

ชื่อเรื่อง

การศึกษาศักยภาพในการส่งออกลำไยสดของประเทศไทย

Title

A Study of Thai Export Potential of Fresh Longan

ชื่อผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำพรพรณ์ เหลืองสัมฤทธิ์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-MAIL: am_lue@hotmail.com

นางสาวกุลชยา พิทักษ์วรพันธ์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-MAIL: kam_kulchaya@hotmail.com

บทคัดย่อ

เนื่องจากลำไยเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก และนับได้ว่าประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกลำไยรายใหญ่ของโลก แต่การส่งออกมักประสบปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดจากประเทศผู้นำเข้าอีกทั้งในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมักอยู่ในรูปของการค้าเสรีมากขึ้น ทำให้สภาพการแข่งขันด้านการส่งออกผลไม้สูงขึ้นตามไปด้วย

การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาถึงศักยภาพในการส่งออกลำไยสดของไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งคือเวียดนาม ไปยังประเทศจีนและตลาดฮ่องกง และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2542-2551 โดยแบ่งช่วงเวลาในการศึกษาออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ปี 2542-2544 , 2545-2547 และปี 2548-2551

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดประเทศจีนพบว่า ประเทศไทยและเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา หมายความว่า ทั้งประเทศไทยและเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดประเทศจีน สำหรับค่า RCA ของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดฮ่องกงพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา หมายความว่า ประเทศไทย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง ส่วนเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี 2542-2544 แต่ในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง ในช่วงปี 2542-2544 ส่วนในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) พบว่ามูลค่าการส่งออกลำไยของไทยที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเป็นผลสำคัญมาจากการขยายตัวของตลาดโลก จากการกระจายตลาด จากการแข่งขันและการปรับการส่งออกหรือผลิตทิศทาง

โดยสรุปในภาพรวมประเทศไทยยังมีศักยภาพสูงในการส่งออกลำไย แต่การขยายตัวของส่งออกไม่ได้มาจากความสามารถในการแข่งขันแต่อาศัยปัจจัยอื่น ๆ รวมทั้งมีการขยายการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว ดังนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมเพื่อให้การส่งออกลำไยของไทยมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ ส่วนแบ่งตลาดคงที่

Abstract

Longan is one of the important fresh fruits for the Thai economy since Thailand is a major exporter of longan and it generates large sum of export income. Currently, Thai export is confronting with restrictive import regulation and elevated competition as a result of free trade environment.

The objectives of the study are (1) to investigate capability of Thai longan export to China and Hong Kong by using Revealed Comparative Advantage (RCA) index, as compare to Vietnam, and (2) to analyze the change in the value of Thai longan export using Constant Market Share Model (CMS). The study categorizes annual data into 3 groups for comparison; namely, data from 1999-2001, data from 2002-2004, and data from 2005-2008.

The result indicates that RCA index for longan export of Thailand and Vietnam to China market are greater than one in all periods. It suggests that both Thailand and Vietnam have comparative advantage in longan export to China market. RCA index for longan export of Thailand to Hong Kong market is greater than one in all periods, which implies that Thailand has comparative advantage in longan export to Hong Kong market. While RCA index for longan export of Vietnam to Hong Kong market is greater than one during 1999-2001, but less than one during 2002-2004 and 2005-2008. This connotes that Vietnam has comparative advantage in longan export to Hong Kong market only during 1999-2001.

The result from CMS model shows that the change in value of Thai longan export is due mainly to world growth effect, market distribution effect, pure competitiveness effect, and interaction effect.

Although, Thailand has great potential in longan export, but the export growth is not the result of Thailand's competitiveness. Instead, it is the result of the influences of other factors, including Thai longan export expansion to the shrinking market. Thus, government should prepare and implement longan export promotion policies in order to elevate longan export capability of Thailand.

