สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง**

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งตลาด  
ของลำไยในตลาดฮ่องกง

AN ANALYSIS OF REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE AND  
MARKET SHARE OF LONGAN IN HONG KONG MARKET



T119662

ปณิชา ศิลปรัสมิ

PANICHA SINLAPARASSAMEE

วพ.  
ป 146ก  
2554

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....**119662**  
วัน,เดือน,ปี: **4** อ.ค. **2555**

12371750

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**AN ANALYSIS OF REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE AND  
MARKET SHARE OF LONGAN IN HONG KONG MARKET**

**PANICHA SINLAPARASSAMEE**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
AGRIBUSINESS AND FOOD INDUSTRY MANAGEMENT  
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2011**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2011**

**ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLAGE**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| ชื่อเรื่อง                         | การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และส่วนแบ่งตลาดของลำไยในตลาดฮ่องกง |
| นักศึกษา                           | นางสาวปณิชา ศิลปรัศมี  |
| รหัสประจำตัว                       | 52641319   |
| ปริญญา                             | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  |
| สาขาวิชา                           | การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร   |
| พ.ศ.                               | 2554   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ | ผศ.ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ   |

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยเปรียบเทียบกับ การส่งออกลำไยของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศจีนและเวียดนาม และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกลำไยของไทยไปยังตลาดฮ่องกง นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่ง การตลาดของการส่งออกลำไยของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) โดยในการวิเคราะห์จะใช้เป็นข้อมูลในระบบ Harmonized System (HS) ที่มี ระยะเวลาครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2552

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในลำไยของประเทศไทย ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ช่วงเวลา พบว่าประเทศไทยและประเทศ เวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ  $RCA > 1$  ทั้ง 3 ช่วงเวลา แสดงถึงระดับการ แข่งขันยังสามารถส่งออกได้ดี เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในแต่ละช่วงเวลา พบว่า ประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่าประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 ประเทศเวียดนามและ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ 82.61 และ 39.32 ตามลำดับ และกลับลดลงอย่าง มากในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ประเทศไทยมีค่า RCA ลดลงเหลือ 39.18 ประเทศเวียดนามลดลง เหลือเพียง 48.94 ซึ่งลดลงมากกว่าประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ประเทศเวียดนามเริ่มมีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้นเป็น 49.77 ในขณะที่ประเทศไทยกลับลดลงเหลือ 34.27 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ลดลงค่า เมื่อเทียบกับ RCA ของประเทศเวียดนาม สำหรับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ของประเทศจีนมีค่า RCA < 1 ทั้ง 3 ช่วงเวลา คือ 0.12, 0.16 และ 0.12 ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยในระดับโลก

จากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) พบว่าลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง แต่ค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามซึ่งเป็นสัญญาณเตือนประเทศไทยว่าอาจสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดังนั้นประเทศไทยควรมีการพัฒนาการตลาด ปรับปรุงวิธีการผลิต รูปแบบการบรรจุหีบห่อและคุณภาพของลำไยให้มีมาตรฐานสากล และควรหากลยุทธ์การส่งออกเพื่อสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในลำไยไว้ได้

สำหรับผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของประเทศไทยแบ่งการเปรียบเทียบเป็น 2 ช่วงได้ผลดังนี้ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศไทยมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศไทยมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออก เนื่องมาจากผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกทิศทางซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกมากที่สุดรองลงมาคือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด

สำหรับผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ที่ลดลง เนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ที่เปลี่ยนแปลงนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

สำหรับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ของไทยในตลาดฮ่องกงสาม เรอธธิบายปัจจัยที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกลำไยของไทย ที่มีผลมาจากผลจากการแข่งขัน แสดงว่าประเทศไทยต้องควบคุมคุณภาพสินค้าของลำไยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และควรมีการพัฒนาการปลูกผลไม้นอกฤดูการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดภาวะพึ่งพาปัจจัยด้านภูมิอากาศ

ตามธรรมชาติซึ่งมีความไม่แน่นอนและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตลำไยของไทยเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการรักษาตลาดผู้บริโภคและการพยายามลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าด้านต้นทุน

ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางและผลที่มาจาก การกระจายตลาด จะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยควรหันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดส่งออก และต้องปรับปรุงด้านการตลาด การขนส่ง รวมถึงสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานราชการและเอกชน



|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Title</b>                     | An Analysis of Revealed Comparative Advantage and Market Share of Longan in Hong Kong Market |
| <b>Student</b>                   | Miss Panicha Sinlaparassamee   |
| <b>Student ID.</b>               | 52641319   |
| <b>Degree</b>                    | Master of Business Administration  |
| <b>Program</b>                   | Agribusiness and Food Industry Management  |
| <b>Year</b>                      | 2011   |
| <b>Independent Study Advisor</b> | Asst. Prof. Dr.Opal Suwunnamek   |

### ABSTRACT

The objective of the study is to analyze the ability of Thai longan exports to Hong Kong with competitive countries, especially China and Vietnam. Moreover, this study indicates the possible factors which may impact Thai longan internationally. Revealed comparative advantage (RCA) and constant market share model (CMS) were applied to indicate competitiveness and factors that influencing the change of exports. Harmonized code 0810900102 is measured during 2001 to 2009.

This analyzed revealed comparative advantage index (RCA) in 3 periods which are the first period (2001-2003), the second period (2004-2006) and the last period (2007-2009). Moreover, this research used competitive advantage to analyze Thailand, China and Vietnam.

The result of this research found that Thailand and Vietnam had comparative advantage in longan exporting. After we were comparing Thailand with Vietnam, Vietnam experienced the highest RCA rate from 2001 to 2003, which is reckoned as 82.61; while Thailand reached only 39.32. Then, during in 2004 to 2006, The RCA value of Vietnam and Thai decreased to 48.94 and 39.18 respectively. However, during 2007 to 2009, Vietnam's RCA was increased to 49.77 though Thai's RCA was 34.27, therefore Vietnam had more advantage in the export of longan than Thailand designs this period. While China had competitive disadvantage in longan exporting.

The study of comparative advantage that appears (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) showed that longan is a fruit that is highly competitive but the RCA has dropped continuously comparing to Vietnam. It is a warning sign that Thailand may lose its competitive advantage as shown. Therefore, Thailand longan should improve a marketing development,

production methods, form of packaging and quality in order to be the international longan's standards. Also, it should form import strategy for maintaining its market share and competitive advantage.

The result of the analysis in the constant market share model for this study is compared in 2 periods. The first period (2001-2003 comparing with 2004-2006) found that the change in the market share affected from the value of longan exporting. This value is decrease because of the interaction effect pure share or competitive effect and market distribution effect in that order. The second period (2004-2006 comparing with 2007-2009) shows that the value of longan exporting is increase. This counting affects from the interaction effect, pure share or competitive effect and market distribution effect in that order.

The result of the analysis in the constant market share model of China and Vietnam in the first period (2001-2003 comparing with 2004-2006) was changed as a result of the pure share or competitive effect, world growth effect and market distribution effect correspondingly. The second period (2004-2006 comparing with 2007-2009) was counting which affect from the market distribution effect, pure share or competitive effect and interaction effect in order.

For analysis of Thailand fixed market share (CMS) in Hong Kong market can explain the factors that changes the value of the Thailand longan exports from the result of exporting competition. It is meant that Thailand have to do the quality control of longan to be a standard acceptable and develop efficiently the planting method of out of season fruit production to reduce dependence on natural climatic factors which are uncertain and affect efficiency and production of longan in Thailand to create continuity in the treatment of the consumer market and try to reduce production costs to enhance competitiveness in terms of cost with trading partners. Joint effects of adjustment of exports are right or wrong direction and the results from the distribution market which will influence Thailand exports in positive way. Thailand should to turn to focus on expanding export markets and to improve the transportation market as well as to encourage sales promotion and public relations that are generated by Government agencies and private sectors.

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระอิสระเล่มนี้สำเร็จ ได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอปอล์ สุวรรณเมฆ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำชี้แนะช่วยแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา กรรมการสอบหัวข้อและ โครงร่างการค้นคว้าอิสระที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดการศึกษาระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านข้อมูลทางสถิติการศึกษาระหว่างประเทศ และเจ้าหน้าที่จากกรมส่งเสริมการเกษตร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านข้อมูลการสถิติและการผลิตลำไย ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้มีเนื้อหาที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายขอขอบคุณพี่สาว พี่บุญธรรม และพี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ หลักสูตรการจัดการธุรกิจ การเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ที่เป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา

ถ้าหากองความผิดอันใดที่เกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้กับบิดามารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

ปณิชา ศิลปรัศมี

# สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....  | I    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....   | IV   |
| กิตติกรรมประกาศ.....  | VI   |
| สารบัญ.....   | VII  |
| สารบัญตาราง.....  | X    |
| สารบัญรูป.....  | XII  |
| <br>  |      |
| บทที่ 1 บทนำ.....   | 1    |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....  | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....  | 6    |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา.....   | 6    |
| 1.4 วิธีการศึกษา.....   | 7    |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....  | 9    |
| <br>  |      |
| บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....   | 10   |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์.....   | 10   |
| 2.1.1 แนวความคิดแบบจำลองความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ<br>(Revealed Comparative Advantage: RCA)..... | 10   |
| 2.1.2 แนวคิดแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่<br>(Constant Market Share Model: CMS).....                       | 12   |
| 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....   | 22   |
| <br>  |      |
| บทที่ 3 การผลิต การตลาด และการส่งออกลำไยของไทย.....   | 26   |
| 3.1 สภาพทั่วไป และลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของลำไย.....   | 26   |
| 3.2 สถานการณ์การผลิตลำไย.....   | 26   |
| 3.2.1 การผลิตลำไยของโลก.....  | 26   |
| 3.2.2 การผลิตลำไยในประเทศไทย.....   | 27   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ VII การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| 3.3 สถานการณ์ตลาดการส่งออกลำไย.....  | 30   |
| 3.3.1 ตลาดต่างประเทศ .....   | 30   |
| 3.3.2 การใช้เทคโนโลยีชีตอายุลำไยสด.....  | 30   |
| 3.3.3 การตรวจสอบและรับรองคุณภาพลำไยเพื่อการส่งออก<br>โดยกรมวิชาการเกษตร0.....  | 30   |
| 3.3.4 ขั้นตอนปฏิบัติสำหรับลำไยสดเพื่อการส่งออก.....  | 31   |
| 3.4 ประเทศคู่แข่ง.....   | 31   |
| 3.4.1 ประเทศเวียดนาม.....  | 31   |
| 3.4.2 ประเทศจีน.....   | 34   |
| 3.5 สถานการณ์ตลาดลำไยในตลาดฮ่องกง.....   | 36   |
| 3.5.1 ตลาดค้าส่งผลไม้ในประเทศฮ่องกง.....   | 37   |
| 3.5.2 ลักษณะการค้าผลไม้ในประเทศฮ่องกง.....   | 37   |
| 3.5.3 ตลาดลำไยในประเทศฮ่องกง.....  | 40   |
| 3.5.4 พฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศฮ่องกง.....  | 40   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....  | 41   |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของลำไย.....   | 41   |
| 4.1.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของลำไย<br>ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ.....   | 42   |
| 4.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่ง<br>การตลาดที่.....   | 44   |
| 4.2.1 การวิเคราะห์เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วย<br>แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546<br>เทียบกับ ปี พ.ศ. 2547-2549..... | 46   |
| 4.2.2 การวิเคราะห์เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วย<br>แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549<br>เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552.....  | 47   |
| 4.2.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของ   |      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน VIII การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|  |    |
|--|----|
| ประเทศคู่แข่งคือ ประเทศจีนและประเทศเวียดนามด้วยแบบจำลอง<br>ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับ<br>ปี พ.ศ. 2547-2549.....  | 48 |
| 4.2.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกภายใต้ในตลาดช่องกของ<br>ประเทศคู่แข่งคือ ประเทศจีนและประเทศเวียดนามด้วยแบบจำลอง<br>ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับ<br>ปี พ.ศ. 2550-2552..... | 49 |
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....   | 53 |
| 5.1 บทสรุป.....  | 53 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ.....  | 55 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป.....   | 56 |
| บรรณานุกรม.....  | 57 |
| ภาคผนวก.....   | 60 |
| ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณและวิธีการคำนวณหาดัชนี<br>ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA).....   | 61 |
| ภาคผนวก ข ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณส่วนแบ่งตลาดโดยใช้แบบจำลอง<br>ส่วนแบ่งการตลาดคงที่(CMS).....   | 69 |
| ประวัติผู้เขียน.....   | 78 |

# สารบัญตาราง

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 1.1 มูลค่าการส่งออกและ GDP ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2552.....   | 1    |
| 1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทต่างๆ ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2543-2552.....   | 2    |
| 1.3 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2552.....  | 3    |
| 1.4 มูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2544-2552.....  | 4    |
| 1.5 มูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2552.....   | 5    |
| 3.1 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ลำไย ปี พ.ศ. 2548-2552.....  | 30   |
| 4.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เฉลี่ย.....  | 43   |
| 4.2 อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกและอัตราการขยายตัวของการส่งออกและส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของลำไยของโลกในตลาดฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549.....                        | 47   |
| 4.3 อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกและอัตราการขยายตัวของการส่งออกและส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของลำไยของโลกในตลาดฮ่องกง ปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552.....                        | 48   |
| 4.4 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทย ประเทศจีนและประเทศเวียดนามในตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552..... | 51   |
| ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม ปี พ.ศ. 2544-2552.....  | 62   |
| ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศเวียดนามปี พ.ศ. 2544-2552.....  | 63   |
| ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกลำไยของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552.....  | 64   |
| ตารางผนวกที่ 4 มูลค่าการส่งออกทุกในสินค้าของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552.....   | 65   |
| ตารางผนวกที่ 5 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยของประเทศไทย.....  | 66   |
| ตารางผนวกที่ 6 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยของประเทศจีน.....  | 67   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| ตารางผนวกที่ 7 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยของประเทศเวียดนาม.....           | 68   |
| ตารางผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}$ )..... | 70   |
| ตารางผนวกที่ 9 มูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $\sum_i \sum_j X_{ijk}$ ).....                | 71   |
| ตารางผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกลำไยของโลกไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $\sum_j X_{ijk}$ ).....            | 72   |
| ตารางผนวกที่ 11 มูลค่าการส่งออกลำไยไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $X_{ijk}$ ) .....                        | 74   |



# สารบัญรูป

| รูปที่   | หน้า |
|--|------|
| 2.1 หลักการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่.....  | 19   |
| 4.1 กราฟแสดงแนวโน้มค่าความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยของ<br>ประเทศไทย จีนและเวียดนาม ปี พ.ศ. 2544-2552..... | 43   |



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อาศัยการค้าระหว่างประเทศเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศมาเป็นระยะเวลานาน โดยรัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการส่งออกนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2524 เพราะการส่งออกนับเป็นแหล่งรายได้หลักของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศและเป็นที่มาของเงินทุนสำรองระหว่างประเทศ นอกจากนั้นการผลิตเพื่อการส่งออกยังก่อให้เกิดการจ้างงาน การถ่ายทอดเทคโนโลยีและเกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่อง

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าภาคการส่งออกเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดย ซึ่งพิจารณาได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2548 GDP มีจำนวน 7,090,893 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 9,050,715 ล้านบาท ในขณะที่มูลค่าการส่งออกรวม 4,438,691 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 62.60 ของ GDP ในปี พ.ศ. 2548 และเพิ่มขึ้นเป็น 5,199,912.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 57.45 ของ GDP ในปี พ.ศ. 2552 (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกและ GDP ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2552

| ปี   | GDP<br>(ล้านบาท) | การส่งออก<br>(ล้านบาท) | สัดส่วนการส่งออก/<br>GDP (ร้อยละ) |
|------|------------------|------------------------|-----------------------------------|
| 2548 | 7,090,893.00     | 4,438,691.00           | 62.60                             |
| 2549 | 7,850,193.00     | 4,930,985.40           | 62.81                             |
| 2550 | 8,529,836.00     | 5,241,962.60           | 61.45                             |
| 2551 | 9,075,493.00     | 5,853,628.20           | 64.50                             |
| 2552 | 9,050,715.00     | 5,199,912.37           | 57.45                             |

ที่มา: กรมศุลกากร / สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โครงสร้างการส่งออกของประเทศไทย สินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุดถึงร้อยละ 76.38 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด อันดับสองคือ สินค้าเกษตร มีสัดส่วนร้อยละ 10.77 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีสัดส่วนร้อยละ 7.40 (ตารางที่ 1.2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทต่างๆ ของประเทศไทย ปี พ.ศ 2543-2552

หน่วย: ล้านบาท

| ปี   | สินค้า     | ร้อยละ | สินค้า     | ร้อยละ     | สินค้า       | ร้อยละ     | ส่งออก<br>ทั้งหมด |
|------|------------|--------|------------|------------|--------------|------------|-------------------|
|      | เกษตรกรรม  | สินค้า | อุตสาหกรรม | สินค้า     | อุตสาหกรรม   | สินค้า     |                   |
|      |            | เกษตร  | เกษตร      | อุตสาหกรรม |              | อุตสาหกรรม |                   |
|      |            | กรรม   |            | กรรม       |              | กรรม       |                   |
|      |            |        |            | เกษตร      |              |            |                   |
| 2543 | 291,956.10 | 10.00  | 187,698.60 | 8.85       | 2,115,414.0  | 27.05      | 2,768,064.80      |
| 2544 | 312,527.80 | 10.83  | 213,492.50 | 7.40       | 2,115,414.00 | 75.28      | 2,884,703.90      |
| 2545 | 305,417.50 | 10.45  | 218,941.60 | 7.49       | 2,226,390.10 | 76.14      | 2,923,941.40      |
| 2546 | 365,037.50 | 10.98  | 247,582.40 | 7.44       | 2,542,797.90 | 76.46      | 325,630.10        |
| 2547 | 414,523.90 | 10.70  | 255,650.30 | 6.60       | 2,994,110.80 | 77.29      | 3,873,689.60      |
| 2548 | 418,069.90 | 9.42   | 280,160.70 | 6.31       | 3,470,160.70 | 78.18      | 4,438,691.00      |
| 2549 | 499,675.30 | 10.12  | 303,069.70 | 6.14       | 3,808,883.30 | 77.14      | 4,937,372.20      |
| 2550 | 522,531.80 | 9.86   | 327,300.10 | 6.17       | 4,154,482.70 | 78.36      | 5,302,119.20      |
| 2551 | 662,228.90 | 11.32  | 385,771.00 | 6.59       | 4,405,983.90 | 75.30      | 5,851,371.10      |
| 2552 | 559,458.60 | 10.77  | 384,298.10 | 7.40       | 3,967,535.00 | 76.38      | 5,194,588.60      |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรประเทศหนึ่งของโลก สินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย 10 อันดับแรก ได้แก่ ข้าว ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง เป็นต้น และปัจจุบันสินค้าเกษตรเหล่านี้กำลังประสบกับการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดโลก ต้องเผชิญกับปัญหาการแข่งขันด้านราคา หรือต้องอยู่ในภาวะจำยอมต่อการเปลี่ยนแปลงราคาที่ถูกกำหนดขึ้นในตลาดโลก การที่ประเทศไทยจะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากประเทศไทยไม่มีอำนาจทางการตลาดที่เข้มแข็งพอ อีกทั้งคุณภาพสินค้าส่งออกของประเทศไทยก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกันมากกับผู้ผลิตรายอื่นๆ และนอกจากนี้ประเทศคู่ค้ายังมีการนำมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-Tariff Barriers: NTBs) มาใช้เป็นเครื่องมือกีดกันทางการค้า เช่น มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Standard: SPS) มาตรการทางเทคนิค (Technical Barriers to Trade: TBT) มาตรการสิ่งแวดล้อม (Environment Measures) เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นอุปสรรคในการส่งออกสินค้าของประเทศไทยมากขึ้น (สิทธิชัย ฝรั่งทอง. 2552) ดังนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยจึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป

ตารางที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2552

หน่วย: ล้านบาท

| ประเทศ                        | 2548      | 2549      | 2550      | 2551      | 2552      |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด  | 4,431,016 | 4,930,194 | 5,296,507 | 5,850,777 | 5,196,970 |
| มูลค่าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ | 733,048   | 842,478   | 886,857   | 1,087,172 | 988,653   |
| <b>สินค้าเกษตรส่งออก</b>      |           |           |           |           |           |
| <b>ที่สำคัญ 10 อันดับแรก</b>  |           |           |           |           |           |
| ข้าวและผลิตภัณฑ์              | 99,108    | 104,597   | 126,872   | 213,419   | 183,422   |
| ยางธรรมชาติ                   | 148,680   | 205,470   | 194,338   | 223,628   | 146,264   |
| ปลาและผลิตภัณฑ์               | 80,533    | 83,572    | 85,173    | 107,812   | 97,585    |
| กุ้งและผลิตภัณฑ์              | 72,004    | 87,020    | 82,626    | 85,081    | 94,149    |
| น้ำตาลและผลิตภัณฑ์            | 34,574    | 33,376    | 48,707    | 54,748    | 68,748    |
| ผลไม้และผลิตภัณฑ์             | 47,356    | 50,746    | 52,537    | 59,785    | 60,757    |
| มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์       | 34,190    | 43,494    | 47,931    | 47,721    | 51,641    |
| เนื้อไก่หรือเลือดไก่ปรุงแต่ง  | 27,339    | 28,707    | 31,989    | 51,621    | 49,039    |
| ไม้และผลิตภัณฑ์               | 36,713    | 40,387    | 40,912    | 41,466    | 41,549    |
| ผักและผลิตภัณฑ์               | 17,971    | 19,334    | 19,180    | 19,271    | 19,483    |
| สินค้าเกษตรอื่นๆ              | 134,044   | 145,181   | 155,452   | 182,620   | 176,016   |

ที่มา: สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ ปี 2552 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ผลไม้และผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าส่งออกทางการเกษตรที่โดดเด่นอย่างมาก และเป็นที่ชื่นชอบในตลาดต่างประเทศ ทั้งยังมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2548 มีมูลค่า 47,356 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 60,757 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2552 (ตารางที่ 1.3)

ผลไม้ไทยจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีผลไม้หลากหลายชนิด ซึ่งแต่ละชนิดก็มีรสชาติ คุณภาพ และรูปลักษณะที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับผลไม้ของประเทศอื่นๆ และผลไม้ของประเทศไทยก็หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันให้ผลผลิตตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้ไทยนั้นเพิ่งได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ปี พ.ศ. 2530-2534) ซึ่งได้กำหนดให้การกระจายการผลิตเพื่อขายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับโครงสร้างการผลิตให้กระจายไปจากสินค้าหลักเดิมที่มีปัญหาการแข่งขันด้านราคา การตลาด และมาตรการกีดกันทางการค้า ไปสู่สินค้าใหม่ๆ ที่มีคู่แข่งทางการตลาดที่แจ่มใสซึ่งรัฐบาลได้กำหนดสินค้าเป้าหมายใหม่ถึง 199 ชนิด รวม 14 ประเภท และสินค้าเป้าหมายใหม่ 1 ใน 14 ประเภทมีสินค้าประเภทผลไม้รวมอยู่ด้วย ซึ่งประกอบด้วยผลไม้ 27 ชนิด และได้คัดเลือกให้ส่งเสริมเป็นสินค้าเป้าหมายหลักในการส่งออก 4 ชนิด คือ มะม่วง ลำไย ทูเรียน และส้มโอ (นฤมล บุญส่งเจริญ, 2546)

