

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งตลาดของลำไยในตลาดฮ่องกง
นักศึกษา	นางสาวปณิชา ศิลปรัมย์
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 รองลงมาคือผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550-2552 พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยในตลาดฮ่องกงของประเทศไทยมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออก เนื่องมาจากผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกกีดกันทางซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกมากที่สุดรองลงมาคือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด

สำหรับผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ของมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 ที่ลดลง เนื่องมาจากผลจากการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของตลาดโลกและผลจากการกระจายตลาด มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกงที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ที่เปลี่ยนแปลงนั้น เป็นผลเนื่องมาจากผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือกีดกันทาง

สำหรับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ของไทยในตลาดฮ่องกงสามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกลำไยของไทย ที่มีผลมาจากผลจากการแข่งขัน แสดงว่าประเทศไทยต้องควบคุมคุณภาพสินค้าของลำไยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และควรมีการพัฒนาการปลูกผลไม้ นอกฤดูการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดภาวะพึ่งพาปัจจัยด้านภูมิอากาศ

ตามธรรมชาติซึ่งมีความไม่แน่นอนและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตลำไยของไทยเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการรักษาตลาดผู้บริโภคและการพยายามลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าด้านต้นทุน

ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวของการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางและผลที่มาจากการกระจายตลาด จะส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยควรหันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดส่งออก และต้องปรับปรุงด้านการตลาด การขนส่ง รวมถึงสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานราชการและเอกชน

Title	An Analysis of Revealed Comparative Advantage and Market Share of Longan in Hong Kong Market
Student	Miss Panicha Sinlaparassamee
Student ID.	52641319
Degree	Master of Business Administration
Program	Agribusiness and Food Industry Management
Year	2011
Independent Study Advisor	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.