Keywords : Revealed Comparative Advantage: RCA, Constant Market Share : CMS

บทนำ

การค้าระหว่างประเทศนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญเพิ่มขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Open Economy) มีรายได้จากการส่งออกเป็นจำนวนมาก จากสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2551 การส่งออกของไทยมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ ร้อยละ 15.5 (ตารางที่ 1) สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ สินค้าอุตสาหกรรมรองลงมาเป็นสินค้าเกษตรกรรมซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี (ตารางที่ 2) สำหรับภาคการเกษตรถือได้ว่าเป็นภาคการผลิตพื้นฐานของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรกรรมหลายประเภท รวมไปถึงความสามารถในการผลิตผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิเช่น ลำไยทุเรียน เงาะ มังคุด ลิ้นจี่ และ ฝรั่ง ซึ่งปัจจุบันผลไม้ นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญประเภทหนึ่งของไทยที่สามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท เนื่องจากความต้องการบริโภคผลไม้ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสาเหตุหลักเนื่องมาจาก จำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและความสนใจในสุขภาพก็มีมากขึ้นด้วยการส่งออกผลไม้จะอยู่ในรูปผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไป โดยในปี 2548 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 20.71 ลดลงเหลือร้อยละ 7.29 ในปี 2549 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21.39 ในปี 2550 และ ในปี 2551 ลดลงเหลือร้อยละ 8.23 (ตารางที่ 3)

ลำไย ถือได้ว่าเป็นผลไม้ที่สำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่สามารถทำรายได้ให้แก่เกษตรกรเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสามารถเจริญเติบโตได้ดีในประเทศไทย โดยพื้นที่ปลูกลำไยส่วนใหญ่อยู่ภาคเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน สำหรับการส่งออกลำไยของไทยในช่วงปี 2548 – 2551 มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด จากอัตราการขยายตัวร้อยละ-1.27ในปี2548เป็นร้อยละ27.74ในปี2550และลดลงเหลือร้อยละ 11.68ในปี2551 (ตารางที่ 4) ประเทศไทยนับได้ว่าเป็นผู้ส่งออกลำไยรายใหญ่ของโลกโดยตลาดหลักที่ไทยส่งออกได้แก่ ประเทศจีน ฮองกงและอินโดนีเซีย (ตารางที่ 5) สำหรับผลผลิตลำไยสดของไทยแทบจะไม่มีปัญหาด้านคู่แข่ง เนื่องจากประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ยังไม่สามารถแข่งขันกับไทยได้ทั้งในด้านปริมาณ ราคา รวมทั้งคุณภาพและรสชาติ อย่างไรก็ตามปัจจุบันประเทศเวียดนามเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้เร่งขยายพื้นที่การเพาะปลูกลำไยและได้มีการพัฒนาสายพันธุ์มาโดยตลอด เพราะเห็นความสำคัญว่าลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถส่งออกทำเงินตราต่างประเทศได้ ซึ่งรัฐบาลของประเทศไทยในปัจจุบันได้มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรในด้านการแปรรูปผลผลิตลำไย เพื่อลดปัญหาลำไยล้นตลาดหรือปัญหาราคาลำไยในประเทศตกต่ำอีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลำไยด้วย ดังนั้น จึงจำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องพยายามรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งเพื่อให้เกษตรกรของไทยมีโอกาสในการแข่งขันในตลาดโลกในอนาคตได้

ปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมักเป็นไปในรูปแบบของการค้าเสรีมากขึ้น ทั้งในลักษณะการรวมกลุ่มทางการค้า หรือการค้าระหว่างประเทศกับประเทศ สำหรับประเทศไทยหลังจากได้มีข้อตกลงทางการค้า โดยการลดภาษีผลไม้ให้เหลือ 0% ทำให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการส่งออกของไทย โดยสิ่งที่เห็นชัดเจนที่สุด คือ การค้ากับทุกประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแก้ไขอุปสรรคต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีผลทำให้การส่งออกลำไยของไทยมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงนับเป็นแนวทางสำคัญในการขยายตลาดผลไม้เศรษฐกิจของไทยในตลาดโลกมากขึ้น จึงสมควรศึกษาถึงศักยภาพในการส่งออกลำไยของไทย เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางส่งเสริมการผลิต หรือแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมไปถึงการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้นในการส่งออกต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 1 สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2548-2551