ตารางที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2552

หน่วย: ล้านบาท

| ผลไม้   | 2544    | 2545    | 2546    | 2547    | 2548    | 2549    | 2550    | 2551    | 2552     |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| ทุเรียน | 2,057.9 | 1,737.6 | 1,323.5 | 1,629.5 | 2,186.4 | 2,590.8 | 2,566.7 | 3,131.5 | 4,114.4  |
| ลำไย    | 1,910.7 | 1,940.7 | 1,655.2 | 2,164.3 | 2,134.4 | 2,099.7 | 2,429.0 | 2,613.3 | 3,632.9  |
| มังคุด  | 408.4   | 349.5   | 295.1   | 439.1   | 699.7   | 262.3   | 727.6   | 718.0   | 1,858.4  |
| มะม่วง  | 217.5   | 145.8   | 188.6   | 175.9   | 132.9   | 258.0   | 293.6   | 354.2   | 484.6    |
| ลิ้นจี่ | 223.8   | 385.7   | 146.4   | 177.6   | 253.8   | 282.0   | 173.0   | 158.8   | 358.2    |
| กล้วย   | 95.7    | 78.9    | 73.6    | 147.8   | 159.8   | 193.2   | 170.0   | 202.7   | 240.7    |
| ส้มโอ   | 101.5   | 101.4   | 108.3   | 102.0   | 99.5    | 132.3   | 119.2   | 109.2   | 115.4    |
| เงาะ    | 93.1    | 50.0    | 73.4    | 31.2    | 30.9    | 17.3    | 41.6    | 67.1    | 69.7     |
| สับปะรด | 66.8    | 45.3    | 52.7    | 50.3    | 50.8    | 80.3    | 50.6    | 44.5    | 31.2     |
| อื่นๆ   | 443.1   | 1,052.7 | 742.8   | 1,025.3 | 1,299.5 | 1,649.1 | 1,327.2 | 1,267.5 | 1,573.1  |
| รวม     | 5,618.5 | 5,885.6 | 4,659.6 | 5,943.0 | 7,047.7 | 7,565.0 | 7,898.5 | 8,666.8 | 12,478.6 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ลำไย (*Dimocarpus longan* Lour.) เป็นผลไม้ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอันดับหนึ่งของภาคเหนือ โดยมีเกษตรกรผู้ปลูกลำไยมากกว่า 3 แสนราย มีพื้นที่ปลูกประมาณ 9 แสนไร่ มีผลผลิตรวมมากกว่า 6 แสนตันต่อปี ผลผลิตลำไยสามารถจำหน่ายเป็นลำไยสด ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งสีทอง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 5,000 ล้านบาทต่อปี ปัจจุบันการผลิตลำไยในฤดูมีผลผลิตออกมากในช่วง เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน (3 เดือน) ผลผลิตมาก ล้นตลาด ราคาตกต่ำ และขาดแรงงานในช่วงเก็บเกี่ยว ส่วนการผลิตลำไยนอกฤดู มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตออกมาในช่วง เดือนตุลาคม-เดือนมิถุนายน (9 เดือน) ปริมาณผลผลิตน้อย แต่ตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูง ดังนั้น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงกำหนดนโยบายการผลิตลำไย ปี 2549-2551 มีเป้าหมายผลิตลำไยนอกฤดูร้อยละ 40 ของพื้นที่ปลูกลำไยทั้งหมด เพื่อกระจายผลผลิตให้มีการผลิตลำไยนอกฤดูให้มากขึ้น แต่การผลิตลำไยนอกฤดูให้ประสบผลสำเร็จ ต้องทำงานแบบบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร โดยใช้เทคนิค วิธีการที่เหมาะสมในการเตรียมต้นที่ดี ผลิตลำไยให้ได้คุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ (สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขต 1 จังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ลำไยเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูงมากเนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีรสชาติดี และสามารถส่งไปจำหน่ายยังที่ไกลๆ ได้ จากสถิติการส่งออกลำไยของประเทศไทย ในปัจจุบันพบว่าปริมาณการส่งออกมีเพิ่มขึ้นทุกปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกลำไยจาก 1,910.7 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2544 เป็น 2,164.3 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 และได้เพิ่มขึ้นเป็น 3,632.9 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2552 (ตารางที่ 1.4)

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตลำไยรายใหญ่ที่มีลำไยพันธุ์ดีตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งภายในและต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ และประเทศอเมริกา โดยประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

**ตารางที่ 1.5** มูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2552

| ปี           | หน่วย: ล้านบาท |        |        |        |          | อัตรายายตัว (%) |
|--------------|----------------|--------|--------|--------|----------|-----------------|
|              | 2548           | 2549   | 2550   | 2551   | 2552     |                 |
| จีน          | 1,026.62       | 913.36 | 850.93 | 861.39 | 1,070.25 | 24.25           |
| อินโดนีเซีย  | 568.64         | 717.89 | 518.01 | 647.92 | 1,048.87 | 61.88           |
| ฮ่องกง       | 321.64         | 242.51 | 518.01 | 669.13 | 901.87   | 34.75           |
| สหรัฐอเมริกา | 4.48           | 0.99   | 8.82   | 99.33  | 129.67   | 30.54           |
| ฟิลิปปินส์   | 20.79          | 23.60  | 34.08  | 44.06  | 57.00    | 29.30           |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกลำไยที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งของประเทศไทย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกลำไย 321.64 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 901.87 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2552 และมีอัตราการขยายตัว 34.75% ในปี พ.ศ. 2552 (ตารางที่ 1.5)

เมื่อมองด้านการส่งออกของประเทศไทยกับประเทศฮ่องกงจะเห็นได้ว่าประเทศฮ่องกงเป็นตลาดสำคัญอันดับ 4 ของสินค้าจากประเทศไทย รองจากประเทศจีน ประเทศอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น โดยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 6.39 ในขณะที่ทั้งสามประเทศมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 10.82, 10.39 และ 10.37 ตามลำดับ และหากพิจารณาการส่งออกในปี พ.ศ. 2553 ในช่วงครึ่งปีแรก ประเทศไทยส่งสินค้ามาประเทศฮ่องกงเป็นมูลค่า 9,143.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.74 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยสินค้าเกษตรส่งออกสำคัญของประเทศไทยได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ผลไม้ เช่น ลำไย ทุเรียน มังคุด ส้มโอ (ลลิตา จิระนนท์ประวัตติ. 2553)

จากที่กล่าวมาข้างต้นเมื่อมองภาพรวมของสถานการณ์ส่งออกสินค้าประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าไปประเทศฮ่องกงคาดว่าจะมีการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ในขณะที่เศรษฐกิจของโลกยังไม่ฟื้นตัว ในตลาดหลัก อย่างเช่น ประเทศจีน ประเทศอเมริกา มีการขยายตัวชะลอลง ประเทศฮ่องกงแม้จะเป็นตลาดเล็กแต่มีกำลังซื้อสูง ประเทศฮ่องกงจึงเป็นตลาดส่งออกที่น่าสนใจ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกลำไยของประเทศไทย ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2544-2552 โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลักได้แก่ ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม
2. เพื่อศึกษาส่วนแบ่งการตลาดของลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการศึกษาจะศึกษามูลค่าการส่งออกลำไยตามรหัสพิกัดศุลกากร Harmonized System (HS) ของ Global Trade Atlas ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 คือ

HS 0810900102 ลำไยสด (Longans, Fresh)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับในการศึกษาจะทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นนำคือประเทศจีน และประเทศเวียดนาม

2. การศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของลำไย จะใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) โดยจะทำการแบ่งช่วงเวลาในการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงปี คือช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552

## 1.4 วิธีการศึกษา

### 1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยใช้ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศทั้งของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งชั้นนำของประเทศไทย รวมทั้งตลาดนำเข้าของผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก ซึ่งได้รวบรวมจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น Global Trade Atlas กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

### 1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายถึงสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกลำไยของไทย โดยอาศัยค่าทางสถิติในรูปแบบอัตราส่วน ร้อยละและตารางประกอบการอธิบายในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะทำการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยนำข้อมูล มูลค่าการส่งออกลำไย และมูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของโลก ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 นำมาวิเคราะห์ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ดังสูตรต่อไปนี้

$$RCA_{ij} = [X_{ij} / X_j] / [X_{i\cdot} / X_w]$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|        |   |
|--------|---|
| โดยที่ | $RCA_{ij}$ = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกของประเทศ $j$ |
|        | $X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้า $i$ ของประเทศ $j$                                |
|        | $X_j$ = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ $j$                                 |
|        | $X_{iw}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้า $i$ ของโลก                                       |
|        | $X_w$ = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก  |
|        | $i$ = สินค้า  |
|        | $j$ = ประเทศที่ส่งออกสินค้า   |
|        | $w$ = ประเทศที่นำเข้าสินค้า   |

2.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของลำไยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) โดยนำข้อมูล มูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของลำไยของโลกและการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของลำไยของโลกในตลาดฮ่องกงมาทำการวิเคราะห์โดยแบ่งช่วงเวลาในการวิเคราะห์ออกเป็นปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ.2547-2549 และปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 โดยในการศึกษาครั้งนี้จะประยุกต์ใช้สูตรคำนวณ CMS ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \Sigma_j X^1_{ijk} - \Sigma_j X^0_{ijk} = & [G_k \Sigma_j X^0_{ijk} - \Sigma_j X^0_{ijk}] \\ & + [\Sigma_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \Sigma_j X^0_{ijk}] + [\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \Sigma_j X^0_{ijk}] \\ & + \{[\Sigma_j X^1_{ijk} - \Sigma_j (G_{jk} X^0_{ijk})] - [\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \Sigma_j X^0_{ijk}]\} \end{aligned}$$

กำหนดให้

|       |  |
|-------|--|
| $X$   | = มูลค่าการส่งออกสินค้า $k$ ในประเทศ $i$ และประเทศ $j$ |
| $G$   | = อัตราการขยายตัวการส่งออกโลกในสินค้า                  |
| $G^*$ | = ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกโลกในสินค้า $k$   |
| $i$   | = ประเทศผู้ส่งออกในสินค้า $k$                          |
| $j$   | = ประเทศผู้นำเข้า                                      |
| 1     | = ค่าเฉลี่ยของช่วงปีที่พิจารณา                         |
| 0     | = ปีที่กำหนดให้เป็นฐาน                                 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ตลาดชองกงเป็นตลาดผลไม้ที่มีคุณภาพและมีโอกาสขยายการส่งออกต่อไปอีก รวมทั้งการนำเข้าผลไม้เป็นไปอย่างเสรีไม่มีข้อจำกัดหากผู้ส่งออกประเทศไทยทำให้กำไรของประเทศไทยสามารถคล่องตลาดอันดับ 1 และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) จะทำให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งว่ามีความได้เปรียบหรือสูญเสียความได้เปรียบในการส่งออก และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ทำให้ทราบถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกเพื่อที่จะเป็นแนวทางที่จะรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้สูงขึ้นในตลาดส่งออก



## บทที่ 2

# แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### 2.1.1 แนวความคิดแบบจำลองความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ในการศึกษาด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage) ของการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ นักเศรษฐศาสตร์มักนิยมใช้ค่าดัชนี RCA หรือดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ซึ่งแสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศใดประเทศหนึ่งในสินค้าต่างๆ โดยวัดความสามารถได้จากอัตราการส่งออกและนำเข้าของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกและนำเข้ารวมของโลก การวิเคราะห์เฉพาะค่า RCA โดยไม่ได้พิจารณาส่วนแบ่งการตลาดด้วยก็จะทำให้ไม่ได้ภาพของความสามารถในการแข่งขันที่ชัดเจนว่าประเทศใดครองตลาดอยู่ในสัดส่วนที่มากกว่า ดังนั้นจึงควรพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด (คมสัน สุริยะ. 2544)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางการค้าของ Bela Balassa ซึ่งพิจารณาจากต้นทุนเปรียบเทียบและความแตกต่างของปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา เช่น ชื่อเสียงของสินค้าที่มีผลต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ และภายใต้สมมติฐานที่ว่าทุกประเทศมีรสนิยมเหมือนกัน มีภาระภาษีศุลกากรของแต่ละอุตสาหกรรมเหมือนกัน และอัตราส่วนมูลค่าการส่งออก-นำเข้า จะสะท้อนถึงการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกัน ดังนั้น ประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งที่มีต้นทุนเปรียบเทียบต่ำที่สุด และจะให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าประเภทอื่น โดยที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างการส่งออก

แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบาลาสซา (Balassa's RCA) อาศัยทฤษฎีการแข่งขัน (Competitiveness) และการอาศัยซึ่งกันและกัน (Complementarily) ดังนี้

ลักษณะการแข่งขัน (Competitiveness) หมายถึง การที่ประเทศสมาชิกผลิตสินค้าประเภทคล้ายๆ กันซึ่งทำให้มีโครงสร้างการส่งออกและการนำเข้าคล้ายๆ กัน ทำให้ต้องแข่งขันกันเอง

ลักษณะการอาศัยซึ่งกันและกัน (Complementarily) หมายถึง การที่ประเทศสมาชิกผลิตสินค้าประเภทที่ต่างกัน ทำให้มีโครงสร้างการส่งออกและการนำเข้าที่ต่างกัน ทำให้มีลักษณะอาศัยซึ่งกันและกันได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณค่าดัชนี RCA ตามวิธีการของ Balassa เป็นการอธิบายอัตราส่วนของส่วนแบ่ง (Export share) ของสินค้า  $i$  ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $j$  ต่อส่วนแบ่งของสินค้า  $i$  จากการส่งออกทั้งหมดของโลก ซึ่งแสดงเป็นสมการดังนี้

$$RCA_{ij} = [X_{ij} / X_j] / [X_{iw} / X_w]$$

โดยที่  $RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกของประเทศ  $j$

$X_{ij}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$

$X_j$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $j$

$X_{iw}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของโลก

$X_w$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

$i$  = สินค้า

$j$  = ประเทศที่ส่งออกสินค้า

$w$  = ประเทศที่นำเข้าสินค้า

จากสมการข้างต้นแปลความหมายได้ดังนี้

ถ้าค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมด มากกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้านั้นต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศดังกล่าวมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) ในการส่งออกสินค้านิดนั้น

ถ้าค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมด น้อยกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้านั้นต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศดังกล่าวไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) ในการส่งออกสินค้านิดนั้น

ถ้าค่า RCA เท่ากับ 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมด เท่ากับสัดส่วนการนำเข้าสินค้านั้นต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศดังกล่าวไม่ได้อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบหรือไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านิดนั้น

โดยทั่วไปแล้วนอกจากจะพิจารณาค่า RCA ที่มากกว่า 1 แล้วยังต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่ส่งออกไปในตลาดประเทศเดียวกันด้วย เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งอกกับประเทศคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทย จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า เมื่อค่า  $RCA_{ij}$  มากกว่า 1 ในทางตรงกันข้าม ประเทศไทย จะไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า เมื่อค่า  $RCA_{ij}$  น้อยกว่า 1 และหากค่า  $RCA_{ij}$  เท่ากับ 1 แสดงว่าสินค้า มีส่วนครองตลาดคงที่หรือทัดเทียมกับค่าเฉลี่ยของโลก ดังนั้นจึงสามารถใช้ค่า  $RCA$  วัดแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ส่งออกของประเทศไทยเทียบกับผลิตภัณฑ์ส่งออกของประเทศคู่แข่ง เพื่อบ่งบอกถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์ของไทยว่ามีแนวโน้มอย่างไร และหากค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ( $RCA$ ) มีแนวโน้มสูงขึ้นย่อมชี้ให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านความสามารถในการส่งออกของไทยจะมีแนวโน้มที่ดี และถ้านแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ( $RCA$ ) มีแนวโน้มลดลง ย่อมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยจะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในอนาคต

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือ ค่า  $RCA$  นี้แสดงให้เห็นภาพกว้างๆของการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  เมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้านี้ของโลก และทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยและประเทศคู่แข่งว่ามีความได้เปรียบหรือสูญเสียความได้เปรียบ

ข้อจำกัดของการนำค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมาใช้ ได้แก่

1. ค่า  $RCA$  จะเป็นดัชนีแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญ ที่อาศัยข้อมูลเฉพาะการนำเข้า ดังนั้นจึงไม่ได้เชื่อมโยงให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการผลิตของสินค้านั้นได้ และกรณีที่มีการกีดกันทางการค้า  $RCA$  ไม่สามารถแสดงถึงผลการกีดกันทางการค้าออกมาได้

2. ค่า  $RCA$  ของการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลัก มักจะมีค่าสูงกว่า  $RCA$  ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก เนื่องจากมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร

3. การที่ค่า  $RCA > 1$  หรือ  $< 1$  ไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าเกิดจากปัจจัยใด

### 2.1.2 แนวคิดแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) เป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ถึงการขยายตัวหรืออัตราการขยายตัวของการส่งออกว่ามีสาเหตุเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านอุปสงค์หรือปัจจัยทางด้านอุปทานมากน้อยเพียงใด โดยมีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนข้อสมมุติฐานทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้านคือ อุปสงค์ และอุปทาน ซึ่งอุปสงค์ส่วนใหญ่จะขึ้นกับสถานการณ์ของประเทศนำเข้า และอุปทานส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของประเทศส่งออก ซึ่งในการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจจะไม่สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วเท่ากับการขยายตัวของการส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องจากเหตุผล 3 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การส่งออกอาจกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่ความต้องการมีอัตราการขยายตัวต่ำ
2. การส่งออกอาจมุ่งเน้นไปยังตลาดที่พบเขาหรือมีอัตราขยายตัวต่ำ
3. ประเทศที่ส่งออกอาจจะไม่สามารถหรือไม่อาจแข่งขันกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกจากประเทศอื่นได้

การศึกษาทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่เริ่มจาก Tyszynski (1951) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของแต่ละประเทศในโลกอธิบายโดยสินค้าที่ส่งออกของแต่ละประเทศสามารถคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาดของประเทศในตลาดโลกที่มีอยู่ในตอนเริ่มต้น ซึ่งจะสมมุติว่าส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละกลุ่มของสินค้าคงที่ถ้าเกิดความแตกต่างระหว่างส่วนแบ่งตลาดที่สมมุติให้คงที่กลับส่วนแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นจริง แสดงว่าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในตลาดโลก ส่วนต่างนี้เป็นความแตกต่างระหว่างส่วนแบ่งปัจจุบันกับส่วนแบ่งตลาดตามที่สมมุติไว้ เรียกว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงในการแข่งขัน (สมลพร คงจินดา มณี. 2545)

แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ตามหลักการวิเคราะห์ของ Leamer and Stern (1970) กล่าวว่า การพิจารณาถึงผลของการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อสมมุติว่าประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ในตลาดโลกในตลาดประเทศต่างๆ และในตลาดสินค้าต่าง ๆ เอาไว้ได้เท่าเดิม สามารถแยกได้ว่าเป็น ผลมาจากการเจริญเติบโตของตลาดโลก ผลจากส่วนประกอบสินค้า และผลจากการกระจายตลาด ความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายหรือหดตัวของการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงกับขนาดการขยายตัวในกรณีที่ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศในตลาดที่กำหนดให้คงที่ดังกล่าวข้างต้น จะเกิดจากการขยายหรือหดตัวของการส่งออกที่เป็นผลมาจากการแข่งขัน ในขณะที่ Richardson (1971) ได้พิจารณาการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มเติมจากแนวคิดของ Leamer and Stern (1970) ซึ่งเป็นการศึกษาแบบจำลอง CMS ที่ซับซ้อนมากขึ้น คือ ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการส่งออกจำเป็นต้องเปรียบเทียบการส่งออกใน 2 ช่วงเวลา ที่แตกต่างกัน โดยใช้โครงสร้างปีฐาน (base year) และโครงสร้างปีสุดท้าย (final year) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาคือ การปรับตัวของการส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทาง เป็นการวัดความสามารถในการปรับตัวของประเทศผู้ส่งออกรับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาดโลก ซึ่งในการศึกษาดังกล่าวนี้ ได้ใช้การวิเคราะห์ตามทฤษฎีและแบบจำลองของ Richardson (1971) สามารถแสดงที่มาของแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดที่ ในรูปสมการเอกลักษณ์ เริ่มต้นจากสมการส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกดังสมการที่ (1)

$$S_i = q_i / Q \quad (1)$$

โดยที่  $q_i$  = ปริมาณการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก (ประเทศ  $i$ )

$S_i$  = ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออก (ประเทศ  $i$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$Q$  = ปริมาณการค้าของทั้งโลก

จากสมการ (1) สามารถเขียนความสัมพันธ์ได้ใหม่เป็น

$$q_i = S_i Q \quad (2)$$

ดังนั้นเมื่อทำ Total Differentiation สมการที่ (2) จะได้สมการที่ (3)

$$\Delta q_i = S_i \Delta Q + Q \Delta S_i \quad (3)$$

จากสมการที่ (3) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วย พจน์ที่ 1  $S_i \Delta Q$  ผลการจากการขยายตัวของ การส่งออกรวมของโลก ซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของโลก โดยที่ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศ  $i$  ในการส่งออกมีค่าคงที่ ผลที่เกิดขึ้นจากอุปสงค์จากภายนอกที่ประเทศ  $i$  ไม่สามารถควบคุมผลกระทบนี้ได้และพจน์ที่ 2  $Q \Delta S_i$  ผลจากความสามารถในการแข่งขันแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งการตลาดของประเทศ  $i$  โดยที่อุปสงค์รวมของโลกมีค่าคงที่ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นผลมาจากสภาพการณ์ของประเทศผู้ส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ

ในการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดส่งออกและการส่งออกทั้งหมดของโลก เราอาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งการตลาดส่งออกในปีที่ผ่านมาและการส่งออกทั้งหมดของโลกในปัจจุบันตามหลักของ Richardson (1971) สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\Delta q_i = S_i^{t-1} \Delta Q + \Delta S_i Q^t \quad (3.1)$$

หรืออาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งการตลาดส่งออกในปัจจุบันและใช้ปริมาณการส่งออกทั้งหมดของโลกในปีที่ผ่านมา ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\Delta q_i = S_i^t \Delta Q + \Delta S_i Q^{t-1} \quad (3.2)$$

ถ้ากำหนดให้  $Q_i^t = Q_i^{t-1} + \Delta Q$  แทนสมการ (3.1) หรือ แทน  $S_i^t = S_i^{t-1} + \Delta S_i$  ในสมการ (3.2) จะได้สมการการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ  $i$  ดังสมการที่ (4)

$$\Delta q_i = S_i^{t-1} \Delta Q + \Delta S_i Q^{t-1} + \Delta S_i \Delta Q \quad (4)$$

โดยที่  $Q_i^t$  = การส่งออกทั้งหมดของโลกในปัจจุบัน  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned} S_i^t &= \text{ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกในปีปัจจุบัน} \\ Q_i^{t-1} &= \text{การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีที่ผ่านมา} \\ S_i^{t-1} &= \text{ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกในปีที่ผ่านมา} \end{aligned}$$

สมการที่ (4) แสดงสมการเอกลักษณ์ของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และได้ปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาคือ  $\Delta S_i \Delta Q$  แสดงถึงผลจากการปรับตัวที่ถูกรบกวนหรือผิดทิศทางของการส่งออก

หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ  $i$  โดยพิจารณาเฉพาะสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียว สมมติว่าเป็นสินค้า  $k$  เขียนสมการที่ (4) ได้ใหม่ดังสมการที่ (5)

$$\Delta q_{ik} = S_{ik}^{t-1} \Delta Q_k + \Delta S_{ik} Q_k^{t-1} + \Delta S_{ik} \Delta Q_k \quad (5)$$

แต่ในความเป็นจริงแล้วการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่มีความหมายแตกต่างกัน ดังนั้นถ้าสนใจสินค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยที่กลุ่มสินค้าที่สนใจศึกษาประกอบด้วยสินค้าชนิด  $k_1, k_2, \dots, k_n$  จากสมการที่ (5) หาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ โดยใช้เครื่องหมายผลรวม ( $\Sigma$ ) ดังสมการที่ (6)

$$\Delta q_{ik} = \Sigma_k \Delta q_{ik} = \Sigma_k S_{ik}^{t-1} \Delta Q_k + \Sigma_k \Delta S_{ik} Q_k^{t-1} + \Sigma_k \Delta S_{ik} \Delta Q_k \quad (6)$$

โดยที่  $k$  = ชนิดของสินค้า

$Q_k$  = ปริมาณการส่งออกสินค้า  $k$  ของตลาดโลก

จากสมการที่ (6) หากต้องการเปรียบเทียบการขยายตัวในการส่งออกของสินค้าทั้งหมดกับการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกทำได้โดยการเพิ่ม  $\pm S_i^0 \Delta Q$  ลงในสมการทางด้านขวาและสามารถเขียนสมการใหม่ได้ดังสมการที่ (7)

$$\Delta q_{ik} = S^{t-1} \Delta Q + (\Sigma_k S_{ik}^{t-1} \Delta Q_k - S_i^{t-1} \Delta Q) + \Sigma_k \Delta S_{ik} Q_k^{t-1} + \Sigma_k \Delta S_{ik} \Delta Q_k \quad (7)$$

สมการที่ (7) พจน์ที่ 2 ได้ปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาคือผลจากส่วนประกอบของสินค้า แสดงให้เห็นถึงผลรวมของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ประกอบด้วยสินค้าที่อัตราการขยายตัวของการส่งออกสูงกว่าหรือต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกของโลก

นอกจากนี้การส่งออกสินค้าของประเทศ  $i$  ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อการขยายตัวของการส่งออกรวมของประเทศ  $i$  ด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้จึงรวมเอาปัจจัย

เอกลีขันธ์เป็นเอกลีขันธ์ที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการกระจายตลาดเข้ามาพิจารณาด้วยจากรูปแบบสมการที่ (4) พิจารณาเฉพาะ สินค้า  $k$  เพียงชนิดเดียว และตลาด  $j$  เพียงตลาดเดียว เขียนสมการได้ดังสมการที่ (8)

$$\Delta q_{ijk} = S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} + \Delta S_{ijk} Q_{jk}^{-1} + \Delta S_{ijk} \Delta Q_{jk} \quad (8)$$

โดยที่  $j =$  ตลาดที่นำเข้าสินค้า  $k$

จากสมการที่ (8) หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ  $i$  ที่ส่งออกสินค้าชนิดต่างๆ ไปในตลาดหลายตลาด สามารถเขียนสมการใหม่ดังสมการที่ (9)

$$\Delta q_{ijk} = \sum_j \sum_k \Delta q_{ijk} = \sum_j \sum_k S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} + \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} Q_{jk}^{-1} + \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} \Delta Q_{jk} \quad (9)$$

จากสมการที่ (9) หากต้องการเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าชนิดต่างๆ ในตลาดนำเข้าต่างๆ กับการขยายตัวของการส่งออกสินค้าทั้งหมดทำได้โดยการเพิ่ม  $\pm \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k$  และเปรียบเทียบกับ การขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกโดยการเพิ่ม  $\pm S_i^{-1} \Delta Q$  สามารถเขียนสมการใหม่ดังสมการที่ (10)

$$\begin{aligned} \Delta q_{ijk} &= S_i^{-1} \Delta Q + (\sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k - S_i^{-1} \Delta Q) + (\sum_j \sum_k S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} - \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k) \\ &\quad + \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} Q_{jk}^{-1} + \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} \Delta Q_{jk} \end{aligned} \quad (10)$$

สมการที่ (10) พจน์ที่ 3 ได้ปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาคือ ผลจากการกระจายของตลาด ที่ชี้ให้เห็นถึงการส่งออกสินค้าของทั้งประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงหรือต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกของโลก

หากกำหนดสัญลักษณ์แทนแต่ละพจน์ในสมการที่ (10) สามารถสรุปอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่แท้จริงของประเทศ  $i$  ตามแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในรูปแบบสัญลักษณ์ ได้ดังนี้

$$A = W + C + D + P^* + P^{**} \quad (11)$$

กำหนดให้

$$\begin{aligned} A &= \Delta q_{ijk} &&= \text{การเปลี่ยนแปลงของการส่งออก} \\ W &= S_i^{-1} \Delta Q &&= \text{ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก} \\ C &= \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k - S_i^{-1} \Delta Q &&= \text{ผลจากส่วนประกอบของสินค้า} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$D = \sum_j \sum_k S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} - \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k = \text{ผลจากการกระจายตลาด}$$

$$P^* = \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} Q_{jk}^{-1} = \text{ผลจากความสามารถในการแข่งขัน}$$

แท้จริง

$$P^{**} = \sum_j \sum_k \Delta S_{ijk} \Delta Q_{jk} = \text{ผลกระทบร่วมจากการปรับของการส่งออกสุทธิหรือผลิตทิศทาง}$$

โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ในรูปของผลกระทบดังนี้

1. ผลจากการขยายตัวของอุปสงค์โลก (General world trade expansion) คือ  $S_i^{-1} \Delta Q_k$  แสดงว่าถ้าประเทศ  $i$  สามารถคงส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ และเมื่อการค้าของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ  $\Delta Q$  ประเทศ  $i$  จะสามารถส่งออกได้มากขึ้นเท่ากับ  $S_i^0 \Delta Q$

2. ผลจากส่วนประกอบของสินค้า (Commodity compositional effect) คือ  $\sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_{jk} - S_i^{-1} \Delta Q$  แสดงว่าถ้าประเทศ  $i$  สามารถคงส่วนแบ่งการตลาดในสินค้าต่างๆ เอาไว้ได้ เมื่อสินค้าต่างๆ มีการขยายตัวเท่ากับ  $\Delta Q_k$  แล้วประเทศ  $i$  จะสามารถขยายการส่งออกได้มากขึ้นเท่ากับ  $\sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_{jk} - S_i^{-1} \Delta Q$  ถ้าผลการคำนวณมีค่าเป็นบวกแสดงว่าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลกแต่ถ้าค่าที่ได้เป็นลบแสดงว่าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก

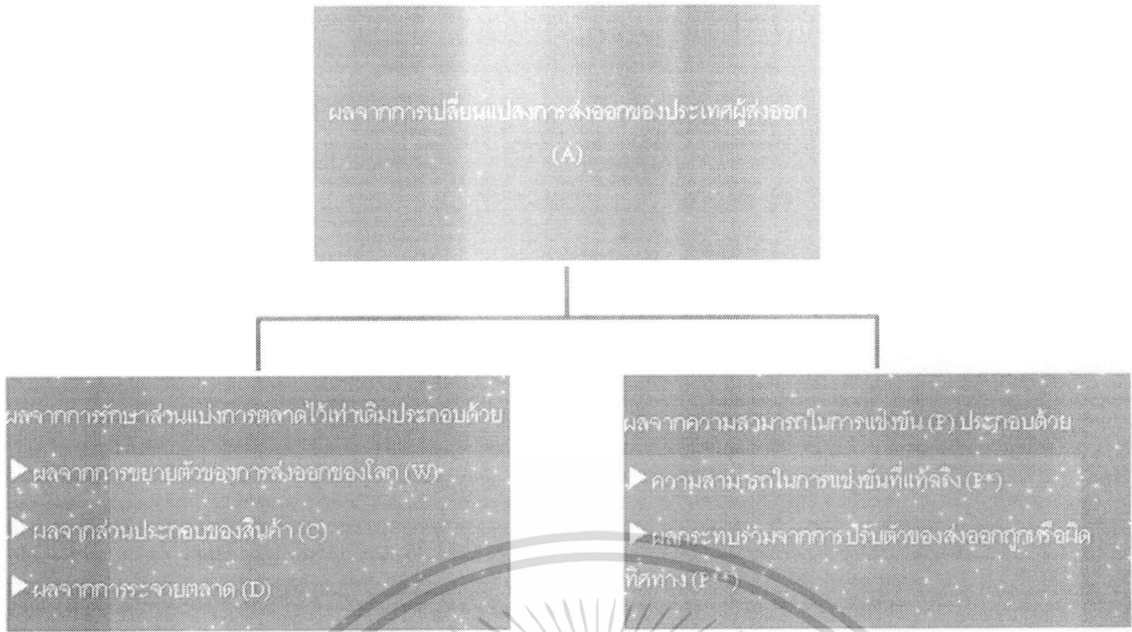
3. ผลจากการกระจายตลาด (market distribution effect) คือ  $\sum_j \sum_k S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} - \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k$  ถ้าประเทศ  $i$  สามารถคงส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนำเข้าต่างๆ และในสินค้าต่างๆ เอาไว้ได้ เมื่อตลาดนำเข้าต่างๆ และสินค้าต่างๆ มีการขยายตัวเท่ากับ  $\Delta Q_{jk}$  แล้วประเทศ  $i$  จะสามารถขยายการส่งออกได้มากขึ้นเท่ากับ  $\sum_j \sum_k S_{ijk}^{-1} \Delta Q_{jk} - \sum_k S_{ik}^{-1} \Delta Q_k$  ถ้าผลการคำนวณมีค่าเป็นบวกแสดง ประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง แต่ค่าที่ได้เป็นลบแสดงว่าประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

4. ผลจากการแข่งขัน (competitive effect) แสดงให้เห็นการส่งออกสินค้าของประเทศ  $i$  เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขัน ผลในส่วนนี้แสดงความแตกต่างระหว่างอัตราการขยายการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราการขยายการส่งออกของประเทศ  $i$  ถ้าประเทศ  $i$  สามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนำเข้าต่างๆ และในสินค้าต่างๆ ให้คงที่ตามที่สมมติไว้ ถ้าผลที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวก แสดงว่า การขยายตัวของการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าการขยายตัวของการส่งออกตามที่สมมติไว้ มีผลทำให้ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกของประเทศ  $i$  สูงขึ้น ซึ่งผลที่ได้จากความสามารถในการแข่งขันแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

4.1 ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (pure competitiveness) คือ  $\sum_j \sum_k \Delta S_{jk} Q_{jk}^{-1}$  แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศ  $i$  กับประเทศผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ถ้าผลจากการแข่งขันที่แท้จริงเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าประเทศ  $i$  มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศ  $i$  เพิ่มขึ้น แต่ถ้าผลจากการคำนวณส่วนนี้จะเป็นลบ แสดงว่าประเทศ  $i$  มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศ  $i$  ลดลงหรือประเทศ  $i$  สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับประเทศคู่แข่งไป

4.2 ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (interaction effect) คือ  $\sum_j \sum_k \Delta S_{jk} \Delta Q_{jk}$  แสดงให้เห็นถึงผลอันเนื่องมาจากการปรับการส่งออกของประเทศที่ดำเนินไปอย่างถูกหรือผิดทิศทางโดยจะแสดงให้เห็นว่าประเทศ  $i$  ขยายการส่งออกในตลาดที่ถูกต้องหรือไม่ ถ้าผลจากการคำนวณเป็นลบ แสดงว่าประเทศ  $i$  เพิ่มการส่งออกไปในตลาดไปในตลาดที่หัดตัวหรือลดการส่งออกในตลาดที่มีการขยายตัว เป็นการปรับตัวที่ผิดทิศทาง ทำให้การส่งออกของประเทศ  $i$  ลดลง หรือในทางตรงกันข้าม ผลกระทบร่วมที่เป็นบวก แสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศ  $i$  สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก โดยสรุปสามารถแยกวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ โดยอาศัยแนวคิดส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ออกเป็น 2 ส่วน ที่สำคัญคือ ส่วนที่ 1 คือ การพยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้เท่าเดิมประกอบด้วย ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้า ผลจากการกระจายตัวของสินค้า และส่วนที่ 2 ผลจากความสามารถในการแข่งขันประกอบด้วย ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง และผลกระทบร่วมที่เกิดจากการปรับตัวของส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทาง (แผนภาพที่ 1)



รูปที่ 2.1: หลักการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่  
ที่มา: สมลพร คงจินดา มณี, 2545

ในการศึกษาครั้งนี้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดค้าไทยและคู่แข่ง โดยแบบจำลอง CMS ที่ใช้ในการคำนวณหาผลด้านต่างๆ เป็นการพิจารณาในระดับประเทศสินค้าจะนั้นในแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ในที่นี้จึงไม่มีปัจจัยของผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกดังนั้นสมการ

$$\Delta q_{ijk} = \sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} = [G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}] + [\sum_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \sum_j X^0_{ijk}] + [\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}] + [\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})\} - \{\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}\}]$$

กำหนดให้

$\Delta q_{ijk} = \sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$  คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1

$G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1

ที่เนื่องมาจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$\Sigma_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \Sigma_j X^0_{ijk}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  จากช่วงเวลา  $t=0$  ไปสู่ช่วงเวลา  $t=1$  ที่เนื่องมาจากการกระจายตลาด

- ถ้าผลการกระจายตัวของตลาดที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นบวก หมายความว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก
- ถ้าผลการกระจายตัวของตลาดที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นลบ หมายความว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

$\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \Sigma_j X^0_{ijk}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  จากช่วงเวลา  $t=0$  ไปสู่ช่วงเวลา  $t=1$  ที่เนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริง

- ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นบวก หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดสินค้านี้มีค่าเพิ่มขึ้น
- ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นลบ หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดสินค้านี้มีค่าลดลง

$[\Sigma_j X^1_{ijk} - \Sigma_j (G_{jk} X^0_{ijk})] - [\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \Sigma_j X^0_{ijk}]$  คือ ผลกระทบร่วมหรือจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

- ถ้าผลกระทบร่วมที่คำนวณได้ค่าเป็นบวก หมายความว่า การส่งเสริมการส่งออกกระทำได้ดีถูกทิศทางแล้ว
- ถ้าผลกระทบร่วมที่คำนวณได้ค่าเป็นลบ หมายความว่า ประเทศไทยอาจใช้ความพยายามการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว หรือลดการส่งออกไปในตลาดที่ขยายตัวซึ่งเป็นการขยายการส่งออกที่ผิดทิศทาง

กำหนดให้

|    |  |
|----|--|
| X  | = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ในประเทศ i และประเทศ j   |
| G  | = อัตราการขยายตัวการส่งออกโลกในสินค้า              |
| G* | = ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกโลกในสินค้า k |
| i  | = ประเทศผู้ส่งออกในสินค้า k                        |
| j  | = ประเทศผู้นำเข้า                                  |
| 1  | = ค่าเฉลี่ยของช่วงปีที่พิจารณา                     |
| 0  | = ปีที่กำหนดให้เป็นฐาน                             |

โดยที่

|  |  |
|--|--|
| $\Sigma_j \Sigma_k X_{ijk} / \Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X_{ijk}$ | = ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกของประเทศ i ในตลาดโลก   |
| $\Sigma_j X_{ijk} / \Sigma_i \Sigma_j X_{ijk}$                   | = ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกของประเทศ i ในตลาดโลกของ<br>สินค้า k  |
| $X_{ijk} / \Sigma_i X_{ijk}$                                     | = ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกของประเทศ i ในสินค้า k ในตลาด j   |
| $g = G-1$  | = อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลก<br>= $\Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X^1_{ijk} / \Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X^0_{ijk} - 1$  |
| $g_k = G_k-1$  | = อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลกในสินค้า k<br>= $[\Sigma_i \Sigma_j X^1_{ijk} / \Sigma_i \Sigma_k X^0_{ijk}] - 1$  |
| $g_{jk} = G_{jk}-1$<br>ตลาด j                                    | = อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกของสินค้า k ไปยัง<br>ตลาด j<br>= $[\Sigma_i X^1_{ijk} / \Sigma_i X^0_{ijk}] - 1$  |
| $g^*_{jk} = 1-G^*_{jk}$  | = เป็นส่วนกลับของอัตราการส่งออกโลกที่อธิบายสำหรับ<br>สินค้า k ในตลาด j<br>= $1 - [1 / (\Sigma_i X^1_{ijk} / \Sigma_i X^0_{ijk})]$<br>= $1 - (\Sigma_i X^0_{ijk} / \Sigma_i X^1_{ijk})$ |

ข้อดีที่จะได้รับเมื่อใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่

1. ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่พิจารณาในตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมายว่ามีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงใด
2. ทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของการส่งออกของสินค้าเป็นผลเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาจากผลประเภทใด

3. ทำให้ทราบว่าแนวทางในการวางนโยบายที่กำหนดไว้เดิมถูกหรือผิดทิศทางอย่างไร และควรจะแก้ไขหรือปรับปรุงอย่างไร

4. ทำให้ทราบถึงลักษณะของตลาดนำเข้าที่ประเทศที่พิจารณาส่งสินค้าออกไปขายว่า ลักษณะตลาดนำเข้ามีลักษณะที่ซบเซาเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ หรือเป็นตลาดนำเข้าที่มีอัตราการขยายตัวสูง

สรุปได้ว่าการศึกษาคองสร้างการส่งออกของไทยเปรียบเทียบกับของโลก โดยใช้หลักการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ช่วยในการพิจารณาว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของการส่งออก และในแต่ละปัจจัยที่ได้กล่าวไว้แล้วในเบื้องต้นนั้นมีอิทธิพลต่อ การเปลี่ยนแปลงการส่งออกในสัดส่วนเป็นเท่าไร เพื่อเป็นแนวทางให้กับภาครัฐในการกำหนด นโยบายส่งเสริมสินค้าออกของประเทศ อย่างไรก็ตามการศึกษาโดยวิธีนี้มีข้อจำกัดในการใช้ด้วย เช่นกัน กล่าวคือ

1. ใช้อธิบายได้เฉพาะปัจจัยการขยายตัวหรือหดตัวของส่งออกในแต่ละช่วงเวลาที่ต้องการศึกษาว่ามาจากปัจจัยใดบ้าง แต่ไม่สามารถอธิบายได้ว่าเป็นเพราะเหตุใด ดังนั้นในการวิเคราะห์จึงต้องคำนึงถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลต่อการส่งออกด้วย เช่น อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

2. การวิเคราะห์แบบ CMS ใช้อธิบายข้อมูลในอดีตเท่านั้น ไม่สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดในอนาคตได้

3. ผลสรุปที่ได้จากการคำนวณโดยใช้วิธี CMS นั้นจะสมเหตุสมผลได้ก็เมื่อมีการเลือก ช่วงเวลาที่จะศึกษา การจำแนกชนิดสินค้าและตลาดสินค้าส่งออกให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา แต่ถ้าเลือกในลักษณะที่แตกต่างกันแล้วผลสรุปที่ได้ก็จะแตกต่างกันไปด้วย

## 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาทิตย์ อ่างแก้ว (2547) ทำการวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของผลไม้แปรรูปของประเทศไทยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2545 เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งของผลไม้แปรรูปของประเทศไทย ที่ทำการส่งออกไปตลาดส่งออกที่สำคัญ และส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้แปรรูปของประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าผลไม้แปรรูปของประเทศไทยและประเทศส่วนที่เหลือของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2535-2545 โดยแบ่งช่วงเวลา เป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงปี พ.ศ. 2535-2537 เป็นช่วงเวลาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 2.04 ช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 เป็นช่วงระหว่างเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 1.79 และช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 2537 เป็นช่วงเวลาหลังเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่จะขึ้นตามการคัด  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 1.53 ในขณะที่ประเทศส่วนที่เหลือของโลก มีค่า RCA ทั้ง 3 ช่วงเวลาเท่ากับ 0.99 สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าผลไม้แปรรูป เพราะค่า RCA ทั้ง 3 ช่วงเวลา มีค่า RCA มากกว่า 1 ในส่วนของผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของประเทศไทย สำหรับผลไม้แปรรูปในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศฮ่องกง และประเทศไต้หวัน ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2545 โดยแบ่งเปรียบเทียบดังนี้ ปี พ.ศ. 2535-2537 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 ผลการวิเคราะห์พบว่าในช่วงแรกผลของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงมีค่าเท่ากับ -26,466.00 ล้านบาท สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 ผลการวิเคราะห์พบว่าในช่วงหลังผลของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงมีค่าเท่ากับ -236,466.00 ล้านบาท สรุปได้ว่าผลของการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง มีค่าเป็นลบทั้ง 2 ช่วงเวลา เป็นผลมาจากผลของการส่งออกที่ไม่ถูกต้อง

**ฉันทฎฎวดี ไทยเจริญ (2549)** วิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547 โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาคัดเลือกกลุ่มรายการสินค้าของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบสูงกว่ากลุ่มรายการสินค้าของประเทศจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) และส่วนที่สองเป็นการนำกลุ่มรายการสินค้าที่ได้จากการวิเคราะห์ในส่วนแรกมาทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มสินค้าประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model; CMS) ในช่วงเวลาเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547 พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศไทยที่มีค่ามากกว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศจีน มีทั้งหมด 35 รายการกลุ่มสินค้า โดยในจำนวนดังกล่าวมีกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นมี 13 รายการกลุ่มสินค้า กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ลดลงมี 17 รายการกลุ่มสินค้าและกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ไม่แน่นอนมี 5 รายการกลุ่มสินค้า

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันกลุ่มรายการสินค้าของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่า สินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้น มีทั้งสิ้น 23 รายการกลุ่มสินค้า ในขณะที่สินค้าที่มีการขยายตัวการส่งออกลดลงส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกาดลดการนำเข้า มีทั้งสิ้น 12 รายการกลุ่มสินค้า จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็น

เห็นว่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นสำคัญ

**ทรงสุดา ยนต์นิยม (2549)** ได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของไทยในตลาดที่สำคัญ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป โครงสร้างการผลิต การส่งออก และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผักและผลไม้ส่งออกของไทยไปยังตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน เปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 3 อันดับแรกในเอเชีย โดยการศึกษาแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนไนซ์ (Harmonized) ระดับ 2 digit คือ 07 08 และ 20 โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2548

จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในการส่งออกผักและผลไม้ในตลาดสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน ในขณะที่ไม่มีความได้เปรียบในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดพบว่า ในตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดเดียวที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งทุกประเทศ เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยในตลาดสหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดมากในตลาดจีน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด ตลาดจีนเป็นตลาดที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศคู่แข่ง และจากการพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในตลาดยุโรปและญี่ปุ่น มีความสามารถในการแข่งขันมากและมีแนวโน้มจะครองตลาดได้มากขึ้นในตลาดจีน และความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มจะลดลงในตลาดสหรัฐฯ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศคู่แข่งในตลาดสหภาพยุโรปและจีน นอกจากการศึกษาด้านอุปสรรคการส่งออกผักและผลไม้ พบว่าในปัจจุบันหลายประเทศมีการใช้มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier) มากขึ้น

**สายชล สุโขทัย (2550)** ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของ การผลิต การตลาด มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด ต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนในทางเพิ่มขึ้นหรือในทางลดลง และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน โดยแบบจำลองส่วนการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model; CMS) จากข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน คือ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544-30 กันยายน พ.ศ. 2548 โดยศึกษาสินค้าในพิกัดศุลกากร HS 0804500301 มังคุด (สดหรือแห้ง)

จากการศึกษาพบว่ามาตรการที่ไม่มีภาษี (Non-Tariff) เพิ่มมากขึ้นหลังจากตกลงทำสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน มีผลทำให้เกิดความซับซ้อนในขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนในการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมากขึ้น โดยเฉพาะการขึ้นทะเบียนสวนมังคุดที่มีผลกระทบต่อเกษตรกร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปใช้ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยตรง ต้นทุนการผลิตมังคุดเพิ่มสูงขึ้นเป็น 13,428 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2548 จาก 3,413 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2545 ปัญหาการกระจายสินค้ามังคุดในจีน และการที่ตลาดจีนถูกแบ่งย่อยตามเขตการปกครอง ยังเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่ควรแก้ไข นอกจากนี้ยังพบว่า การขยายตัวการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของ การนำเข้ามังคุดของตลาดจีนเป็นสำคัญ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 99.996 ส่วนผลจากปัจจัยการแข่งขันที่แท้จริง และปัจจัยจากทิศทางการส่งออก มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.003 และ 0.001 ตามลำดับ