ปี	หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ			อัตราการขยายตัว : ร้อยละ		
	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า
2548	229,112.9	110,937.7	118,175.2	20.2	15.0	25.7
2549	258,492.8	129,720.4	128,772.3	12.8	16.9	9.0
2550	293,823.0	153,865.0	139,958.9	13.7	18.6	8.7
2551	356,998.5	177,775.2	179,223.3	21.5	15.5	28.1

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าที่สำคัญของประเทศไทย ปี 2548-2551

มูลค่า : ล้านบาท

รายการ	2548	2549	2550	2551
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
รวมทั้งสิ้น	4,438,691.03	4,937,372.24	5,302,119.22	5,851,371.14
1. สินค้าเกษตรกรรม (กลีกรวม, ปศุสัตว์, ประมง)	418,069.86	499,675.26	522,531.78	662,228.94
2. สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร	280,160.72	303,069.70	327,300.13	385,771.01
3. สินค้าอุตสาหกรรม	3,470,160.67	3,808,883.29	4,154,482.73	4,405,983.91
4. สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	206,894.26	262,553.60	258,268.32	397,376.12
5. อื่น ๆ (ธุรกรรมพิเศษ เช่น ของที่ออกไปกับตน)	63,405.52	63,190.39	39,536.26	11.15

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้งต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมดของไทย ปี 2548-2551

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ปี	มูลค่าการส่งออกรวม	อัตราการขยายตัว (%)	มูลค่าการส่งออก ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง	อัตราการขยายตัว (%)	สัดส่วน
2548	110,937.66	14.96	294.77	20.71	0.27
2549	129,720.43	16.93	316.27	7.29	0.24
2550	153,864.96	18.61	383.91	21.39	0.25
2551	177,775.20	15.54	415.52	8.23	0.23

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกลำไยต่อมูลค่าการส่งออกผลไม้สดทั้งหมดของไทย ปี 2548-2551

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ปี	มูลค่าการส่งออกรวม	อัตราการขยายตัว (%)	มูลค่าการส่งออกลำไย	อัตราการขยายตัว (%)	สัดส่วน
2548	180.50	19.95	53.29	-1.27	29.52
2549	207.74	15.09	55.17	3.52	26.56
2550	239.98	15.52	70.47	27.74	29.36
2551	277.52	15.65	78.70	11.68	28.36

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทย ปี 2548 – 2551

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท				อัตรายายตัว (%)			
	2548	2549	2550	2551	2548	2549	2550	2551
จีน	1,026.62	913.36	850.93	861.39	27.70	-11.03	-6.83	1.23
ฮ่องกง	316.41	242.51	518.01	669.13	-1.62	-23.36	113.61	29.17
อินโดนีเซีย	568.64	717.89	737.14	647.92	-19.67	26.25	2.68	-12.10
สหรัฐอเมริกา	4.48	0.99	8.82	99.33	7.15	-77.92	793.06	1,025.66
แคนาดา	63.11	43.69	48.35	62.32	-10.21	-30.77	10.67	28.87
สิงคโปร์	37.94	42.62	42.66	57.58	-10.74	12.34	0.09	34.96
ฟิลิปปินส์	18.81	23.60	34.08	44.06	-9.52	25.46	44.40	29.30
เนเธอร์แลนด์	18.85	22.39	26.36	35.40	-82.65	18.76	17.76	34.30
ลาว	0.11	3.81	9.03	22.44	-90.82	3,434.79	137.07	148.36
ออสเตรเลีย	9.63	9.30	12.24	19.08	-0.42	-3.45	31.68	55.88
รวม 10 รายการ	2,064.6	2,020.2	2,287.6	2,518.7	-1.25	-2.15	13.24	10.10
รวมอื่นๆ	69.8	79.5	141.4	94.6	-5.14	13.95	77.86	-33.09
รวมทุกประเทศ	2,134.37	2,099.65	2,429.03	2,613.26	-1.38	-1.63	15.69	7.58