**ไฉไล กองทอง (2551)** ศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังของไทยระหว่างปี 2527-2549 โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ผลการศึกษาสถานการณ์การส่งออกของไทย พบว่าปริมาณการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังของประเทศไทยมีแนวโน้มของการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากนโยบายของรัฐบาลไทยที่สนับสนุนและส่งเสริมการผลิตและการตลาดเป๊มป์มันสำปะหลัง โดยเฉพาะการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังให้อยู่ภายใต้ นโยบายการส่งออกเสรี

สำหรับการศึกษาในส่วนของความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ พบว่าประเทศไทยสามารถขยายการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังในตลาดโลก ได้มากขึ้น โดยเฉลี่ยปีละ 52,919 ตัน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยปีละ 68,090 ตัน และอิทธิพลจากความสามารถในการแข่งขันแท้จริงที่เพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยปีละ 4,951 ตัน แต่ประเทศไทยเสียประโยชน์จากผลของการปรับตัวที่ผิดทิศทางโดยเฉลี่ยปีละ 11,181 ตัน และผลจากการกระจายตลาดทำให้การส่งออกลดลงโดยเฉลี่ยปีละ 8,940 ตัน หากพิจารณาปริมาณการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังเป็นรายประเทศพบว่า ตลาดเป๊มป์มันสำปะหลังในญี่ปุ่น จีน และ ไต้หวัน เป็นตลาดที่มีการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นและประเทศไทยสามารถขยายปริมาณการส่งออกในตลาดจีนและไต้หวัน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง สำหรับตลาดในประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกเป๊มป์มันสำปะหลังในตลาดญี่ปุ่น โดยเฉลี่ยลดลง อันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันลดลงและการปรับตัวของการส่งออกที่ผิดทิศทาง

ในส่วนของการศึกษาแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันแท้จริงเป๊มป์มันสำปะหลังของไทยในตลาดจีนพบว่า ความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่เป็นแนวโน้มที่ขาดเสถียรภาพ ขณะที่ความสามารถที่แท้จริงของไทยในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปมีแนวโน้มคงที่แต่เป็นแนวโน้มที่ขาดเสถียรภาพ ส่วนความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยในตลาดไต้หวันและญี่ปุ่นมีแนวโน้มคงที่และเป็นแนวโน้มที่มีเสถียรภาพคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# การผลิต การตลาด และการส่งออกลำไยของไทย

### 3.1 สภาพทั่วไป และลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของลำไย

ลำไย (*Dimocarpus longan* Lour.) เป็นผลไม้ที่พบทั่วไปในเขตร้อน และเขตกึ่งร้อนของเอเชีย ถิ่นกำเนิดของลำไยสันนิษฐานว่าอยู่ในประเทศจีนตอนใต้ เนื่องจากมีการปลูกกันมานานหลายพันปี มีการปลูกกันมากในมณฑลฟูเจี้ยน กวางตุ้ง กวางสี ไต้หวัน และเสฉวน โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่มณฑลฟูเจี้ยน ลำไยจากประเทศจีนนี้ได้แพร่กระจายเข้าไปสู่อินเดีย ลังกา พม่า ฟิลิปปินส์ ยุโรป สหรัฐอเมริกาแถบทางตอนใต้ของแคลิฟอร์เนียและฟลอริดา

ลำไยในภาษาจีนกลางเรียกว่า “หลงเยียน” แปลว่า ตามังกร ชาวจีนถือว่าเนื้อลำไยเป็นยาที่สำคัญชนิดหนึ่ง มีสรรพคุณ บำรุงเลือด หัวใจและม้าม ช่วยชะลอความชราต่อต้านมะเร็ง เป็นผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีสารอาหารสำคัญเช่น วิตามิน A, B, C, โปรตีน โปแทสเซียม ธาตุเหล็ก ฟอสฟอรัส แคลเซียม มีสรรพคุณด้านอนุมูลอิสระ ประเทศไทยส่งออกลำไยเป็น อันดับหนึ่งของโลกและตลาดนำเข้าที่ใหญ่ที่สุดคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน

ลำไยเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดปานกลาง ทรงพุ่มกว้างประมาณ 10 เมตร มีความสูงประมาณ 12-15 เมตร หากขยายพันธุ์ด้วยเมล็ดจะมีความสูงและพุ่มถึง 20-25 เมตร ลำไยมีชื่อสามัญว่า Longan หรือ Longun หรือ Longyen หรือ Lumkeny จัดเป็นพืชในตระกูล Sapindaceae สกุล Euphoria และชนิด Longana มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า Euphoria Longana Lamk ลำไยเป็นผลไม้ที่มีความใกล้เคียงกับลิ้นจี่ (*Litchi Chinensis*) มากกว่าไม้ชนิดอื่นในตระกูลนี้ และยังเป็นไม้ผลที่ใกล้เคียงกับเงาะ (*Nephelium lappaceum*) และเงาะขนสั้น (*Nephelium mutabile*) ด้วย เป็นไม้ผลที่สามารถเจริญเติบโตได้ดีในระดับอุณหภูมิ 10-25 องศาเซลเซียส และปริมาณน้ำฝนปานกลาง (1,000-1,200 มม./ปี) ลำไยมักจะถูกกล่าวถึงว่าเป็นไม้ผลที่ติดผลสลับปี พื้นที่เหมาะสมในการปลูกลำไยได้แก่ จังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 8 จังหวัดเชียงใหม่. 2553)

### 3.2 สถานการณ์การผลิตลำไย

#### 3.2.1 การผลิตลำไยของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันหลังผลิตลำไยที่สำคัญอยู่ในแถบทวีปเอเชียตอนใต้ (ประเทศไทย จีน เวียดนาม และไต้หวัน) มีปลูกบ้างในบางรัฐของออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา ผลิตโดยรวมมีประมาณ 1.4 ล้านตันต่อปี เป็นผลผลิตของสาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุด คือ ประมาณ 600,000 ตัน (40%) รองลงมาได้แก่ไทย 500,000 ตัน (45%) เวียดนาม 200,000 ตัน (15%) และไต้หวัน 100,000 ตัน (8%) ผลิตออกสู่ตลาดมากในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ประมาณเดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยผลิตลำไยสดในฤดูของไทย จะเก็บเกี่ยวก่อนจีนประมาณหนึ่งเดือน อยู่ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน (กลุ่มล้านนา) ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยา ลำปาง น่าน แพร่ และแม่ฮ่องสอน ในปี พ.ศ. 2551 มีพื้นที่ปลูกรวม 870,241 ไร่ เป็นสวนลำไยที่อายุพร้อมติดผล 824,082 ไร่ มีผลผลิตรวมมากกว่า 6 แสนตันต่อปี คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 5,000 ล้านบาทต่อปี (สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขต 1 จังหวัดเชียงใหม่, 2553)

### 3.2.2 การผลิตลำไยในประเทศไทย

#### ความเป็นมาของการปลูกลำไยในประเทศไทย

จากอดีตพบว่าลำไยขึ้นอยู่ทั่วไปในภาคเหนือ มีลักษณะการให้ผลที่เล็ก น้อยเรียกลำไยพื้นเมืองหรือลำไยกะลา หรือลำไยธรรมดา ส่วนลำไยพันธุ์ดี หรือลำไยกะโหลกนั้น ได้มีการนำเข้ามาในปี พ.ศ. 2439 โดยชาวจีนนำพันธุ์ลำไยมาถวายพระราชชายาเจ้าดารารัศมีในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จำนวน 5 ต้น ซึ่งต่อมาได้มอบให้เจ้าน้อยคำตัน ณ เชียงใหม่ นำไปปลูกบริเวณบ้านสบขา หรือบ้านน้ำโห่ง ตำบลสบแม่ข้า อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ คิดแม่ น้ำปิง จำนวน 3 ต้น และนำไปปลูกที่กรุงเทพฯ จำนวน 2 ต้น จากนั้นได้มีการขยายการปลูกลำไยออกไปสู่อำเภอต่างๆ ในจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่อย่างมากมาย คาดว่าบริเวณที่ปลูกกันอย่างหนาแน่นได้แก่บริเวณที่มีดินในลักษณะน้ำไหลซึ่งเป็นดินที่มีการทับถมของตะกอนจากแม่น้ำ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์และสามารถระบายน้ำได้ดี เช่นบริเวณบ้านหนองช้างค้ำ จังหวัดลำพูน พื้นที่ที่ติดกับลำน้ำแม่ปิงสามารถปลูกลำไยให้ผลผลิตสูง ในปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวได้กลายเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ลำไยและขยายพันธุ์ลำไยเพื่อจำหน่ายยังพื้นที่ต่างๆทั่วจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่

นอกจากนี้เมล็ดพันธุ์ที่ปลูกจากกิ่งพันธุ์ของสวนเจ้าน้อยคำตัน ได้มีการกลายพันธุ์ออกเป็นพันธุ์ต่างๆ เช่นพันธุ์อีค้อ พันธุ์สีชมพู พันธุ์แดงกลม พันธุ์ปู้มาตินโค้ง เดิมลำไยปลูกกันมากในบริเวณที่ลุ่ม มีการให้น้ำอย่างสมบูรณ์แต่ในปัจจุบันได้ขยายพื้นที่การเพาะปลูกไปในพื้นที่ดอนและพื้นที่เชิงเขากันมากขึ้นและได้กระจายการผลิตไปยังเกือบทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทยแต่พื้นที่ที่มีการปลูกลำไยหนาแน่นที่สุดคือจังหวัดทางภาคเหนือเช่น จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (พงษ์ศักดิ์และคณะ, 2542)

#### พันธุ์ที่ปลูกในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พันธุ์ลำไยที่พบว่ามีนิยปลูกมากในประเทศและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งต่างประเทศและในประเทศและยังเหมาะสมกับการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง ลำไยแช่แข็ง ได้แก่ ลำไยพันธุ์อีดอ ส่วนลำไยพันธุ์อื่นๆ ได้แก่ พันธุ์อี่แห้ว เบี้ยวเขียว และสีชมพู นิยปลูกเพื่อการบริโภคภายในประเทศเนื่องจากการที่มีน้ำมากทำให้ไม่ทนทานต่อการขนส่งระยะทางไกลและระยะเวลาอันยาวได้ เมื่อถึงปลายทางแล้วเปลือกมักจะเปลี่ยนสีถึงแม้จะมีเทคโนโลยีการรมควันด้วยกำมะถันก็ตาม ก็ไม่สามารถทำให้ผิวลำไยพันธุ์เหล่านี้สีสวยได้เหมือนลำไยพันธุ์อีดอได้ ดังนั้นจึงไม่เป็นที่นิยมในการส่งออก จึงต้องจำหน่ายและบริโภคภายในประเทศเสียส่วนใหญ่ อีกทั้งการแปรรูปนั้นก็ยังไม่เหมาะสมเพราะว่ามีน้ำมาก และ เมื่อนำมาอบแห้งแล้วก็มีน้ำตาลไหลย้อยออกมาบริเวณขั้ว สีของเปลือกจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลเข้ม สีเปลือกไม่สวยเหมือนลำไยอบแห้งที่อบจากลำไยพันธุ์อีดอ ปัจจุบันชาวสวนไม่นิยมปลูกลำไยพันธุ์นี้เพิ่มแล้ว จะเหลือแต่ต้นที่มีอายุมาก โดยแต่ละพันธุ์มีลักษณะและรายละเอียดดังต่อไปนี้

**พันธุ์อีดอ** เป็นลำไยพันธุ์เบา คือ ออกดอกและเก็บผลก่อนพันธุ์อื่น นิยปลูกมากที่สุดเพราะสามารถเก็บได้ก่อนพันธุ์อื่นๆ ลำไยพันธุ์นี้มีพื้นที่การเพาะปลูกทั่วประเทศประมาณร้อยละ 87 ของพื้นที่เพาะปลูกลำไยทั่วประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547) ลำไยพันธุ์นี้เป็นที่นิยมในต่างประเทศเนื่องจากคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการส่งออกเพราะสามารถทนต่อการขนส่ง เมื่อถึงตลาดปลายทางแล้วสีผิว และรสชาติไม่แตกต่างเมื่อเก็บจากสวนมากนัก และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการแปรรูปทำลำไยกระป๋องและลำไยอบแห้ง เนื่องจากลำไยพันธุ์นี้มีลักษณะที่เนื้อหนา ไม่แฉะเพราะมีน้ำน้อยเมื่อนำมาอบแห้งแล้วได้ลำไยอบแห้งที่มีคุณภาพดี สีผิวของลำไยที่อบแห้งแล้วจะมีสีน้ำตาลทอง ไม่เป็นสีน้ำตาลเข้มเกือบดำเหมือนผิวของลำไยพันธุ์อื่นๆ ที่นำมาอบแห้ง ลักษณะภายนอกที่เป็นที่สังเกตของพันธุ์นี้คือ เปลือกผลหนา ขนาดผลค่อนข้างใหญ่ ขนาดผลเฉลี่ยกว้างประมาณ 2.7 เซนติเมตร หนา 2.4 เซนติเมตร ยาว 2.5 เซนติเมตร ทรงผลกลมแป้น เบี้ยว ยกข่าข้างเดียว ผิวสีน้ำตาล มีกระหรือตาห่าง สีน้ำตาลเข้มและเนื้อค่อนข้างเหนียว ลำไยพันธุ์อีดอสามารถแบ่งตามสีของยอดอ่อนได้ 2 ชนิดคือ อีดอยอดแดงและอีดอยอดเขียว

ลำไยพันธุ์อีดอยอดแดงจะเจริญเติบโตเร็วมากเมื่อเปรียบเทียบกับอีดอยอดเขียว ลำต้นแข็งแรง ไม่ฉีกหักได้ง่าย เปลือกลำต้นสีน้ำตาลปนแดง ใบอ่อนมีสีแดง ปัจจุบันอีดอดอกแดงไม่นิยมปลูก เนื่องจากออกดอกติดผลไม่ดี และเมื่อผลเริ่มสุกถ้าเก็บไม่ทันจะร่วงเสียหายมาก ส่วนลำไยพันธุ์อีดอดอกเขียว มีลักษณะลำต้นคล้ายอีดอดอกแดง ใบอ่อนสีเขียว ออกดอกติดผลง่าย แต่ไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ลำไยพันธุ์อีดอยังแบ่งตามลักษณะของก้านช่อผลไม้ได้ 2 ชนิด คือ อีดอดอกก้านอ่อน เปลือกผลจะบางและ อีดอดอกก้านแข็ง เปลือกของผลจะหนา ผลค่อนข้างใหญ่ ขนาดผลเฉลี่ยกว้าง 2.7 เซนติเมตร หนา 2.4 เซนติเมตร ยาว 2.5 เซนติเมตร ทรงผลกลมแป้น เบี้ยวยกข่าข้างเดียว เปลือกมีสีน้ำตาลเข้ม มีกระ เนื้อค่อนข้างเหนียว สีขาวขุ่น ปริมาณน้ำตาลร้อยละ 20 เมล็ด ขนาดใหญ่ปานกลาง รูปร่างแบนเล็กน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**พันธุ์อี่แก้ว** เป็นลำไยพันธุ์หนัก ลำต้นไม่ค่อยแข็งแรง เปลือกลำต้นมีสีน้ำตาลปนแดงเขียว กิ่งเปราะง่าย เป็นพันธุ์ที่เจริญเติบโตดีมาก ทนแล้งได้ดีมีพื้นที่เพาะปลูกร้อยละ 3 ของพื้นที่เพาะปลูกลำไยทั่วประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547) พันธุ์อี่แก้วแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ หัวยอดแดงและหัวยอดเขียว ลำไยพันธุ์อี่แก้วมีผลขนาดใหญ่หรือปานกลาง ขนาดผลเฉลี่ยกว้าง 2.8 เซนติเมตร หนา 2.6 เซนติเมตร ยาว 2.6 เซนติเมตร ทรงผลกลมและเบี้ยว ฐานผลบวม ผิวสีน้ำตาล มีกระสีก้านตลอดผล เมื่อจับรู้สึกสากมือ เปลือกหนามาก เนื้อหนา แน่น แข็งและกรอบ สีขาวขุ่น รสหวานแหลม กลิ่นหอม มีน้ำปานกลาง เมล็ดขนาดค่อนข้างเล็ก หัวยอดแดงจะออกดอกง่ายกว่าหัวยอดเขียวและมีเนื้อสีค่อนข้างขุ่นน้อยกว่าจึงนิยมปลูกมากกว่าหัวยอดเขียว

**พันธุ์เบ็ยเขียว** เป็นลำไยพันธุ์หนักที่เก็บผลผลิตได้ช้ากว่าพันธุ์อื่นๆ เจริญเติบโตดี ทนแล้งได้ดีแต่มีก่อนแอต่อโรคพุ่มไม้กวาด ออกดอกยากมักเว้นปี สีของผลเมื่อมีขนาดเล็ก มีสีเขียว มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณร้อยละ 3 ของพื้นที่เพาะปลูกลำไยทั่วประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547) พันธุ์เบ็ยเขียว แบ่งได้ 2 ชนิด คือ เบ็ยเขียวก้านแข็ง (เบ็ยเขียวป่าเส้า) และเบ็ยเขียวก้านอ่อน (เบ็ยเขียวเขียงใหม่) เบ็ยเขียวก้านแข็งให้ผลไม่ตก ขนาดผลใหญ่มากแต่ติดผลน้อยอ่อนแอต่อโรคพุ่มไม้กวาด ไม่ค่อยนิยมปลูก ส่วนเบ็ยเขียวก้านอ่อนให้ผลตกเป็นพวงใหญ่ ผลมีขนาดใหญ่ ขนาดผลเฉลี่ยกว้าง 3.0 เซนติเมตร หนา 2.6 เซนติเมตร ยาว 2.8 เซนติเมตร ทรงผลกลมและเบี้ยวมากเห็นได้ชัด ผิวสีเขียวอมน้ำตาล ผิวเรียบ เปลือกหนาและเหนียว เนื้อหนา แข็งกรอบ ล่อนง่าย สีขาว มีน้ำน้อย รสหวานแหลม กลิ่นหอม มีปริมาณน้ำตาลประมาณร้อยละ 22 เมล็ดค่อนข้างเล็ก

**สีชมพู** ถือเป็นพันธุ์ลำไยพันธุ์กลาง ลำไยพันธุ์นี้ถือเป็นลำไยที่มีรสชาติดี นิยมรับประทานภายในประเทศ มีพื้นที่เพาะปลูกร้อยละ 4.36 ของพื้นที่เพาะปลูกลำไยทั่วประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547) พุ่มต้นสูงโปร่ง กิ่งเปราะหักง่าย การเจริญเติบโตไม่ทนแล้ง เกิดดอกติดผลง่ายปานกลาง การติดผลไม่สม่ำเสมอ ช่อผลยาว ผลมีขนาดใหญ่ปานกลาง ขนาดผลเฉลี่ยกว้าง 2.9 เซนติเมตร หนา 2.6 เซนติเมตร ยาว 2.7 เซนติเมตร ทรงผลค่อนข้างกลม เบ็ยเล็กน้อยผิวสีน้ำตาลแดง ผิวเรียบ มีกระสีก้าน ตลอดผล เปลือกหนา แข็งและเปราะ เนื้อหนาน้ำปานกลาง นุ่มและกรอบ มีสีชมพูเรื่อๆ ผลแก่จัดสีของเนื้อเป็นสีชมพูเข้ม เนื้อล่อน รสหวาน กลิ่นหอม มีปริมาณน้ำตาลร้อยละ 21-22 เมล็ดค่อนข้างเล็ก (ฉัตรกมล สงเคราะห์. 2547)

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2548-2552) พื้นที่ปลูกลำไยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากพื้นที่ให้ผล 870,125 ไร่ในปีพ.ศ. 2548 เป็นพื้นที่ให้ผล 954,574 ไร่ ในปีพ.ศ. 2552 หรือเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.19 ต่อปี ขณะที่ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีเพิ่มขึ้นจาก 471,892 ตัน (542 กิโลกรัมต่อไร่) ในปีพ.ศ. 2548 เป็น 525,230 ตัน (550 กิโลกรัมต่อไร่) ในปี พ.ศ. 2552 หรือเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.29 (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ลำไย ปี พ.ศ. 2548-2552

| ปี               | เนื้อที่ให้ผล (ไร่) | ผลผลิต (ตัน) | ผลผลิตต่อไร่<br>(กิโลกรัม/ไร่) |
|------------------|---------------------|--------------|--------------------------------|
| 2548             | 870,125             | 471,892      | 542                            |
| 2549             | 939,029             | 495,457      | 528                            |
| 2550             | 966,831             | 476,930      | 493                            |
| 2551             | 968,717             | 623,027      | 643                            |
| 2552             | 954,574             | 525,230      | 550                            |
| อัตราเพิ่มร้อยละ | 2.19                | 4.53         | 2.29                           |

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2552

### 3.3 สถานการณ์ตลาดการส่งออกลำไย

#### 3.3.1 ตลาดต่างประเทศ

ตลาดลำไยของประเทศไทยมีหลายประเทศ โดยแถบเอเชียมีสาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และแถบยุโรป มีฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ รองรับผลผลิตลำไยสด ส่วนลำไยอบแห้งนั้นตลาดใหญ่ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ และแคนาดา ผลผลิตลำไยส่งออกทั้งหมด มีสัดส่วนโดยประมาณ เป็นลำไยอบแห้ง 70% ลำไยสด 27.5% ลำไยกระป๋อง 2% และลำไยแช่แข็ง 0.5% ตลาดหลักที่รองรับผลผลิตส่วนใหญ่ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง

#### 3.3.2 การใช้เทคโนโลยียืดอายุลำไยสด

การยืดอายุลำไยโดยการรมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur dioxide,  $\text{SO}_2$ ) สามารถควบคุมการเน่าเสียของผลลำไยจากเชื้อจุลินทรีย์ในระหว่างการขนส่งได้นานเกิน 6 สัปดาห์ ที่อุณหภูมิ  $2-4^\circ\text{C}$  ความชื้นสัมพัทธ์ 85-95% และผิวลำไยยังคงสด สวย สามารถยืดอายุการขนส่งและการวางจำหน่าย และช่วยตลาดการส่งออกได้ไกลขึ้น โดยการขนส่งทางเรือไปประเทศไกลๆ ได้

#### 3.3.3 การตรวจสอบและรับรองคุณภาพลำไยเพื่อการส่งออกโดยกรมวิชาการเกษตร

กรมวิชาการเกษตร มีนโยบายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรด้านพืช โดยมีเป้าหมายให้ผลผลิตของเกษตรกรมีคุณภาพตรงตามที่ผู้บริโภคต้องการ ผู้บริโภคมีความปลอดภัยทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะลำไยที่ผลิตได้นั้นจะต้องมีการตรวจสอบและรับรอง เพื่อควบคุมคุณภาพทั้งระบบการผลิต ตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงผู้บริโภค (From Farm to Table) ขั้นตอนเหล่านี้จะต้องสามารถทวนย้อนกลับได้ (Traceability) การตรวจสอบและรับรองคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำไยเพื่อการส่งออก กรมวิชาการเกษตรมีหน้าที่ให้การรับรองเกี่ยวกับการส่งออกลำไย 5 รายการ ดังนี้

1. ใบรับรองแปลงผลิตลำไย (Good Agriculture Practices GAP)
2. ใบรับรองโรงรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Good Fumigation Practices)
3. ใบรับรองโรงคัดบรรจุ (Good Manufacturing Practices, GMP)
4. ใบรับรองสารตกค้างและซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Certificate of Pesticides and Sulfur dioxide Residues)
5. ใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate)

### 3.3.4 ขั้นตอนปฏิบัติสำหรับลำไยสดเพื่อการส่งออก

1. นำลำไยสดมาคัดคุณภาพ แยกผลเสียทิ้ง ตัดแต่งกิ่งก้าน และรูดใบทิ้งเนื่องจากเป็นข้อห้ามของประเทศปลายทางที่ห้ามส่งไปพร้อมกับผลด้วย
2. บรรจุตะกร้าพลาสติกโดยแยกตามเกรด น้ำหนักลำไย 11.0-12.0 กิโลกรัม ตัดฉลากข้างตะกร้าโดยระบุเกรด ชื่อและที่อยู่บริษัทผู้ส่งออกที่สามารถติดต่อได้
3. นำตะกร้าลำไยไปเรียงในโรงรมเพื่อทำการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO<sub>2</sub>)
4. นำตะกร้าลำไยออกจากโรงรมมาทำการเป่าลม และนำขึ้นไปเรียงในตู้คอนเทนเนอร์ที่ปรับอุณหภูมิ 2-4 องศาเซลเซียส
5. ขนส่งไปยังท่าเรือเพื่อทำการส่งออก

## 3.4 ประเทศคู่แข่ง

### 3.4.1 ประเทศเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam) หรือ ที่นิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า ประเทศ “เวียดนาม” ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 331,033 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตทิศเหนือติดกับประเทศจีน ทิศใต้และทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออกติดกับทะเลจีนใต้ และ ทิศตะวันตกติดกับ สปป.ลาว และ ประเทศกัมพูชา

เวียดนามเป็นประเทศที่มีรูปร่างลักษณะเป็นแนวยาว และมีภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงชันระหว่างที่ราบลุ่มแม่น้ำที่อุดมสมบูรณ์ทางตอนเหนือและใต้ แม้ในปัจจุบันเวียดนามมีภูเขาที่มีป่าหนาที่ร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งหมด

เวียดนามมีรูปแบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมการผูกขาดและรวมศูนย์ที่รัฐบาลกลางและนับตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2529 รัฐบาลเริ่มใช้นโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจ “โดยเหมย” (Doi Moi) เพื่อลดการผูกขาด รวมทั้งความพยายามในการเปิดประเทศ โดยการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมเอกซาร์เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (APEC) และองค์การการค้าโลก (WTO) กอปรกับความพยายามในการปฏิรูประบบเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจของเวียดนามมีความเจริญก้าวหน้าอย่างเห็นได้ชัดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2543 – 2552) มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยร้อยละ 7.0 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2543 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีอัตราเพิ่มร้อยละ 6.8 และในปี พ.ศ. 2552 มีอัตราเพิ่มร้อยละ 5.5 ในปี พ.ศ. 2550 มีรายได้ต่อหัว 547.7 ดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 จากปี พ.ศ. 2549 และเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 36.9 จากปี 2549 ที่มีรายได้ต่อหัว 400 ดอลลาร์สหรัฐฯ ถึงแม้ว่ารายได้ต่อหัวของเวียดนามจะอยู่ในระดับต่ำ แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เวียดนามให้ความสำคัญกับการลงทุนในโครงการต่างๆ โดยเฉพาะการลงทุนด้านพลังงานและเน้นการลงทุนในเขตอุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการผลิตสินค้าที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้รวมถึงเพื่อให้เกิดการสร้างงานและการถ่ายทอดเทคโนโลยี

เวียดนามเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้เคียงกับไทยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางภูมิศาสตร์ คือมีความยาวของประเทศคล้ายกับไทย และขนาดพื้นที่ก็ค่อนข้างใกล้เคียงกัน มีประชากรประมาณ 84 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นเกษตรกรร้อยละ 70 ตัวเลขที่น่าสนใจคือ รายได้จาก การเกษตรคิดเป็นประมาณ 20% ของมวลรวมประชาชาติ ในขณะที่ของเมืองไทยอยู่ที่ประมาณ 9% เท่านั้น ตัวเลขนี้แสดงว่ารายได้ของประเทศไทยไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาคเกษตร แต่ส่วนของเวียดนาม การเกษตรถือว่าเป็นทั้งแหล่งรายได้สำคัญพอสมควร และมีคนที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก

ภายหลังจากสงครามเวียดนามสงบ เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2518 เวียดนามเหนือและใต้ รวมเป็นประเทศเดียวกันและเปิดประตูสู่โลกภายนอก แม้ว่าความเจริญในด้านวัตถุยังช้าหลังกว่าประเทศไทย เพราะยังอยู่ในสถานะฟื้นฟูประเทศ ประชาชนอดอยากเร็นแค้น ผลิตข้าวไม่พอเพียงต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ ต้องนำเข้าจากประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ประชาชนต้องเข้าคิวรับการปันส่วนอาหาร แต่หลังจากนั้นเพียง 17 ปี ประเทศเวียดนามก็พัฒนาการเพาะปลูกจนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลก และส่งข้าวออกเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย และภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเวียดนาม เวียดนามวางแผนจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกอันดับหนึ่งของโลกแทนที่ประเทศไทย ภายในระยะเวลาไม่เกินปี พ.ศ. 2563 โดยที่พื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญเพื่อการส่งออก คือ บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงตอนใต้ของประเทศ และที่ราบลุ่มปากแม่น้ำแดงตอนเหนือของประเทศ

### 3.4.1.1 การผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศเวียดนาม

ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญ ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามมาก เนื่องจากกว่า 70% ของกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศ อยู่ในภาคเกษตรกรรม และเวียดนามมีรายได้ จากการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลัก ปัจจุบันเวียดนามสามารถส่งออกสินค้าเกษตร ติดอันดับโลกหลายรายการ อาทิ ข้าว (สินค้าส่งออกอันดับ 4 ของประเทศ) กาแฟ (อันดับ 6) พริกไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(อันดับ 9) ยางพารา (อันดับ 10) เม็ดมะม่วงหิมพานต์ (อันดับ 13) ผักและผลไม้ (อันดับ 14) ชา (อันดับ 15) และถั่วลิสง (อันดับ 16) จากความสำคัญของภาคเกษตรกรรมดังกล่าว ทำให้รัฐบาลเวียดนามให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรม

ความต้องการบริโภคผลไม้และผักของประเทศเวียดนามทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้น ทำให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามมา ในปี พ.ศ. 2548 มีพื้นที่เพาะปลูกผักและผลไม้เพิ่มขึ้น 4,788,125 ไร่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 จากปี พ.ศ. 2547 และมีพื้นที่เพาะปลูกผลไม้เพิ่มขึ้นถึง 1,250,000 ไร่ ผลไม้ที่ให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ส้มเขียวหวาน ส้มแมนดาริน สับปะรด มะม่วง ลำไย และองุ่น ปี พ.ศ. 2548 พื้นที่เพาะปลูกมีจำนวน 5,196,875 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 เป็นจำนวน 92,500 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตลาดผักและผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเวียดนามถึงร้อยละ 14.8 ของปริมาณการส่งออกผักและผลไม้ทั้งหมดของประเทศคือ ประเทศจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา

### 3.4.1.2 การผลิตลำไยและพันธุ์ที่ปลูกในประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีการปลูกและการส่งออกลำไยมานานแล้วทั้งลำไยสดและลำไยแห้ง การเพาะปลูกลำไยของเวียดนาม พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกบริเวณราบลุ่มแม่น้ำโขง (Maekong delta) มีพันธุ์ Longhan, Tieuhue, และ Xuongcomvang และบริเวณภาคเหนือของประเทศนิยมปลูกพันธุ์ Longhungyen ส่วนบริเวณภาคตะวันออกเฉียงใต้กลับนิยมพันธุ์ Tieuhue, และ Xuongcomvang ซึ่งคุณสมบัติของแต่ละพันธุ์ คือ Longhan เป็นพันธุ์ที่สามารถให้ผลผลิตสองครั้งต่อปี และพันธุ์ Tieuhue สามารถให้ผลผลิตสามครั้งต่อ 2 ปี ส่วนพันธุ์ Longhungyen การให้ผลผลิตจะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ และให้ผลผลิตปีละครั้งเท่านั้น

ประเทศเวียดนามพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกลำไยในปี พ.ศ. 2551 โดยเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2545 มีพื้นที่เพาะปลูก ลดลงจากร้อยละ 23 เป็นร้อยละ 13 สาเหตุอันเนื่องมาจากราคาค่าสำหรับลำไยพันธุ์พื้นเมืองของเวียดนามมีด้วยกันหลายพันธุ์ แต่สายพันธุ์ที่มีลักษณะเด่นมี 2 พันธุ์คือ พันธุ์ป้องกันกับพันธุ์พริกไทย

**ลำไยป้องกัน** ลำไยพันธุ์นี้มีลักษณะผลใหญ่ขนาดเท่าลูกป้องกัน หรือมีขนาด 30 ผล/กก. และเมื่อเปรียบเทียบกับพันธุ์อีตอของเรา เกรดเอ หรือเกรดจัมโบ้ที่มีผลขนาด 70 ผล/กก. จึงตั้งชื่อลำไยพันธุ์นี้ว่า "ลำไยป้องกัน"

**ลำไยพันธุ์พริกไทย** มีขนาดผลพอ ๆ กับลำไยพันธุ์อีตอ แต่คุณภาพในผลมีรสหวานหอม เนื้อแห้งไม่ฉ่ำน้ำ และมีเนื้อมาก เนื้อหนาเป็นพิเศษ

ผลผลิตของลำไยในเวียดนาม โดยทางภาคเหนือจะปลูกมากที่สุด ที่จังหวัด Hung Yen รองลงมา Son La, Yen Bai, Quang Ninh, Ha Tay, Hai Duong, Hoa Binh ผลผลิตส่วนที่เหลือจะมาจากทางตอนใต้ โดยมีการปลูกมากที่สุดที่จังหวัด Vinh Long (An Binh, Dong Phu) Ben Tre, Tien Giang, Dong Thap (Cao Lanh), Soc Trang (Vinh Chau) นอกจากนี้ยังได้ปลูกลำไยคุณภาพดีที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขายด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัด Baria-Vungtau ซึ่งเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงใต้ (คลังข้อมูลสารสนเทศลำไยเชิงลึก. 2553)

ประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งด้านการผลิตลำไยได้มีการส่งเสริมและปรับปรุงเทคนิคการผลิตลำไยอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาให้เป็นการผลิตเพื่อส่งออก ขณะเดียวกันก็ให้มี การพัฒนาพันธุ์ลำไย พัฒนาเทคโนโลยีก่อน และหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูปผลผลิต และปรับปรุงการผลิตเข้าสู่มาตรฐานสากล

### 3.4.2 ประเทศจีน

ประเทศจีนตั้งอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บนฝั่งตะวันตกของมหาสมุทรแปซิฟิก มีพื้นที่ดินประมาณ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของโลก รองจากรัสเซียและแคนาดาประเทศจีนมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศต่างๆ ถึง 15 ประเทศ ด้วยมีความยาวถึง 22,800 กม. ข้ามทะเลไปทางตะวันออกเฉียงใต้มี เกาหลี ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ บรูไน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย แผ่นดินใหญ่จีนถูกขนาบทางตะวันออกเฉียงใต้ด้วยทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้ โดยมีพื้นที่น้ำรวม 4.73 ล้านตาราง กิโลเมตร ทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้ เป็นส่วนประกอบของมหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งมีเกาะเล็กเกาะน้อยถึง 5,400 เกาะ จึงทำให้ประเทศจีนมีอาณาเขตทางทะเลที่ใหญ่มาก เกาะที่ใหญ่ที่สุดมีเนื้อที่ 36,000 ตาราง กิโลเมตร คือ ใต้หวัน ตามด้วยเกาะไหหลำ 34,000 ตาราง กิโลเมตร เกาะ Diaoyu กับเกาะ Chiwei ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้หวันเป็นเกาะตะวันออกสุดของประเทศจีนเกาะน้อยใหญ่ รวมถึงหินโสโครก และ ผุ่งปลา ในทะเลจีนใต้ เป็นที่รู้จักกันว่า เป็นหมู่เกาะทะเลจีนใต้ ซึ่งแบ่งออกเป็นตงซา ซีซา จงซา และหนานซา รวม 4 กลุ่ม พื้นที่ทางด้านตะวันตกของจีนเป็นแนวเทือกเขาสูงชันและที่ราบสูงทิเบต มีเทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาหิมาลัย ซึ่งมีจุดสูงสุดคือยอดเขาเอเวอเรสต์ ทางด้านเหนือของที่ราบสูงเป็นที่ราบแอ่งกระทะขนาดใหญ่คือแอ่งทาลิมซึ่งเป็นพื้นที่ที่แห้งแล้งมาก เป็นที่ตั้งของทะเลทรายอาทากามา ส่วนแม่น้ำที่สำคัญในประเทศจีนและมีต้นกำเนิดในประเทศจีนได้แก่ แม่น้ำเหลือง แม่น้ำแยงซี แม่น้ำโขง แม่น้ำสาละวิน

ประเทศจีนมีลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมภาคพื้นทวีปที่มีหลากหลายรูปแบบ ลมเหนือจะมีอิทธิพลสูงในฤดูหนาว ในขณะที่ลมใต้จะมีบทบาทในฤดูร้อน มีผลถึง 4 ฤดู ที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด มีฤดูฝนปนอยู่กับฤดูร้อนจากเดือน กันยายน ข้ามปีไปไปถึง เมษายน มี ลมหนาวที่แล้งจาก Siberia และ Mongolia ความแรงของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จะมีกำลังลดลงเมื่อลงมาถึงดินแดนในภาคใต้ เป็นฤดูที่หนาวแบบแห้งที่มีความแตกต่างของอุณหภูมิสูงมาก มรสุมฤดูร้อนจะเกิดขึ้นระหว่าง เมษายน ถึง กันยายน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วมากภายใต้ นโยบายการปฏิรูปและการเปิดประเทศจีนที่ดำเนินมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 โดยในปัจจุบันประเทศจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของโลก เป็นรองแต่สหรัฐอเมริกาและ ญี่ปุ่น รัฐบาลจีนมีเป้าหมายที่จะเน้นผลผลิตทางการเกษตรให้พอเพียงสำหรับการบริโภคภายในประเทศ ในขณะที่เดียวกัน ก็จะเน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีระดับสูงด้วย ในขณะที่ประเทศจีนเพิ่งเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ได้เพียง 5 ปี ในปี 2549 จีนได้มีอัตราเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากร้อยละ 9.9 ในปี พ.ศ. 2548 เป็นร้อยละ 10.7 สูงถึง 20.94 ล้านล้านหยวน หรือ 2.68 ล้านล้านดอลลาร์ สูงที่สุดในรอบ 11 ปี

ประเทศจีนมีประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมมายาวนานหลายพันปี มีความเจริญรุ่งเรืองในหลายๆด้านที่สืบทอดต่อกันมา จนกระทั่งช่วงยุคหลังของราชสมัยราชวงศ์ชิง ที่ชาวแมนจูเข้ามาปกครองประเทศจีน จวบจนกระทั่งพลิกผันมาเป็นประเทศที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย สังคมนิยมที่เรียกขานกันว่า คอมมิวนิสต์ ได้ปิดประเทศเพื่อฟื้นฟูพัฒนาประเทศร่วมสี่ห้าสิบปี จึงเริ่มเปิดประเทศคบค้าสมาคมกับโลกภายนอกอีกครั้งหนึ่ง ด้วยความรู้ภูมิปัญญาเก่าแก่ดั้งเดิม ผสานเข้ากับวิทยาการใหม่ๆที่นักวิชาการชาวจีนนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันในทางด้านการเกษตร ทำให้การเพาะปลูกประสบกับความก้าวหน้าที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นวิทยาการทางด้านชีววิทยา (Biology) ทางจุลชีพ โคลนนิ่ง หรือการตัดต่อพันธุกรรม (GMO) วิทยาการทางเครื่องจักรกล วิทยาการด้านนาโนเทคโนโลยี และอีกหลายๆด้านที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการผลิต เก็บรักษาตลอดจนการแปรรูป นานาชนิดหลายรูปแบบ

ประเทศจีนสามารถส่งออกผลิตผลทางการเกษตรนานาชนิดออกสู่ตลาดโลกได้ ไม่ว่าจะเป็นผักสด ผลไม้ ทั้งสินค้าแปรรูปมากมาย ทั้งๆที่ประเทศจีนมีพื้นที่ที่สามารถทำการเกษตรเพาะปลูกได้แค่ 9 % ของพื้นที่ของประเทศ ทั้งยังมีสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงถึง 4 ฤดูกาล ไม่เพียงแต่ผลิตอาหารเพียงพอที่จะเลี้ยงดูประชากรกว่า 1,300 ล้านคนได้ แต่ยังสามารถส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศได้อีกด้วย

#### 3.4.2.1 การผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรของจีน

จีนเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ค้าผลไม้ และผลไม้แปรรูปรายใหญ่ของโลกปี พ.ศ. 2551 จีนมีพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ทั้งสิ้น 10.04 ล้านเฮกตาร์ และมีผลผลิตผลไม้รวม 96.00 ล้านตัน ในขณะที่ปี พ.ศ. 2543 และ 2544 ผลผลิตผลไม้ของจีน มีปริมาณ 60.5 และ 83.9 ล้านตัน

ผลไม้ที่เป็นผลผลิตสำคัญของจีน ได้แก่ แอปเปิ้ล (26.06 ล้านตัน) ส้ม (17.90 ล้านตัน) แพร์ (11.99 ล้านตัน) พีช (2.32 ล้านตัน) กล้วย (6.90 ล้านตัน) องุ่น (6.27 ล้านตัน) สับปะรด (0.89 ล้านตัน) และ กีวี (0.52 ล้านตัน)

การผลิตผลไม้ของจีนมีการขยายตัวในอัตราสูง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เนื่องจาก รัฐบาลจีนมีการเปลี่ยนแปลงมาตรการเก็บภาษีพิเศษ (Special Crops Tax) ที่เริ่มมีการจัดเก็บมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 โดยเปลี่ยนเป็นการเก็บภาษีรายได้จากเกษตรกร โดยชาวสวนผลไม้เสียภาษีในอัตราร้อยละ 12 ในขณะที่เกษตรกรที่ปลูกธัญพืชเสียภาษีในอัตราร้อยละ 6 เพื่อส่งเสริมการผลิต

เอกรังเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัฐพีชให้เพียงพอกับความต้องการใช้บริโภคภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา จีนยกเลิกมาตรการภาษี ที่เรียกเก็บจากเกษตรกรทั้งหมด เพื่อเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการปลูกป่า โดยการให้เงินชดเชยรายได้เป็นเวลา 5-8 ปี ระหว่างที่ยังไม่มีผลผลิต ทำให้พื้นที่และผลผลิตผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วถึงปัจจุบัน

จีนเป็นประเทศผู้ค้าผลไม้ และแปรรูปรายใหญ่ของโลก โดยส่งออกผลไม้สดและผลไม้แปรรูปรวม ปีละ 2.85 ล้านตัน ตลาดผลไม้สดที่สำคัญของจีนเป็นประเทศในกลุ่มอาเซียน เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดยุโรปและอเมริกา มีค่าขนส่งสูงและมีกฎระเบียบด้านการนำเข้าที่เข้มงวดมาก (สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรประจำกรุงปักกิ่ง. 2552)

#### 3.4.2.2 การผลิตลำไยและพันธุ์ที่ปลูกในประเทศจีน

ประเทศจีน มีการปลูกลำไยถึง 27 พันธุ์ คือพันธุ์ที่ปลูกในมณฑลกว่างตุง มณฑลฟูเจี้ยน และกว่างสี 12 สายพันธุ์ ปลูกในประเทศได้วันอีก 15 สายพันธุ์ ปลูกในสหรัฐอเมริกา 1 สายพันธุ์ คือพันธุ์โคฮาลา

กว่างสี ให้เป็นแหล่งปลูกลำไยที่สำคัญของจีน มีการให้เอกชนเช่าพื้นที่ปลูกลำไยในเชิงการค้าในลักษณะ Plantation และมีพื้นที่ปลูกลำไยกว่า 2.7 ล้านไร่ แต่ด้วยสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย ในการเพาะปลูก เนื่องจากมีอากาศหนาวจัดระยะเวลาสั้น ทำให้ไม่สามารถควบคุมการออกดอกได้ การผลิตลำไยนอกฤดูของจีนจึงไม่ประสบผลสำเร็จนักเมื่อเทียบกับผลผลิตของไทย

### 3.5 สถานการณ์ตลาดลำไยในตลาดฮ่องกง

เขตบริหารพิเศษฮ่องกง (Hong Kong SAR): Hong Kong Administrative Region of the People's Republic of China อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของมณฑลกว่างตุง ประเทศจีน ประกอบด้วยเกาะฮ่องกง แหวมเกาหลิน New Territories มีพื้นที่รวม 1,092 ตารางกิโลเมตร

ภายหลังจากที่ฮ่องกงเข้ามาอยู่ในการปกครองของรัฐบาลจีนตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2540 จีนได้ใช้นโยบาย One Country Two Systems ในการปกครองฮ่องกง โดยได้ออกกฎหมาย The Basic Law of the Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China ตามกฎหมายดังกล่าวฮ่องกงมีฐานะเป็นเขตบริหารพิเศษของจีน เรียกว่า Hong Kong Administrative Region เรียกย่อๆ ว่า SAR จึงทำให้ฮ่องกงสามารถปกครองตนเองและดำเนินนโยบายทางด้านเศรษฐกิจ การเงินการคลัง อุตสาหกรรมพาณิชย์ ได้อย่างเสรี ยกเว้นทางการเมือง จากการที่ฮ่องกงดำเนินนโยบายการค้าแบบเสรีและเป็นเมืองท่าเสรี (Free Port) จึงไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรในการนำเข้าและส่งออก แต่มีการเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้า 3 หมวด คือ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ใบบายูบ และหมวดผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง

ฮ่องกงเป็นตลาดที่บริโภคผักผลไม้สดนานาชนิด ทั้งผักผลไม้เมืองหนาวและผักผลไม้เมืองร้อน สภาพทางภูมิประเทศทำให้ฮ่องกงสามารถทำการส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังเขตเศรษฐกิจพิเศษที่เซินเจิ้นและมณฑลไถ่เกียงของจีน โดยเฉพาะมณฑลกว่างตุ้งเพื่อใช้ในภัตตาคารหรือโรงแรมต่างๆ ผู้ค้าผักผลไม้ในฮ่องกงสามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต่อ ประเภทที่สองเป็นผู้ขายส่งที่รับสินค้าจากผู้นำเข้าโดยตรงและนำเข้าเอง สุดท้ายเป็นผู้ขายปลีกที่รับซื้อจากตลาดกลางเป็นประจำในตอนเช้าของทุกวัน

การนำเข้าลำไยในฮ่องกงส่วนใหญ่เป็นลำไยเกรด A จัมโบ้ นอกนั้นเป็นเกรด AB ที่มีขนาดเล็กและมีกรอบกัมมะถันทั้งหมดและเนื่องจากราคาผลไม้ในฮ่องกงมีการขึ้นลงราคาค่อนข้างรุนแรง ดังนั้นราคาลำไยจะมีราคาตกลงเมื่อมีผลไม้อื่นออกสู่ตลาดพร้อมกันการขนส่งลำไยจากเมืองไทยไปฮ่องกงจะเป็นการขนส่งทางเรือใช้เวลา 5 วัน ลำไยจะถูกบรรจุในถาดพลาสติกได้มาตรฐาน 11 กก. ฮ่องกงกำหนดให้ลำไยสดที่นำเข้าจะต้องมีสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างได้ไม่เกิน 350 PPM ในเปลือกผลไม้และสำหรับ 0 PPM ในเนื้อผลไม้

นอกจากการบริโภคภายในฮ่องกงแล้วส่วนใหญ่ลำไยร้อยละ 60 จะถูกส่งออกต่อไปยังประเทศจีน การขนส่งจากฮ่องกงจะทำโดยทางเรือเข้าสู่ประเทศจีน ณ เมืองกว่างโจว มณฑลกว่างตุ้ง และโดยรถบรรทุกผ่านเขตเศรษฐกิจพิเศษเซินเจิ้นและเข้าสู่ตลาดกลางค้าส่งเจียงหนาน

### 3.5.1 ตลาดค้าส่งผลไม้ในประเทศฮ่องกง

ตลาด Western Wholesale Food Market ในฝั่งฮ่องกง เป็นตลาดค้าส่งสินค้าทางการเกษตรที่หน่วยงานรัฐบาล Agriculture, Fisheries and Conservation Department ฮ่องกง จัดให้กับเอกชนเช่า โดยแยกตามชนิดสินค้า ในปี พ.ศ. 2552 มูลค่าการค้าของตลาดค้าส่ง Western แบ่งเป็น ผลไม้ มูลค่า 944 ล้านเหรียญฮ่องกง (95,400 ตัน) ไข่ไก่ 237 ล้านเหรียญฮ่องกง (22,400 ตัน) ปลา 215 ล้านเหรียญฮ่องกง (12,500 ตัน) และ ผักสด 357 ล้านเหรียญฮ่องกง(47,000 ตัน)

ตลาดค้าส่ง Yau Ma Tei สร้างในปี ค.ศ. 1913 ถือเป็นตลาดที่มีการขายส่งผลไม้สดที่เก่าแก่และเป็นที่รู้จักในฮ่องกง และมีความหนาแน่นของการขนถ่ายสินค้าจากท่าเรือ รถยนต์ และโดยเครื่องบินมายังตลาด Yau Ma Tei ในช่วงเช้ามีคนจนถึงเที่ยง และคึกคักมากในช่วงเวลา ตีสี่ถึง 8 โมงเช้า ตั้งแต่ถนน Reclamation Road และ Waterloo Road มีจำนวนร้านค้ากว่า 230-240 ร้าน

ทั้งนี้ ผู้นำเข้าส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน การติดต่อซื้อขายส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์ หรือโทรสาร แม้สภาพภายนอกของตลาดค้าส่งในแถบ Yau Ma Tei จะดูเล็กและทรุดโทรม แต่ผู้ค้าส่วนใหญ่ก็ไม่เห็นด้วยกับหน่วยงานรัฐบาลที่จะย้ายไปแหล่งใหม่ (สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง. 2552)

### 3.5.2 ลักษณะการค้าผลไม้ในประเทศฮ่องกง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**รูปแบบการซื้อขาย** แต่เดิมการซื้อขายผลไม้สดระหว่างฮ่องกงและไทย ส่วนใหญ่ใช้วิธีการแบบฝากขาย (Consignment) แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนวิธีการนำเข้าโดยการสั่งซื้อ และชำระเงินผ่านธนาคาร หรือเปิด L/C หรือเป็นระบบหุ้นส่วนกับเจ้าของสวน ส่วนกำไรจะแบ่งกันตามสัดส่วน

### **ลักษณะการกระจายสินค้า**

1. นำเข้าทางเรือ และทางอากาศ การกระจายไปยังแหล่งตลาดขายส่งผลไม้ต่างๆ ของหน่วยงานรัฐบาล (Agriculture Fisheries and Conservation Department) มี 2 แห่งด้วยกัน คือ Cheung Sha Wan Wholesale Food Market ฝั่งเกาลูน และ Western Wholesale Food Market ฝั่งฮ่องกงและของภาคเอกชน ได้แก่ ตลาดขายส่ง Yau Ma Tei Fruit Market ฝั่งเกาลูน
2. ตลาดค้าส่งผลไม้ จะกระจายไปตามร้านค้าปลีก/ห้างสรรพสินค้า ตามคำสั่งซื้อที่แจ้งไว้ล่วงหน้า

**การบรรจุภัณฑ์ และการทำ Branding** การนำเข้าผลไม้สดจากไทย มีการบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษ ระบุบริษัทนำเข้า/ส่งออก ภายใต้แบรนด์ของตนเอง ชนิดผลไม้ น้ำหนัก ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีทั้งชื่อบริษัท และยี่ห้อ ได้แก่ ยี่ห้อ OP, TIGER, TP, Snack, Dragon รูปสัญลักษณ์ เช่น สามเหลี่ยมมงกุฎ การขายปลีกในซูเปอร์มาร์เก็ตจะแกะใส่กล่องโฟม ใส่พาสติกคลุม เป็นลูกๆ และซั้งเป็นปอนด์ ไม่ได้เน้นความสวยของ Packaging แต่จะดูความสดที่ผิว/เนื้อผลไม้

### **กฎและระเบียบทางการค้า**

1. ข้อกีดกันทางการค้า/ข้อจำกัดทางการค้าที่ฮ่องกงใช้นโยบายเสรีทางการค้า และการเป็นเมืองท่าเสรีจึงไม่มีข้อกีดกันทางการค้าที่สำคัญๆ
2. มาตรการทางภาษีและมิใช่ภาษี
  - 2.1 มาตรการทางภาษีฮ่องกงไม่มีการจัดเก็บภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าที่นำเข้าและส่งออก แต่มีการเก็บภาษีผู้บริโภคสำหรับสินค้า 3 หมวด ได้แก่ บุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเชื้อเพลิงบางชนิด
  - 2.2 มาตรการที่มิใช่ภาษีการขออนุญาตนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าบางรายการเพื่อให้มีการปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าที่ฮ่องกงมีอยู่กับประเทศคู่ค้าบางประเทศ รวม 6 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าสิ่งทอ ยาและเภสัชภัณฑ์ สารกัมมันตภาพรังสีและอุปกรณ์การฉายรังสี สินค้าโภคภัณฑ์เพื่อการสำรอง สินค้ายุทธโปกรณ์ สารที่มีส่วนผสมทำลายโอโซน
3. พิธีการศุลกากร
 

ผู้นำเข้า/ส่งออกสินค้าทุกประเภทจะต้องยื่นแบบ Import & Export Declaration ต่อกรมศุลกากรฮ่องกงภายใน 14 วัน นับแต่วันนำเข้าหรือส่งออกสินค้า
4. สินค้าผ่านแดน
 

สินค้าที่นำเข้าฮ่องกงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะส่งออกจากฮ่องกงในระยะต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสินค้าที่ยังบรรทุกอยู่ในพาหนะหรือในเครื่องบินขณะที่อยู่ในช่องทาง สินค้าดังกล่าวไม่อยู่ในข่ายที่จะต้องขออนุญาตนำเข้าหรือส่งออกยกเว้นสินค้ายุทธโศปกรณ์ที่จะต้องขออนุญาตก่อนการนำเข้าหรือส่งออกจากช่องทาง

#### 5. สินค้าห้ามนำเข้า

สินค้านำเข้าหรือส่งออกจากช่องทางโดยไม่ได้ขออนุญาตนำเข้า/ส่งออกตามกฎหมายและสินค้าที่ต้องยื่นขออนุญาตตามกฎหมายอื่น

#### 6. การจำกัดปริมาณการนำเข้าสินค้า

ในปัจจุบันสินค้าที่ยังมีการจำกัดปริมาณการนำเข้ามีเพียงรายการเดียว คือ ข้าว ซึ่งอยู่ในกลุ่มสินค้าซึ่งมีการจำกัดปริมาณนำเข้าโดยการกำหนดโควตานำเข้าของผู้ที่ได้รับอนุญาตนำเข้าแต่ละรายตามเงื่อนไขที่กรมการค้าส่งออกกำหนด

#### 7. ข้อกำหนดพิเศษในการนำเข้า

สินค้าที่มีข้อกำหนดพิเศษในการนำเข้าค่อนข้างมากเป็นพิเศษ ได้แก่ สินค้าหมวดอาหารและยา เช่น สินค้าเนื้อสัตว์ สัตว์ทะเล นมและผลิตภัณฑ์นม ขนมหั้แห้ง ซึ่งข้อกำหนดในการนำเข้าสินค้านี้จะมีทั้งในเรื่องการต้องใช้ใบรับรองสุขอนามัย การตรวจสอบในด้าน Bacteriological and Chemical Examinations

#### 8. มาตรฐานสินค้า

ปกติมาตรฐานสินค้าในช่องทางจะยึดถือตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 9000

#### 9. ฉลากสินค้าและเครื่องหมายการค้า

เช่น สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ไปต้องมีข้อความหรือเครื่องหมายแสดงคำเตือนเกี่ยวกับเรื่องการใช้ การเก็บรักษา หรือวิธีทำลาย เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีนปรากฏอยู่บนสินค้าในกล่องบรรจุ หรือบนฉลากสินค้าที่เห็นได้ชัดเจน

#### 10. ระเบียบการนำเข้า

10.1 สินค้าที่ผู้นำเข้าจะต้องได้รับใบอนุญาต ในการนำเข้าก่อนจึงจะสามารถนำเข้าได้ เช่น ข้าว เนื้อสัตว์ห้แห้ง

10.2 สินค้าที่ผู้นำเข้าจะต้องผ่านการตรวจคุณภาพ สุขภาพจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในประเทศต้นทางก่อน เช่น เนื้อสัตว์ห้แห้ง สัตว์ พืช

#### 10.3 สินค้าที่ห้ามนำเข้าเด็ดขาด เช่น อาวุธยุทธโศปกรณ์ และดอกไม้ไฟ

ในปี พ.ศ. 2552 มูลค่าการค้าระหว่างช่องทางกับไทยมีมูลค่า 11,214 ล้านดอลลาร์ มีการนำเข้าจากไทย 9,484 ล้านดอลลาร์ และส่งสินค้าออกมาไทย 1,730 ล้านดอลลาร์ ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ช่องทางนำเข้าจากไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ลำไย (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. 2552) ทั้งทุเรียนและลำไยจากประเทศไทยแทบจะไม่มีคู่แข่งชั้นเลยและช่องทางเองเป็นตลาดที่นำเข้าลำไยสดจากไทยมากเป็นอันดับ 1 จึงเห็นได้ว่าตลาดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฮ่องกงเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีโอกาสขยายการส่งออกต่อไปอีก รวมทั้งการนำเข้าผลไม้เป็นไปอย่างเสรีไม่มีข้อจำกัดหากผู้ส่งออกไทยเน้นเรื่องคุณภาพลำไยให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ มีการปรับปรุงรสชาติให้ตรงตามรสนิยมของผู้บริโภคและแก้ไขปัญหาการตกค้างของสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์บนเปลือกลำไย จะทำให้ลำไยไทยสามารถครองตลาดอันดับ 1 และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

### 3.5.3 ตลาดลำไยในประเทศฮ่องกง

ประเทศฮ่องกงมีการนำเข้าลำไยปี 2009 มูลค่า 80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 99.9 รองลงมา ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ตามลำดับ โดยเป็นการนำเข้าจากไทยทั้งหมด เพื่อบริโภคภายในฮ่องกงเอง ปริมาณเล็กน้อย ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ส่งต่อไปขายในจีนแผ่นดินใหญ่ แถบมณฑลกวางตุ้ง (สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ฮ่องกง, 2553)

### 3.5.4 พฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศฮ่องกง

ผู้บริโภคชาวฮ่องกงทุกเพศทุกวัยเป็นผู้บริโภคลำไยสด ลำไยที่ซื้อมักจะเป็นลำไยสดเกรดสูง ผู้บริโภคซื้อลำไยสดเพื่อรับประทานเป็นผลไม้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด คือ ความสดของลำไยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ราคา รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ลักษณะลำไยที่ชอบคือ ผิวต้องดีสีเหลือง สด กรอบ ขนาดใหญ่ หวาน เนื้อไม้และ เมล็ดเล็ก ส่วนลำไยอบแห้ง ผู้บริโภคชาวฮ่องกงนิยมลำไยอบแห้งที่มีเนื้อลำไยสีออกแดง ลำไยอบแห้งนำไปชงกับน้ำร้อนเป็นส่วนผสมของน้ำชูป นำไปรับประทานเล่น และซื้อไปเป็นของฝากผู้ใหญ่

ฮ่องกงจะมีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศจีน ชาวฮ่องกงเชื่อว่าลำไยอบแห้งเป็นพืชมงคลที่ใช้บูชาในงานพิธีต่างๆ เนื่องจากชาวฮ่องกงนิยมบริโภคผลไม้ตามฤดูกาล และสด สำหรับลำไยของไทยถือว่าได้รับความนิยมมากในฮ่องกง เนื่องจากผลใหญ่ มีรสหวาน แต่อย่างไรก็ตามผู้ส่งออกไทยต้องระวังการตรวจพบสารตกค้างของเปลือก หากพบเจอจะมีผลกระทบอย่างสูง และจะทำให้ฮ่องกงประกาศหยุดระงับการนำเข้าทันที

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาค่าความได้เปรียบการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในลำไย โดยใช้ข้อมูลการส่งออกรายปีระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 เพื่อดูแนวโน้มของค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของลำไยของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดฮ่องกง ว่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเพิ่มขึ้นหรือลดลงมีผลเนื่องมาจากปัจจัยอะไรพร้อมทั้งเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเพื่อให้ทราบผลของปัจจัยทั้ง 4 คือ การขยายตัวของ การส่งออกของโลก การกระจายตลาด การแข่งขัน และผลกระทบรวมหรือผลการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ว่าประเทศไทยมีมากหรือน้อยกว่าคู่แข่งในตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยนำปัจจัยทั้ง 4 ที่ได้จากการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดทั้งประเทศไทยและคู่แข่งมาเปรียบเทียบกัน การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นการเปรียบเทียบช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และการเปรียบเทียบช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วน ได้ดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของลำไย

การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยนำข้อมูล มูลค่าการส่งออกลำไย และมูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของโลก ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 นำมาวิเคราะห์ด้วยดัชนีความ ได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ (RCA) ดังสูตรต่อไปนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_j) / (X_{iw} / X_w)$$

โดยที่  $RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกของ ประเทศ  $j$

$X_{ij}$  = มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศ  $j$

$X_j$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $j$

$X_{iw}$  = มูลค่าการส่งออกลำไยของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|       |   |
|-------|---|
| $X_w$ | = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก                    |
| $i$   | = ลำไย  |
| $j$   | = ประเทศที่ส่งออกสินค้า ได้แก่ ประเทศไทย จีนและเวียดนาม |
| $w$   | = ประเทศที่นำเข้าสินค้า ได้แก่ ประเทศฮ่องกง             |

#### 4.1.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของลำไยของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศจีนและเวียดนาม ได้ผลดังนี้คือ

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเฉลี่ย ดังตารางที่ 4.1 จำนวนจากตารางที่ 1-4 ในภาคผนวก ซึ่งจากการคำนวณพบว่าค่า RCA ของประเทศไทยที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกลำไยของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยสูงกว่าสัดส่วนการส่งออกลำไยของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลกหรือกล่าวได้อีกอย่างว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าลำไยแต่ค่า RCA เฉลี่ยที่คำนวณได้มีค่าลดลงเรื่อยๆ จาก 39.32 ในช่วงปี พ.ศ. 2544 - 2546 เป็น 39.18 ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และ 34.27 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1) แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ประเทศไทยมีนั้นมียาลดลง อันเป็นผลกระทบมาจากการที่ค่าเงินบาทมีการแข็งตัวอย่างต่อเนื่องนับจากช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2549

ค่า RCA ของประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งการค้าลำไยของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกลำไยของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยสูงกว่าสัดส่วนการส่งออกลำไยของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลกหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในลำไย โดยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 มีค่า RCA ที่คำนวณได้ 82.61 แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ค่า RCA ลดลงเหลือ 48.94 และ 49.77 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในแต่ละช่วงเวลา พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 อันเนื่องมาจากในช่วงเวลาดังกล่าว เศรษฐกิจของโลกเริ่มมีการชะลอตัวและเมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการลดลงของ RCA พบว่าประเทศไทยเวียดนาม มีแนวโน้มการลดลงมากกว่าการลดลงของประเทศไทย ซึ่งกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีการสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้าของลำไยในช่วงเวลานี้สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ค่า RCA ทั้งของประเทศไทยและประเทศเวียดนามได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น และประเทศเวียดนามมีสัดส่วนการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทยจึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเริ่มมีความเสียเปรียบเชิงการแข่งขันกับทางการค้ามากขึ้น

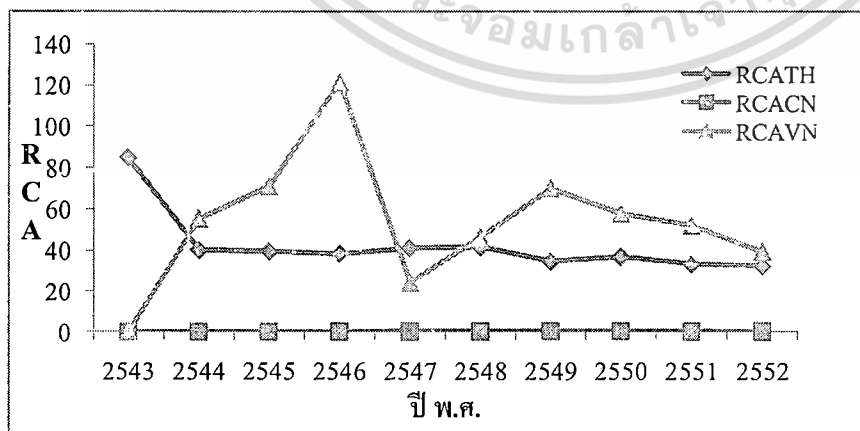
ตารางที่ 4.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เฉลี่ย

| ประเทศ   | ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 | ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 | ช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ไทย      | 39.32                 | 39.18                 | 34.27                 |
| จีน      | 0.12                  | 0.16                  | 0.12                  |
| เวียดนาม | 82.61                 | 48.94                 | 49.77                 |

ที่มา: จากการคำนวณจากตารางที่ 1-4 ในภาคผนวก

ในส่วนผลการวิเคราะห์ของประเทศจีนมีค่าน้อยกว่า 1 ทั้ง 3 ช่วงเวลา คือ 0.12, 0.16 และ 0.12 ตามลำดับ การที่ค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกลำไยสดของประเทศจีนต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกลำไยสดของโลกต่อการส่งออกสินค้าทุกประเภทของโลกหรือกล่าวได้ว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดในระดับโลก

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เป็นเครื่องมือที่ใช้ศึกษาภาพรวมของการส่งออกด้านมูลค่าของสินค้าชนิดที่ทำการศึกษาในที่นี้ คือ ลำไย เพื่อแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากการคำนวณสามารถเข้าใจได้ง่าย แต่ค่า RCA ก็มีค่าจำกัด เช่น ค่า RCA เป็นดัชนีแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่อาศัยข้อมูลเฉพาะการนำเข้า ไม่ได้ทราบถึงกระบวนการผลิตสินค้านั้นๆ กรณีที่มีการกีดกันทางการค้า ค่า RCA ไม่สามารถระบุได้ว่าเกิดจากปัจจัยใดจึงจำเป็นต้องนำแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) มาทำการวิเคราะห์เพื่อที่จะทราบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของผลไม้แปรรูปเปลี่ยนแปลงไปเกิดจากปัจจัยใด



รูปที่ 4.1 กราฟแสดงแนวโน้มค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยของประเทศ ไทย จีนและเวียดนาม ปี พ.ศ. 2544-2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสำนักงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา: จากการตารางผนวกที่ 5-7

## 4.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกภายใต้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดครั้งที่

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกภายใต้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดครั้งที่ (CMS) โดยใช้ข้อมูลทศนิยมรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2552 ในการศึกษาครั้งนี้ จะประยุกต์ใช้สูตรคำนวณ CMS

$$\begin{aligned} \Delta q_{ijk} &= \Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij} = [G_k \Sigma_j X^0_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij}] \\ &+ [\Sigma_j (G_{jk} X^0_{ij}) - G_k \Sigma_j X^0_{ij}] \\ &+ [\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ij}) - \Sigma_j X^0_{ij}] \\ &+ [\{\Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j (G_{jk} X^0_{ij})\} - \{\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ij}) - \Sigma_j X^0_{ij}\}] \end{aligned}$$

กำหนดให้

$\Delta q_{ijk} = \Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij}$  คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1

$G_k \Sigma_j X^0_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1 ที่เนื่องมาจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก

$\Sigma_j (G_{jk} X^0_{ij}) - G_k \Sigma_j X^0_{ij}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1 ที่เนื่องมาจากการกระจายตลาด

$\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ij}) - \Sigma_j X^0_{ij}$  คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t=0 ไปสู่ช่วงเวลา t=1 ที่เนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริง

$\{\Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j (G_{jk} X^0_{ij})\} - \{\Sigma_j (G^*_{jk} X^1_{ij}) - \Sigma_j X^0_{ij}\}$  คือ ผลกระทบร่วมหรือจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

กำหนดให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- $X$  = มูลค่าการส่งออก  
 $i$  = ประเทศผู้ส่งออก ประกอบด้วย ประเทศไทย ประเทศจีน และเวียดนาม  
 $k$  = ชนิดสินค้า คือ ลำไย  
 $j$  = ประเทศผู้นำเข้า ได้แก่ ประเทศฮ่องกง  
 $1$  = ค่าเฉลี่ยของช่วงปีที่พิจารณา  
 $0$  = ปีที่กำหนดให้เป็นฐาน

โดยที่

$G_k = \sum_i \sum_j X^1_{ij} / \sum_i \sum_j X^0_{ij}$  คือ สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ทั้งหมดในตลาดโลกในช่วงปีที่พิจารณาเทียบกับปีฐาน

$G_{jk} = \sum_i X^1_{ij} / \sum_i X^0_{ij}$  คือ สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ทั้งหมดที่ส่งไปตลาด  $j$  ในช่วงปีที่พิจารณาเทียบกับปีฐาน

$$G^*_{jk} = 1 / G_{jk}, G^*_{jk} = \sum_i X^0_{ij} / \sum_i X^1_{ij} \text{ คือ ส่วนกลับของ } G_{jk}$$

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่นั้นควรทำการคำนวณหาอัตราการขยายตัวของการส่งออกของทุกสินค้าของในตลาดโลกก่อนและคำนวณหาอัตราการขยายตัวของการส่งออกและส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกที่ส่งไปในตลาดฮ่องกงดังนี้

$$\begin{aligned}
 g = G-1 &= [\sum_i \sum_j \sum_k X^1_{ijk} / \sum_i \sum_j \sum_k X^0_{ijk}] - 1 \\
 &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลก}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 g_k = G_k-1 &= [\sum_i \sum_j X^1_{ijk} / \sum_i \sum_j X^0_{ijk}] - 1 \\
 &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลกในสินค้า } k
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 g_{jk} = G_{jk}-1 &= [\sum_i X^1_{ij} / \sum_i X^0_{ij}] - 1 \\
 &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกของสินค้า } k
 \end{aligned}$$

ไปยังตลาด  $j$

$$g^*_{jk} = 1 - G^*_{jk} = \text{เป็นส่วนกลับของอัตราการส่งออกโลกที่อธิบายสำหรับ}$$

สินค้า  $k$  ในตลาด  $j$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$= 1 - [1 / (\sum_i X^1_{ijk} / \sum_i X^0_{ijk})]$$

$$= 1 - (\sum_i X^0_{ijk} / \sum_i X^1_{ijk})$$

#### 4.2.1 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วยแบบจำลอง ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549

ผลการวิเคราะห์พบว่า การส่งออกในสินค้าทุกชนิดของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 55 ในขณะที่การส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 และถ้าพิจารณาเฉพาะตลาดฮ่องกง พบว่ามีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 12 (ตารางที่ 4.2) ส่วนการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปสู่ตลาดฮ่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 มีมูลค่าเฉลี่ย 20.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 มูลค่าการส่งออกของลำไยของประเทศไทยโดยเฉลี่ยลดลงเป็น 7.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ตารางผนวกที่ 11) เมื่อทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลาพบว่ามี การขยายตัวทางตลาดลดลงคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย -12.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยการส่งออกที่ลดลงมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) ซึ่งมีค่าที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ -14.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลกซึ่งมีค่าร้อยละ 55 ทำให้ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกมีค่าลดลง
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ -7.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงให้เห็นว่าผลจากการกระจายตลาดที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นลบ (-) เนื่องจากตลาดฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก จึงมีผลให้การกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ
3. ผลจากการแข่งขัน (Pure Share or Competitive Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ -21.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงให้เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นลบ (-) ซึ่งหมายความว่า ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงลดลง ซึ่งส่งผลให้การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังตลาดฮ่องกงลดลงหรือประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับประเทศคู่แข่ง อีกนัยหนึ่งคือการขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่าน้อยกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม

มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ที่ลดลงนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการลดลงของมูลค่าการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาด (ตารางที่ 4.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.2** อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกและอัตราการขยายตัวของการส่งออก และส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของลำไยของโลกในตลาดฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549

| อัตราการขยายตัว ( $g = G-1$ )  | ช่วงปี 2544-2546<br>เทียบกับ<br>ปี 2547-2549 | ร้อยละ |
|--|--|--------|
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลก (G)                                 | 0.55   | 55     |
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลก ( $G_k$ )                              | 0.26   | 26     |
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกในตลาด<br>ฮ่องกง ( $G_{jk}$ )           | -0.12  | -12    |
| ส่วนกลับอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลก<br>ในตลาดฮ่องกง ( $G^*_{jk}$ ) | -0.14  | -14    |

ที่มา: จากการคำนวณจากตารางภาคผนวก

#### 4.2.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วยแบบจำลอง ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552

ผลการวิเคราะห์พบว่า การส่งออกในสินค้าทุกชนิดของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 32 ในขณะที่การส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 64 และถ้าพิจารณาเฉพาะตลาด ฮ่องกง พบว่ามีอัตราการขยายตัวร้อยละ 71 (ตารางที่ 4.3) ส่วนการส่งออกลำไยของประเทศไทย ไปสู่ตลาดฮ่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 มูลค่าการส่งออกของลำไยของประเทศไทยโดยเฉลี่ยมี มูลค่าเฉลี่ย 7.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 มูลค่าการส่งออกของลำไยของ ประเทศไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 20.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางผนวกที่ 11) เมื่อทำการ เปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลาพบว่าการขยายตัวทางตลาดเพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 13.39 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ โดยการส่งออกที่เพิ่มขึ้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 0.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงให้เห็นว่าผลจากการกระจายตลาดที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นบวก (+) ซึ่ง หมายความว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราการ ขยายตัวของโลก หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประเทศไทยส่งออกลำไยไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวของ การนำเข้าสูงและถ้าพิจารณาอัตราการขยายตัวตลาดฮ่องกง พบว่าการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 71

2. ผลจากการแข่งขัน (Pure Share or Competitive Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 1.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงให้เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการ คำนวณนั้นเป็นบวก (+) ซึ่งหมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกลำไยของประเทศไทยไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่เป็นการค้า ไม่ว่าจะโดยใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยังตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ การขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่ามากกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม

3. ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 14.51 ล้านเหรียญสหรัฐฯ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยขยายการส่งออกลำไยได้ถูกทิศทางแล้วเนื่องจากผลการคำนวณที่ได้มีผลเป็นบวก (+) แสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทย สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกทิศทางซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด (ตารางที่ 4.4)

**ตารางที่ 4.3** อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกและอัตราการขยายตัวของการส่งออก และส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของลำไยของโลกในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552

| อัตราการขยายตัว ( $g = G-1$ )   | ช่วงปี 2547-2549<br>เทียบกับ<br>ปี 2550-2552 | ร้อยละ |
|---|--|--------|
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลก ( $G$ )                            | 0.32   | 32     |
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลก ( $G_k$ )                             | 0.64   | 64     |
| อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกในตลาด<br>ฮ่องกง ( $G_{jk}$ )          | 0.71   | 71     |
| ส่วนกลับอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลก<br>ในตลาดฮ่องกง( $G^*_{jk}$ ) | 0.41   | 41     |

ที่มา: จากการคำนวณจากตารางภาคผนวก

**4.2.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศ  
คู่แข่งคือ ประเทศจีนและประเทศเวียดนามด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ.  
2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549**

ผลการวิเคราะห์พบว่า การส่งออกในสินค้าทุกชนิดของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 55 ในขณะที่การส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 และถ้าพิจารณาเฉพาะตลาด  
ฮ่องกง พบว่ามีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 12 (ตารางที่ 4.2) ส่วนการส่งออกลำไยของประเทศ  
จีนไปสู่ตลาดฮ่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 มีมูลค่าเฉลี่ย 0.43 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ.ศ. 2547-2549 มูลค่าการส่งออกของลำไยของประเทศจีนโดยเฉลี่ยลดลงเป็น 0.08 ล้านเหรียญสหรัฐ (ตารางผนวกที่ 11) เมื่อทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลาพบว่ามีการขยายตัวทางตลาดลดลงคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย -0.35 ล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีมูลค่าเฉลี่ย 0.01 ล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ประเทศเวียดนามไม่มีการส่งออกลำไยไปยังตลาดฮ่องกงโดยการส่งออกที่ลดลงมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) เป็นผลที่แสดงแนวโน้มการค้าของโลก ซึ่งมีค่าที่ได้จากการคำนวณของประเทศจีนและประเทศเวียดนามเท่ากับ -0.32 และ -0.0074 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของตลาดโลกซึ่งมีค่าร้อยละ 55 ทำให้ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกมีค่าลดลง

2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) ของประเทศจีนและประเทศเวียดนาม คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ -0.16 และ -0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผลจากการกระจายตลาดที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นลบ (-) เนื่องจากตลาดฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก จึงมีผลให้การกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ

3. ผลจากการแข่งขัน (Pure Share or Competitive Effect) ของประเทศจีนและประเทศเวียดนาม มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ -0.44 และ -0.01 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นลบ (-) ซึ่งหมายความว่าความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงลดลง ซึ่งส่งผลให้การส่งออกลำไยของประเทศจีนและเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงลดลงหรือทั้ง 2 ประเทศสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับประเทศคู่แข่ง อีกนัยหนึ่งคือการขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่าน้อยกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม

มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศจีนและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ที่ลดลงนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการลดลงของมูลค่าการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด (ตารางที่ 4.4)

**4.2.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศคู่แข่งคือ ประเทศจีนและประเทศเวียดนามด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552**

ผลการวิเคราะห์พบว่า การส่งออกในสินค้าทุกชนิดของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ

32 ในขณะที่การส่งออกลำไยของโลกมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 64 และถ้าพิจารณาเฉพาะตลาดเอกราชเป็นเอกราชทั้งสองวันเวลาสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้เขาไปเซประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฮ่องกง พบว่ามีอัตราการขยายตัวร้อยละ 71 (ตารางที่ 4.3) ส่วนการส่งออกกำไรของประเทศจีนไปสู่ตลาดฮ่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 มีมูลค่าเฉลี่ย 0.08 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 มูลค่าการส่งออกของกำไรของประเทศจีนโดยเฉลี่ยลดลงเป็น 0.01 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางผนวกที่ 11) เมื่อทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลาพบว่าการขยายตัวทางตลาดลดลงคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย -0.07 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่ประเทศเวียดนามไม่มีการส่งออกกำไรไปยังตลาดฮ่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ประเทศเวียดนามมีมูลค่าเฉลี่ย 0.09 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) ประเทศจีนคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 0.0053 ล้านเหรียญสหรัฐฯ แสดงให้เห็นว่าผลจากการกระจายตลาดที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นบวก (+) ซึ่งหมายความว่าอัตราการขยายตัวของกำไรส่งออกกำไรของประเทศจีนมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของโลก หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประเทศจีนส่งออกกำไรไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวของกำไรนำเข้าสูงและถ้าพิจารณาอัตราการขยายตัวของตลาดฮ่องกง พบว่าการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 71 ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีมูลค่าเท่ากับ 0

2. ผลจากการแข่งขัน (Pure Share or Competitive Effect) ของประเทศจีนและประเทศเวียดนาม มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ -0.0759 และ 0.0369 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณของประเทศจีนนั้นเป็นลบ (-) ซึ่งหมายความว่า ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงลดลง ซึ่งส่งผลให้การส่งออกกำไรของประเทศจีนไปยังตลาดฮ่องกงลดลง หรืออีกนัยหนึ่งคือ การขยายตัวของกำไรส่งออกจริงมีค่าน้อยกว่าการขยายตัวของกำไรส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณของประเทศเวียดนามนั้นเป็นบวก (+) ซึ่งหมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกกำไรของประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ การขยายตัวของกำไรส่งออกจริงมีค่ามากกว่าการขยายตัวของกำไรส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม

3. ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) ของประเทศจีนและประเทศเวียดนาม มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 0.0291 และ 0.0531 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 ประเทศขยายการส่งออกกำไรได้ถูกทิศทางแล้วเนื่องจากผลการคำนวณที่ได้นั้น มีผลเป็นบวก (+) แสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศจีนและประเทศเวียดนาม สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

มูลค่าการส่งออกกำไรของประเทศจีนและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ที่เปลี่ยนแปลงนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (ตารางที่ 4.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถ้าโยของประเทศไทย ประเทศจีนและประเทศเวียดนามในตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546     |       |          | ช่วงปี พ.ศ.2547-2549      |         |          |
|--------------------------------|---------------------------|-------|----------|---------------------------|---------|----------|
|                                | เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 |       |          | เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 |         |          |
|                                | ไทย                       | จีน   | เวียดนาม | ไทย                       | จีน     | เวียดนาม |
| ผลจากการขยายตัวของกร           |                           |       |          |                           |         |          |
| ส่งออกของโลก                   | -14.85                    | -0.32 | -0.0074  | -2.70                     | -0.0288 | 0        |
| ผลจากการกระจายตลาด             | -7.63                     | -0.16 | -0.0038  | 0.52                      | 0.0053  | 0        |
| ผลจากการแข่งขัน                | -21.12                    | -0.44 | -0.01    | 1.06                      | -0.0759 | 0.0369   |
| ผลกระทบรวม                     | 31.04                     | 0.57  | 0.0112   | 14.51                     | 0.0291  | 0.0531   |
| มูลค่าการส่งออกถ้าโยในตลาด     |                           |       |          |                           |         |          |
| ฮ่องกงที่เปลี่ยนแปลง           | -12.56                    | -0.35 | -0.01    | 13.39                     | -0.07   | 0.09     |

ที่มา: จากการคำนวณจากตารางภาคผนวก

จากผลการวิเคราะห์ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่า ประเทศไทยมีผลจากอัตราการขยายตัวของกรส่งออกของโลกมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -14.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น -2.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของกรส่งออกถ้าโยของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากอัตราการขยายตัวร้อยละ 26 เป็นร้อยละ 64 แต่เนื่องจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกมีการขยายตัวลดลงจากร้อยละ 55 เป็นร้อยละ 32 จึงแสดงผลเป็นลบ ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -7.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 0.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นผลเนื่องมาจากการส่งออกถ้าโยในตลาดฮ่องกงช่วงแรกมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 12 ต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของกรส่งออกถ้าโยของโลกผลจึงเป็นลบและในช่วงหลังอัตราการขยายตัวของกรส่งออกถ้าโยในตลาดฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวมากกว่าอัตราการขยายตัวของกรส่งออกถ้าโยของโลกผลที่จึงเป็นบวก สำหรับผลจากการแข่งขันมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -21.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 1.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของกรส่งออกถ้าโยของโลกและตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น และประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ จึงส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกถ้าโยของประเทศไทยไปยังตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลกระทบรวมจากการปรับตัวของกรส่งออกถูกหรือผิดทิศทางมีผลเป็นบวก แสดงถึงการปรับตัวของกรส่งออกที่ถูก

ทิศทาง ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น ถึงมีค่าลดลงจาก 31.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 14.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ตลาดฮ่องกงก็ยังเป็นตลาดที่ขยายตัว

จากผลการวิเคราะห์ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่า ประเทศจีนมีผลจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นลบคือ -0.32 และ -0.0288 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นผลเนื่องมาจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกมีการขยายตัวลดลง ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -0.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 0.0053 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นผลเนื่องมาจากช่วงแรกตลาดฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก และในช่วงหลังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น สำหรับผลจากการแข่งขันมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -0.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น -0.0759 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากอัตราการขยายตัวการส่งออกลำไยของโลกและตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้น แต่ผลมีค่าเป็นลบแสดงว่า ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงลดลง อีกนัยหนึ่งคือการขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่าน้อยกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม นอกจากนี้ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางมีค่าลดลงจาก 0.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 0.0291 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ผลเป็นบวกแสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทย สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่า ประเทศเวียดนามมีผลจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกเป็นลบมีค่าเท่ากับ -0.0074 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 มีค่าเท่ากับ 0 เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เวียดนามไม่การส่งออกลำไยไปยังตลาดฮ่องกง จึงทำให้ประเทศเวียดนามไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเท่ากับ -0.0038 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 0 ซึ่งให้ผลเช่นเดียวกับผลจากอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก สำหรับผลจากการแข่งขันมีค่าเพิ่มขึ้นจาก -0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 0.0369 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 ซึ่งมีผลเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าประเทศเวียดนาม มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางมีผลเป็นบวกเพิ่มขึ้นจาก 0.0112 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 0.0531 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกทิศทางซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทย สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

# สรุปและข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุป

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง ประกอบกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ทำให้ทราบถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดโลกเพื่อที่จะเป็นแนวทางที่จะรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้สูงขึ้นในตลาดส่งออก

โดยการวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในลำไย โดยใช้ข้อมูลการส่งออกรายปีระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 เพื่อดูแนวโน้มของค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของลำไยของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดฮ่องกง ว่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเพิ่มขึ้นหรือลดลงมีผลเนื่องมาจากปัจจัยอะไรพร้อมทั้งเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเพื่อให้ทราบผลของปัจจัยทั้ง 4 คือ การขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก การกระจายตลาด การแข่งขัน และผลกระทบร่วมหรือผลการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ว่าประเทศไทยมีมากหรือน้อยกว่าคู่แข่งในตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยนำปัจจัยทั้ง 4 ที่ได้จากการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดทั้งประเทศไทยและคู่แข่งมาเปรียบเทียบกัน การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญแบ่งเป็นการเปรียบเทียบช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และการเปรียบเทียบช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ซึ่งสรุปผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วน ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในลำไยของประเทศไทย ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม โดยใช้มูลค่าการส่งออกรายปีระหว่างปี พ.ศ. 2544-2552 โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ช่วงเวลา พบว่าประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ  $RCA > 1$  ทั้ง 3 ช่วงเวลา แสดงถึงระดับการแข่งขันยังสามารถส่งออกได้ดี เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ในแต่ละช่วงเวลา พบว่าประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่าประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 ประเทศเวียดนามและประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ 82.61 และ 39.32 ตามลำดับ และกลับลดลงอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ประเทศไทยมีค่า RCA ลดลงเหลือ 39.18 ประเทศเวียดนามลดลงเหลือเพียง 48.94 ซึ่งลดลงมากกว่าเอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกขาดเนาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ประเทศเวียดนามเริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้นเป็น 49.77 ในขณะที่ประเทศไทยกลับลดลงเหลือ 34.27 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงค่าเมื่อเทียบกับ RCA ของประเทศเวียดนาม สำหรับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศจีนมีค่า  $RCA < 1$  ทั้ง 3 ช่วงเวลา คือ 0.12, 0.16 และ 0.12 ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าประเทศจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยในระดับโลก

2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศไทยมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเท่ากับ -12.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด คือ -21.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาก็คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -14.85, -7.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศไทยมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 13.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องมาจากผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกทิศทางซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คือ 14.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาก็คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาดมีค่าเท่ากับ 1.06, 0.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ของประเทศจีนในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศจีนมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเท่ากับ -0.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด คือ -0.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาก็คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -0.32, -0.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศจีนมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเท่ากับ -0.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องมาจากผลจากการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการส่งออกมากที่สุด คือ -0.0759 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาก็คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกมีค่าเท่ากับ -0.0288 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ของประเทศเวียดนามในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศเวียดนามมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเท่ากับ -0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด คือ -0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาก็คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลกและผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปเผยแพร่  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ  $-0.0074$ ,  $-0.0038$  ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศเวียดนามมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเท่ากับ  $0.09$  ล้านเหรียญสหรัฐฯ เนื่องมาจากผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกทิศทางซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คือ  $0.0531$  ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาคือ ผลจากการแข่งขันมีค่าเท่ากับ  $0.0369$  ล้านเหรียญสหรัฐฯ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของลำไยของประเทศไทยในตลาดฮ่องกง มีข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกลำไยของประเทศไทยดังนี้

1. จากการศึกษพบว่าผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) พบว่าลำไยเป็นผลไม้ของประเทศไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง แต่ค่า RCA ก็ลดลงอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นสัญญาณเตือนว่าในอนาคตประเทศไทย อาจสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดังนั้นประเทศไทยควรมีการพัฒนาการตลาด และคุณภาพของลำไยให้มีมาตรฐานสากล ตลอดจนปรับปรุงวิธีการผลิต การพัฒนารูปแบบการบรรจุหีบห่อที่ทนต่อแรงกดและกระแทก เพื่อลดความเสียหายและยืดอายุของลำไย และควรหากลยุทธ์การส่งออกเพื่อสามารถรักษาส่งออกและส่วนแบ่งตลาดและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในลำไยไว้ได้

2. สำหรับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ของไทยในตลาดฮ่องกงสามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกลำไยของไทย ที่มีผลมาจากผลจากการแข่งขันแสวงว่าประเทศไทยต้องควบคุมคุณภาพสินค้าของลำไยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และควรมีการพัฒนาการปลูกผลไม้ส่งออกคุณภาพได้เป็นอย่างดีเพื่อลดภาวะพึ่งพาปัจจัยด้านภูมิอากาศตามธรรมชาติซึ่งมีความไม่แน่นอนและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตลำไยของไทยเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการรักษาตลาดผู้บริโภคและการพยายามลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าด้านต้นทุน

ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางและผลที่มาจาก การกระจายตลาด จะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยควรหันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดส่งออก และต้องปรับปรุงด้านการตลาด การขนส่ง รวมถึงสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานราชการและเอกชน ในทุกๆ ปี ของต้นฤดูผลผลิต อาจเป็นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารในฮ่องกง เช่น งาน HOFEX (จัดปีเว้นปี) ถือเป็นงานแสดงสินค้าอาหารขนาดใหญ่ในฮ่องกง นอกจากนั้นสำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ฮ่องกง ได้มี

การจัด Instore Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าทุกๆ ปี ได้แก่ ห้าง Jusco และ City Super ซึ่งนอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้าที่มีการจัดงานเองในการส่งเสริมผลไม้ของไทย ได้แก่ ห้าง UNY, SOGO, WELLCOME ซึ่งจัดในช่วงพฤษภาคม- มิถุนายน ของทุกปี

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประเทศ ฮองกง โดยข้อมูลทางสถิติเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา มีข้อจำกัด การวิเคราะห์เชิงปริมาณจึงไม่สมบูรณ์และความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออก ขึ้นกับปัจจัยที่ไม่สามารถวัดค่าได้ในเชิงปริมาณ เนื่องจากการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันสินค้าส่งออกระหว่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลด้านต้นทุนและประสิทธิภาพการผลิตทำได้ยาก ดังนั้น การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้านี้ระหว่างประเทศ มักนิยมใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) แต่การใช้ RCA มีข้อจำกัด คือ เป็นดัชนีที่แสดงถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญที่อาศัยเฉพาะข้อมูลการนำเข้า จึงไม่ได้เชื่อมโยงให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการผลิตของสินค้านั้นได้ และกรณีที่มีการกีดกันทางการค้า RCA ไม่สามารถแสดงถึงผลทางการกีดกันออกมาได้ เพราะฉะนั้นในการศึกษาจึงต้องศึกษาในเรื่องอื่นๆ เช่น อุปสรรคทางการค้าต่างๆ เพิ่มเติมอีกด้วย

2. สำหรับแนวทางการศึกษาครั้งต่อไปควรจะทำ การศึกษาลำไย ในกลุ่มประเทศที่มีแนวโน้มการส่งออกที่ดีในอนาคต และควรศึกษาถึงข้อมูลการส่งออกของประเทศคู่แข่งลำไยเป็นรายประเทศประกอบด้วย เพื่อให้เห็นศักยภาพของความสามารถในการแข่งขันการส่งออกลำไยที่ชัดเจนหรือ ศึกษาถึงความสามารถในการส่งออกลำไยของไทย ในด้านของศักยภาพการผลิต เช่น การใช้แบบจำลองดัชนีทรัพยากรต้นทุนในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) ซึ่งเป็นการวัดต้นทุนค่าเสียโอกาสที่แท้จริงของทรัพยากรภายในประเทศที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินตราต่างประเทศหนึ่งหน่วย

## บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2550. “สารสนเทศส่งเสริมการเกษตรปี 2550.” [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา [http://www.agriinfo.doae.go.th/plant51/s\\_plant51/vegetation51.php](http://www.agriinfo.doae.go.th/plant51/s_plant51/vegetation51.php)

(25 ธันวาคม 2553)

คมสัน สุริยะ. 2544. “เทคนิคการแปลความหมายค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด.” วารสาร

เศรษฐศาสตร์. 5(3) : 10-15.

คมสันต์ สิทธิชัย. 2546. “วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่ง  
การตลาดน้ำสับปะรดของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คลังข้อมูลสารสนเทศลำไยเชิงลึก. 2553. “ประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดลำไยต่างประเทศ.”

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ardanew.arda.or.th/longan/> (12 มีนาคม 2554)

ฉัตรกมล สงเคราะห์. 2547. “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกลำไย.” วิทยานิพนธ์  
เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ไฉไล กองทอง. 2551. “ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทย  
ระหว่าง ปี 2527-2549 โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่.” วิทยานิพนธ์  
เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทรงสุดา ยนต์นิยม. 2549. “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของ  
ไทยในตลาดที่สำคัญ.” การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. “เวียดนาม ศักยภาพในการส่งออกสินค้า  
เกษตร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.foodmarketexchange.com>. (25  
มกราคม 2554)

ณัฐวดี ไทยเจริญ. 2549. “การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา  
ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2547.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา  
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นฤมล บุญส่งเจริญ. 2546. “การวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกผลมะม่วงของไทย.” วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, และคณะ. 2542. ลำไยไม่ผลเศรษฐกิจสำคัญเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม. คณะ  
เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์. 2552. ศักยภาพของภาคเกษตรไทยในความจริง. สำนักที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจ  
เครือเจริญโภคภัณฑ์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.foodindustrythailand.com/>  
(13 กุมภาพันธ์ 2554)
- ลลิตา จิระนนท์ประวัติ. 2553. “สถานการณ์การค้าของไทยกับฮ่องกงในปี 2553.” วารสาร  
ตลาดศักยภาพสูง. 15(3) : 84-87.
- สายชล สุโขทัย. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไป  
สาธารณรัฐประชาชนจีน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมลพร คงจินตมานี้. 2545. “ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกน้ำตาลทรายของ  
ประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิทธิชัย ฝรั่งทอง. 2552. มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://www.nidambell.net/ekonomiz/2009q2/2009april27p4.htm> (4 พฤศจิกายน 2553)
- สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรประจำกรุงปักกิ่ง. 2552. “การผลิตและตลาดผลไม้ในจีน.” สำนักงาน  
พาณิชย์ ประจำกรุงปักกิ่ง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://tg.thaicombj.org.cn/taiguo/img/h9ba-fruit%20market> (13 กุมภาพันธ์ 2554)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. “ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2552.” [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา <http://www.oae.go.th/> (18 ตุลาคม 2553)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. “สินค้าการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ ปี 2550.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oae.go.th/> (18 ธันวาคม 2553)
- สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ฮ่องกง. 2553. “ข้อมูลตลาดลำไยสดในฮ่องกง.” [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา <http://www.depthai.go.th> (7 มีนาคม 2554)
- สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 8 จังหวัดเชียงใหม่. “ข้อมูลและสถิติการผลิตพืชเศรษฐกิจ  
ภาคเหนือ ปี 2553.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oae.go.th/> ( 8 มกราคม 2554)
- สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่. “การผลิตลำไยนอกฤดูเพื่อการส่งออก.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oardl.org/> (17 มกราคม 2554)
- ศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร 2553. “เอกสารตัวชี้วัดเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศไทย  
ปี 2552.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ictc.doae.go.th/> (13 กุมภาพันธ์ 2554)
- ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว. “ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบ ไทย-เวียดนาม.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.phtnet.org/news/view-news>. (25 มกราคม 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Balassa, Bela A 1965. **The Theory of Economic Integration**. London: Allen and Unwin.

Leamer, E. E. and R. M. Stern. 1970. **Quantitative International Economic**. Boston: Allyn and Bacon.

Richardson, J. D. 1971. **Constant Market Share Analysis of Export Growth**. Journal of International Economics. 1(2): 227-239.

Tyszynski, H. 1951. **World Trade in Manufactured Commodities 1899-1950**. The Manchester School of Economic and Social Studies. 3. 272-304.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทย ประเทศจีน และเวียดนาม  
ปี พ.ศ. 2544-2552

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | ประเทศไทย | ประเทศจีน | ประเทศเวียดนาม |
|------------------|-----------|-----------|----------------|
| 2544             | 42.57     | 0.21      | 12.31          |
| 2545             | 45.66     | 0.81      | 18.71          |
| 2546             | 40.81     | 0.89      | 33.35          |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 43.01     | 0.64      | 21.46          |
| 2547             | 53.71     | 1.13      | 8.60           |
| 2548             | 53.67     | 1.35      | 17.33          |
| 2549             | 56.20     | 2.16      | 36.79          |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 54.52     | 1.55      | 20.91          |
| 2550             | 75.71     | 2.72      | 35.02          |
| 2551             | 79.32     | 2.77      | 42.57          |
| 2552             | 106.35    | 0.86      | 47.33          |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 87.13     | 2.12      | 41.64          |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการส่งออกในทุกสินค้าของประเทศไทย ประเทศจีน และเวียดนาม  
ปี พ.ศ. 2544-2552

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

| ปี               | ประเทศไทย  | ประเทศจีน    | ประเทศเวียดนาม |
|------------------|------------|--------------|----------------|
| 2544             | 64,908.67  | 266,403.10   | 13,608.13      |
| 2545             | 68,593.50  | 325,642.07   | 15,661.19      |
| 2546             | 80,252.56  | 438,472.56   | 20,678.06      |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 71,251.58  | 343,505.91   | 16,649.13      |
| 2547             | 97,098.10  | 593,647.17   | 26,264.35      |
| 2548             | 109,848.39 | 762,326.76   | 31,781.33      |
| 2549             | 130,621.05 | 969,323.62   | 39,127.94      |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 112,522.51 | 775,099.18   | 32,391.21      |
| 2550             | 163,118.86 | 1,218,155.48 | 48,087.25      |
| 2551             | 177,846.08 | 1,428,869.19 | 61,137.78      |
| 2552             | 151,793.26 | 1,202,047.37 | 55,877.63      |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 164,252.73 | 1,283,024.01 | 55,034.22      |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกลำไยของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | มูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก |
|------------------|----------------------------------|
| 2544             | 92.59                            |
| 2545             | 100.74                           |
| 2546             | 92.44                            |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 95.26                            |
| 2547             | 113.55                           |
| 2548             | 111.05                           |
| 2549             | 134.41                           |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 119.67                           |
| 2550             | 158.35                           |
| 2551             | 190.56                           |
| 2552             | 240.91                           |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 196.60                           |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 มูลค่าการส่งออกทุกในสินค้าของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก |
|------------------|------------------------------|
| 2544             | 5,666,074.12                 |
| 2545             | 5,980,180.07                 |
| 2546             | 6,964,836.60                 |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 6,203,696.93                 |
| 2547             | 8,440,294.823                |
| 2548             | 9,465,440.309                |
| 2549             | 10,868,001.572               |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 9,591,245.57                 |
| 2550             | 12,576,472.364               |
| 2551             | 14,264,651.809               |
| 2552             | 11,191,367.580               |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 12,677,497.25                |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

การคำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม

เมื่อพิจารณาข้อมูลในตารางภาคผนวกที่ 1 ถึง 4 สามารถนำมาคำนวณหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยอาศัยสมการ RCA ทำการเปรียบเทียบในแต่ละช่วงเวลา ทั้งของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_j) / (X_{iw} / X_w)$$

โดยที่  $RCA_{ij}$  = คำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออกของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|          |  |
|----------|--|
| $X_{ij}$ | = มูลค่าการส่งออกค่าไย ของประเทศไทย        |
| $X_j$    | = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย |
| $X_{iw}$ | = มูลค่าการส่งออกค่าไยของโลก               |
| $X_w$    | = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก       |

ตารางผนวกที่ 5 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของค่าไย  
ของประเทศไทย

| ปี               | $X_{ij}$ | $X_j$      | $X_{ij} / X_j$ | $X_{iw}$ | $X_w$         | $X_{iw} / X_w$ | $RCA_{ij}$ |
|------------------|----------|------------|----------------|----------|---------------|----------------|------------|
| 2544             | 42.57    | 64,908.67  | 0.000656       | 92.59    | 5,666,074.12  | 0.000016       | 40.13      |
| 2545             | 45.66    | 68,593.50  | 0.000666       | 100.74   | 5,980,180.07  | 0.000017       | 39.52      |
| 2546             | 40.81    | 80,252.56  | 0.000509       | 92.44    | 6,964,836.60  | 0.000013       | 38.31      |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 43.01    | 71,251.58  | 0.000610       | 95.26    | 6,203,696.93  | 0.000015       | 39.32      |
| 2547             | 53.71    | 97,098.10  | 0.000553       | 113.55   | 8,440,294.82  | 0.000013       | 41.12      |
| 2548             | 53.67    | 109,848.39 | 0.000489       | 111.05   | 9,465,440.31  | 0.000012       | 41.64      |
| 2549             | 56.20    | 130,621.05 | 0.000430       | 134.41   | 10,868,001.57 | 0.000012       | 34.79      |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 54.53    | 112,522.51 | 0.000491       | 119.67   | 9,591,245.57  | 0.000013       | 39.18      |
| 2550             | 75.71    | 163,118.86 | 0.000464       | 158.35   | 12,576,472.36 | 0.000013       | 36.86      |
| 2551             | 79.32    | 177,846.08 | 0.000446       | 190.56   | 14,264,651.81 | 0.000013       | 33.39      |
| 2552             | 106.35   | 151,793.26 | 0.000701       | 240.91   | 11,191,367.58 | 0.000022       | 32.55      |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 87.13    | 164,252.73 | 0.000537       | 196.61   | 12,677,497.25 | 0.000016       | 34.27      |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไย  
ประเทศจีน

| ปี               | $X_{ij}$ | $X_j$        | $X_{ij} / X_j$ | $X_{iw}$ | $X_w$         | $X_{iw} / X_w$ | $RCA_{ij}$ |
|------------------|----------|--------------|----------------|----------|---------------|----------------|------------|
| 2544             | 0.21     | 266,403.10   | 0.000001       | 92.59    | 5,666,074.12  | 0.000016       | 0.05       |
| 2545             | 0.81     | 325,642.07   | 0.000002       | 100.74   | 5,980,180.07  | 0.000017       | 0.15       |
| 2546             | 0.89     | 438,472.56   | 0.000002       | 92.44    | 6,964,836.60  | 0.000013       | 0.15       |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 0.64     | 343,505.91   | 0.000002       | 95.26    | 6,203,696.93  | 0.000015       | 0.12       |
| 2547             | 1.13     | 593,647.17   | 0.000002       | 113.55   | 8,440,294.82  | 0.000013       | 0.14       |
| 2548             | 1.35     | 762,326.76   | 0.000002       | 111.05   | 9,465,440.31  | 0.000012       | 0.15       |
| 2549             | 2.16     | 969,323.62   | 0.000002       | 134.41   | 10,868,001.57 | 0.000012       | 0.18       |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 1.55     | 775,099.18   | 0.000002       | 119.67   | 9,591,245.57  | 0.000013       | 0.16       |
| 2550             | 2.718    | 1,218,155.48 | 0.000002       | 158.35   | 12,576,472.36 | 0.000013       | 0.18       |
| 2551             | 2.770    | 1,428,869.19 | 0.000002       | 190.56   | 14,264,651.81 | 0.000013       | 0.15       |
| 2552             | 0.857    | 1,202,047.37 | 0.000001       | 240.91   | 11,191,367.58 | 0.000022       | 0.03       |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 2.12     | 1,283,024.01 | 0.000002       | 196.61   | 12,677,497.25 | 0.000016       | 0.12       |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 7 การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยของ  
ประเทศเวียดนาม

| ปี               | $X_{ij}$ | $X_j$     | $X_{ij} / X_j$ | $X_{iw}$ | $X_w$         | $X_{iw} / X_w$ | RCA <sub>ij</sub> |
|------------------|----------|-----------|----------------|----------|---------------|----------------|-------------------|
| 2544             | 12.310   | 13,608.13 | 0.000905       | 92.59    | 5,666,074.12  | 0.000016       | 55.36             |
| 2545             | 18.714   | 15,661.19 | 0.001195       | 100.74   | 5,980,180.07  | 0.000017       | 70.93             |
| 2546             | 33.354   | 20,678.06 | 0.001613       | 92.44    | 6,964,836.60  | 0.000013       | 121.53            |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 21.46    | 16,649.13 | 0.001238       | 95.26    | 6,203,696.93  | 0.000015       | 82.61             |
| 2547             | 8.60     | 26,264.35 | 0.000327       | 113.55   | 8,440,294.82  | 0.000013       | 24.34             |
| 2548             | 17.33    | 31,781.33 | 0.000545       | 111.05   | 9,465,440.31  | 0.000012       | 46.47             |
| 2549             | 36.79    | 39,127.94 | 0.000940       | 134.41   | 10,868,001.57 | 0.000012       | 76.02             |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 20.91    | 32,391.21 | 0.000604       | 119.67   | 9,591,245.57  | 0.000013       | 48.94             |
| 2550             | 35.02    | 48,087.25 | 0.000728       | 158.35   | 12,576,472.36 | 0.000013       | 57.83             |
| 2551             | 42.57    | 61,137.78 | 0.000696       | 190.56   | 14,264,651.81 | 0.000013       | 52.12             |
| 2552             | 47.33    | 55,877.63 | 0.000847       | 240.91   | 11,191,367.58 | 0.000022       | 39.35             |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 41.64    | 55,034.22 | 0.000757       | 196.61   | 12,577,497.25 | 0.000016       | 49.77             |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2544-2552

$$(\Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X_{ijk})$$

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก |
|------------------|------------------------------|
| 2544             | 5,666,074.12                 |
| 2545             | 5,980,180.07                 |
| 2546             | 6,964,836.60                 |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 6,203,696.93                 |
| 2547             | 8,440,294.82                 |
| 2548             | 9,465,440.31                 |
| 2549             | 10,868,001.57                |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 9,591,245.57                 |
| 2550             | 12,576,472.36                |
| 2551             | 14,264,651.81                |
| 2552             | 11,191,367.58                |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 12,677,497.25                |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

จากข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2544-2552 นำมาคำนวณหาอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก  $(\Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X_{ijk})$  ได้ดังนี้

$$g = G-1 = [\Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X^1_{ijk} / \Sigma_i \Sigma_j \Sigma_k X^0_{ijk}] - 1$$

ก) ช่วงปี 2544-2546 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก

$$= [9,591,245.57 / 6,203,696.93] - 1$$

$$= 0.55$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข) ช่วงปี 2550-2552 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของ การส่งออกรวมของโลก

$$= [12,677,497.25 / 9,591,245.57] - 1$$

$$= 0.32$$

**ตารางผนวกที่ 9** มูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $\sum_i \sum_j X_{ijk}$ )

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | มูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก |
|------------------|----------------------------------|
| 2544             | 92.59                            |
| 2545             | 100.74                           |
| 2546             | 92.44                            |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 95.26                            |
| 2547             | 113.55                           |
| 2548             | 111.05                           |
| 2549             | 134.41                           |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 119.67                           |
| 2550             | 158.35                           |
| 2551             | 190.56                           |
| 2552             | 240.91                           |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 196.61                           |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

จากข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกของลำไยทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2544-2552 นำมาคำนวณหาอัตราการขยายตัวของ การส่งออกของลำไยทั้งหมดของโลก ( $\sum_i \sum_j X_{ijk}$ ) ได้ดังนี้

$$g_k = G_k - 1 = [\sum_i \sum_j X_{ijk}^1 / \sum_i \sum_j X_{ijk}^0] - 1$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก) ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก

$$= [119.67 / 95.26] - 1$$

$$= 0.26$$

ข) ช่วงปี 2550-2552 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยทั้งหมดของโลก

$$= [196.61 / 119.67] - 1$$

$$= 0.64$$

ตารางผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกลำไยของโลกไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ.2544-2552 ( $\Sigma_j X_{ijk}$ )

มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | มูลค่าการส่งออกลำไยของโลกไปฮ่องกง |
|------------------|-----------------------------------|
| 2544             | 48.64                             |
| 2545             | 46.66                             |
| 2546             | 33.72                             |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 43.00                             |
| 2547             | 38.26                             |
| 2548             | 33.22                             |
| 2549             | 41.97                             |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 37.82                             |
| 2550             | 51.89                             |
| 2551             | 61.61                             |
| 2552             | 80.27                             |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 64.59                             |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกลำไยของโลกไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2546 ตารางผนวกที่ 10 แสดงมูลค่าการส่งออกลำไยไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2546 ( $\sum_j X_{ijk}$ ) นำมาหาอัตราการขยายตัวและส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกลำไยของโลกไปยังตลาดในประเทศฮ่องกง โดยเทียบช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} g_{jk} = G_{jk} - 1 &= [\sum_i X^1_{ijk} / \sum_i X^0_{ijk}] - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกของลำไยไป} \end{aligned}$$

ยังตลาดฮ่องกง

$$\begin{aligned} g^*_{jk} = 1 - G^*_{jk} &= 1 - (\sum_i X^0_{ijk} / \sum_i X^1_{ijk}) \\ &= \text{เป็นส่วนกลับของอัตราการส่งออกโลกที่อธิบายสำหรับ} \end{aligned}$$

ลำไยในตลาดฮ่องกง

ก) ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกไปยังประเทศฮ่องกง

$$= [37.82 / 43.00] - 1$$

$$= -0.12$$

ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยรวมของโลกไปยังประเทศฮ่องกง

$$= 1 - [43.00 / 37.82]$$

$$= -0.14$$

ข) ช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549

อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยของโลกไปยังประเทศฮ่องกง

$$= [64.59 / 37.82] - 1$$

$$= 0.71$$

ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยรวมของโลกไปยังประเทศฮ่องกง

$$= 1 - [37.82 / 64.59]$$

$$= 0.41$$

ตารางผนวกที่ 11 มูลค่าการส่งออกค่าไปไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2544-2552 ( $X_{ijk}$ )

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| ปี               | ประเทศไทย | ประเทศจีน | ประเทศเวียดนาม |
|------------------|-----------|-----------|----------------|
| 2544             | 25.34     | 0.18      | 0              |
| 2545             | 22.14     | 0.68      | 0.02           |
| 2546             | 12.73     | 0.43      | 0.02           |
| เฉลี่ย 2544-2546 | 20.07     | 0.43      | 0.01           |
| 2547             | 8.08      | 0.14      | 0              |
| 2548             | 8.03      | 0.06      | 0              |
| 2549             | 6.42      | 0.04      | 0              |
| เฉลี่ย 2547-2549 | 7.51      | 0.08      | 0              |
| 2550             | 16.03     | 0.003     | 0              |
| 2551             | 20.33     | 0.002     | 0              |
| 2552             | 26.34     | 0.019     | 0.26           |
| เฉลี่ย 2550-2552 | 20.90     | 0.01      | 0.09           |

ที่มา: Global Trade Atlas, 2010

ข้อมูลตารางผนวกที่ 11 มาคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาดที่ของค่าไปของประเทศไทยใน  
ตลาดโลกในปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 โดยอาศัยสมการดังนี้

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ij}^1 - \sum_j X_{ij}^0 &= [G_k \sum_j X_{ij}^0 - \sum_j X_{ij}^0] \\ &+ [\sum_j (G_{jk} X_{ij}^0) - G_k \sum_j X_{ij}^0] \\ &+ [\sum_j (G_{jk}^* X_{ij}^1) - \sum_j X_{ij}^0] \\ &+ \{[\sum_j X_{ij}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ij}^0)] - [\sum_j (G_{jk}^* X_{ij}^1) - \sum_j X_{ij}^0]\} \end{aligned}$$

กำหนดให้

- X = มูลค่าการส่งออก  
i = ประเทศผู้ส่งออก ได้แก่ ประเทศไทย  
k = ชนิดสินค้า คือ ค่าไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- $j$  = ประเทศผู้นำเข้า ได้แก่ ประเทศฮ่องกง  
 $1$  = ค่าเฉลี่ยของช่วงปีที่พิจารณา  
 $0$  = ปีที่กำหนดให้เป็นฐาน

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศไทย ในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \Delta q_{ijk} &= \sum_j X_{ij}^1 - \sum_j X_{ij}^0 \\
 (1) &= [(0.26 \times 20.07) - 20.07] \\
 (2) &+ [(-0.12 \times 20.07) - (0.26 \times 20.07)] \\
 (3) &+ [(-0.14 \times 7.51) - 20.07] \\
 (4) &+ [\{7.51 - (-0.12 \times 20.07)\} - \{(-0.14 \times 7.51) - 20.07\}] \\
 &= (-14.85) + (-7.63) + (-21.12) + 31.04 \\
 &= -12.56
 \end{aligned}$$

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศไทยในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \Delta q_{ijk} &= \sum_j X_{ij}^1 - \sum_j X_{ij}^0 \\
 (1) &= [(0.64 \times 7.51) - 7.51] \\
 (2) &+ [(0.71 \times 7.51) - (0.64 \times 7.51)] \\
 (3) &+ [(0.41 \times 20.90) - 7.51] \\
 (4) &+ [\{20.90 - (0.71 \times 7.51)\} - \{(0.41 \times 20.90) - 7.51\}] \\
 &= (-2.70) + 0.52 + 1.06 + 14.51 \\
 &= 13.39
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศจีนในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2544-2546  
เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 ดังนี้

$$\begin{aligned}\Delta q_{ijk} &= \Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij} \\ (1) &= [(0.26 \times 0.43) - 0.43] \\ (2) &+ [(-0.12 \times 0.43) - (0.26 \times 0.43)] \\ (3) &+ [(-0.14 \times 0.08) - 0.43] \\ (4) &+ [\{0.08 - (-0.12 \times 0.43)\} - \{(-0.14 \times 0.08) - 0.43\}] \\ &= (-0.32) + (-0.16) + (-0.44) + 0.57 \\ &= -0.35\end{aligned}$$

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศจีนในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2547-2549  
เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 ดังนี้

$$\begin{aligned}\Delta q_{ijk} &= \Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij} \\ (1) &= [(0.64 \times 0.08) - 0.08] \\ (2) &+ [(0.71 \times 0.08) - (0.64 \times 0.08)] \\ (3) &+ [(0.41 \times 0.01) - 0.08] \\ (4) &+ [\{0.01 - (0.71 \times 0.08)\} - \{(0.41 \times 0.01) - 0.08\}] \\ &= (-0.0288) + 0.0056 + (-0.0759) + 0.0291 \\ &= -0.070\end{aligned}$$

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศเวียดนามในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2544-  
2546 เทียบกับปี พ.ศ. 2547-2549 ดังนี้

$$\begin{aligned}\Delta q_{ijk} &= \Sigma_j X^1_{ij} - \Sigma_j X^0_{ij} \\ (1) &= [(0.26 \times 0.01) - 0.01] \\ (2) &+ [(-0.12 \times 0.01) - (0.26 \times 0.01)] \\ (3) &+ [(-0.14 \times 0) - 0.01] \\ (4) &+ [\{0 - (-0.12 \times 0.01)\} - \{(-0.14 \times 0) - 0.01\}]\end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$= (-0.0074) + (-0.0038) + (-0.01) + 0.0112$$

$$= -0.01$$

หาส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของลำไยของประเทศเวียดนามในตลาดฮ่องกงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 ดังนี้

$$\Delta q_{ijk} = \sum_j X^1_{ij} - \sum_j X^0_{ij}$$

$$(1) = [(0.64 \times 0) - 0]$$

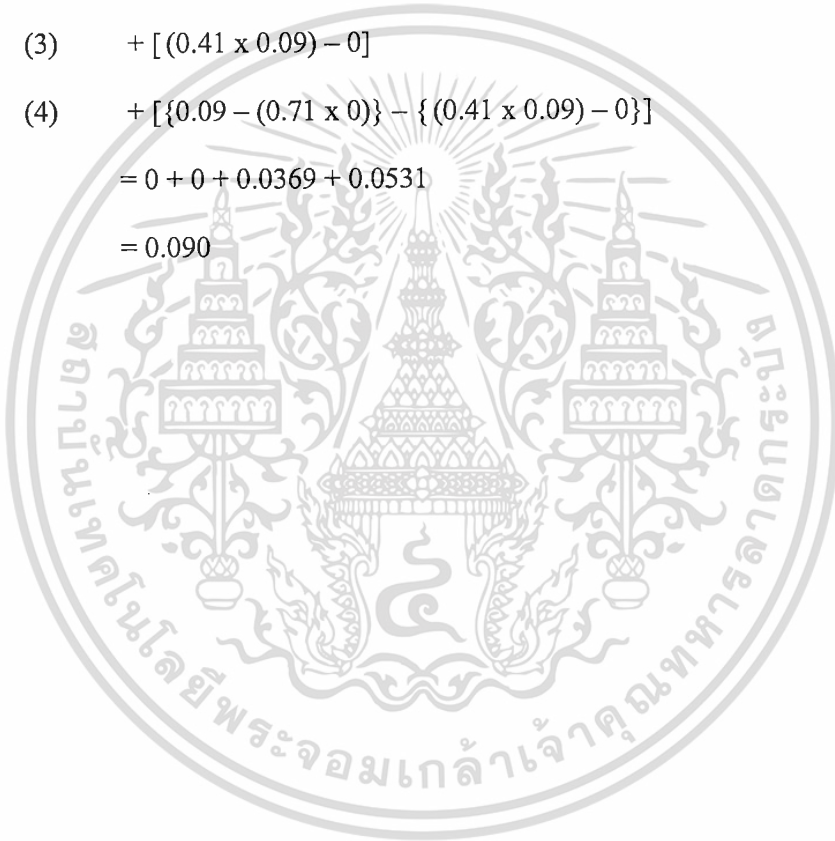
$$(2) + [(0.71 \times 0) - (0.64 \times 0)]$$

$$(3) + [(0.41 \times 0.09) - 0]$$

$$(4) + [\{0.09 - (0.71 \times 0)\} - \{(0.41 \times 0.09) - 0\}]$$

$$= 0 + 0 + 0.0369 + 0.0531$$

$$= 0.090$$



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวปณิชา ศิลปรัศมี  
 วัน เดือน ปีเกิด 18 เมษายน 2525 ที่นครศรีธรรมราช  
 ที่อยู่ 48/68 ซอยนวลจันทร์ 31 ถ นวลจันทร์  
 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230 โทร. 0-2949-9787  
 ประวัติการศึกษา 2548 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมเกษตร  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 ประสบการณ์การทำงาน  
 พ.ศ. 2548-2550 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประกันคุณภาพบริษัทกรุงเทพ โปรดิวซ์ จำกัด  
 (มหาชน)  
 ปัจจุบัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานฝ่ายขายต่างประเทศ  
 บริษัทไทยยูรีเทนพลาสติก จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้