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปในด้านการผลิต การตลาด และการส่งออกลำไยสดของไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในการส่งออกลำไยสด
3. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของลำไยสดของไทย ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาการส่งออกลำไยสดนั้น จะใช้ข้อมูลที่มีเลขรหัสสินค้าตามระบบการแบ่งรหัสสินค้าแบบ Harmonized Commodity Description and Coding System: HS โดยพิกัดศุลกากรที่ใช้คือ H.S.2002 : 0810900102 และ H.S.2007 : 0810901000 โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลของกรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และ Global Trade Atlas

โดยการศึกษาในครั้งนี้จะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาวะการผลิต การตลาดและการส่งออกลำไยของไทย โดยการรวบรวมข้อมูลทางด้านสถิติจากหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งเอกสาร วารสารการวิจัยต่างๆ จากหน่วยงานของภาครัฐ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจ การเกษตร กรมส่งเสริมการส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือเวียดนาม เพื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกลำไยของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกลำไยของเวียดนามไปยังตลาดจีนและฮ่องกง โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2542-2551 และแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี 2542-2544 ช่วงปี 2545-2547 และช่วงปี 2548-2551

2.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของการส่งออกลำไยสดโดยใช้แบบจำลอง ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปยังประเทศคู่แข่งที่สำคัญว่าเกิดเนื่องจากผลกระทบด้านใดบ้างโดยใช้ข้อมูล รายปี ตั้งแต่ปี 2542-2551 และทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วง คือ ในช่วงปี 2545-2547 เปรียบเทียบกับช่วงปี 2542-2544 และ ในช่วงปี 2548-2551 เปรียบเทียบกับช่วงปี 2545-2547

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ในการศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกลำไยสดของไทยและเวียดนาม ตามไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ ประเทศจีนและ ฮ่องกง ใช้แบบจำลองในการศึกษาวิจัยที่มีการประยุกต์ สูตรเป็นดังต่อไปนี้ (Balassa, 1989: 80)

$$RCA_{ik} = (x_{ik} / x_i) / (x_{wk} / x_w)$$

โดยที่

RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า k ของ ประเทศ i ที่มีต่อประเทศ w

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

k = สินค้าลำไยสด

i = ประเทศผู้ส่งออกคือประเทศไทย และประเทศคู่แข่งคือประเทศเวียดนาม

w = ประเทศผู้นำเข้าคือ ประเทศจีน และ ฮ่องกง

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของลำไยสด

จากการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดประเทศจีนพบว่า ประเทศไทยและเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา (ตารางที่ 6) หมายความว่า ทั้งประเทศไทยและเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดประเทศจีน

ตารางที่ 6 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนาม ใน ปี 2542-2551 ไปยังตลาดประเทศจีนและฮ่องกง

ช่วงปี พ.ศ.	ประเทศไทย		ประเทศเวียดนาม	
	ประเทศจีน	ฮ่องกง	ประเทศจีน	ฮ่องกง
2542-2544	20.31	34.07	92.22	20.98
2545-2547	12.98	26.77	105.63	0.29
2548-2551	25.28	20.45	183.56	0.44

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดจากประเทศไทยไปยังตลาดประเทศจีน ช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2551

ค่า RCA ของประเทศไทย มีค่ามากกว่า 1 ในทุกช่วงเวลาที่ยกมา แสดงว่าประเทศไทย มีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสด และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ทั้ง 3 ช่วงเวลาพบว่ามีค่าเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไป โดยในช่วง ปี 2542-2544 มีค่าเท่ากับ 20.31 และลดลงเป็น 12.98 ในช่วงปี 2545-2547 หลังจากนั้นก็มีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 25.28 ในช่วงปี 2548-2551

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดจากประเทศเวียดนามไปยังตลาดประเทศจีน ช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2551

ค่า RCA ของประเทศเวียดนาม มีค่ามากกว่า 1 ในทุกช่วงเวลาที่ยกมา แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสด และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ทั้ง 3 ช่วงเวลาพบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในช่วงปี 2542-2544 มีค่าเท่ากับ 92.22 และเพิ่มขึ้นเป็น 105.63 ในช่วงปี 2545-2547 และในช่วงปี 2548-2551 เพิ่มขึ้นเป็น 183.56

จากการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดฮ่องกงพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา หมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง ส่วนเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี 2542-2544 ส่วนในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง ในช่วงปี 2542-2544 ส่วนในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดจากประเทศไทยไปยังตลาดฮ่องกง ช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2551

ค่า RCA ของประเทศไทย มีค่ามากกว่า 1 ในทุกช่วงเวลาที่ยกมาพิจารณา แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดและเมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ทั้ง 3 ช่วงเวลาพบว่ามีแนวโน้มลดลง โดยในช่วงปี 2542-2544 มีค่าเท่ากับ 34.07 และลดลงเป็น 26.77 ในช่วงปี 2545-2547 และเท่ากับ 20.45 ในช่วงปี 2548-2551

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของลำไยสดจากประเทศเวียดนามไปยังตลาดฮ่องกง ช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2551

ค่า RCA ของประเทศเวียดนาม มีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี 2542-2544 คือมีค่าเท่ากับ 20.98 แต่ในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 มีค่าน้อยกว่า 1 โดยมีค่าเท่ากับ 0.29 และ 0.44 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดในช่วงปี 2542-2544 ส่วนในช่วงปี 2545-2547 และ ในช่วงปี 2548-2551 ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดฮ่องกง

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของ การส่งออกลำไยสดโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าว่าเป็นผลเนื่องจาก 1) การขยายตัวของเศรษฐกิจของทุกประเทศของตลาดโลก และ/หรือ 2) เป็นผลของการกระจายตัวของตลาด และ/หรือ 3) เป็นผลเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศส่งออกเอง และ/หรือ 4) เป็นผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

ในการวิเคราะห์แบบจำลองที่ใช้มีรูปแบบดังนี้

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

โดยกำหนดให้

- X = มูลค่าการส่งออกลำไย
- i = ประเทศผู้ส่งออกคือประเทศไทย
- j = ประเทศผู้นำเข้าคือ ประเทศจีน ฮ่องกงและตลาดอื่นๆ
- k = สินค้าที่ทำการศึกษา คือลำไยสด
- 0 = ช่วงปีฐาน (ช่วงปีพ.ศ.2542-2544, ช่วงปี 2545-2547)
- 1 = ช่วงปีสุดท้าย (ช่วงปี 2545-2547, ช่วงปี2548-2551)
- G_k = สัดส่วนการขยายตัวของ การส่งออกของโลกในสินค้าลำไยสด
- G_{jk} = สัดส่วนการขยายตัวการส่งออกของโลกในสินค้าลำไยสด ในตลาดประเทศจีนและฮ่องกง และตลาดอื่นๆ
- G_{jk}^* = ส่วนกลับของสัดส่วนการขยายตัวการส่งออกของโลกในสินค้าลำไยสดในตลาดประเทศจีนและฮ่องกง และตลาดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสด ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS)

โดยทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วง คือ ในช่วงปี.ศ. 2545-2547 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ.2542-2544 และในช่วงปีพ.ศ.2548-2551 เปรียบเทียบกับปีพ.ศ. 2545-2547 ผลปรากฏดังต่อไปนี้

การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสด ปี 2545-2547 เทียบกับปี 2542-2544

$$\begin{aligned} \sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} &= [(1.67 \times 74.37) - 74.37] \\ &+ [((1.05 \times 21.07) + (4.54 \times 2.98) + (0.89 \times 84.09)) - (1.01 \times 108.14)] \\ &+ [((0.95 \times 14.29) + (0.22 \times 9.35) + (1.12 \times 50.73)) - 108.14] \\ &+ \{74.37 - ((1.05 \times 21.07) + (4.54 \times 2.98) + (0.89 \times 84.09))\} - \\ &\{((0.95 \times 14.29) + (0.22 \times 9.35) + (1.12 \times 50.73)) - 108.14\} \\ &= 1.08 + 1.27 - 35.69 - 0.43 \\ &= -33.77 \text{ ล้านบาทหรือเหรียญสหรัฐ} \end{aligned}$$

ตารางที่ 7 อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไย อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยสดในตลาด จีน ฮองกง และ ตลาดอื่นๆ ในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 เปรียบเทียบกับช่วงปีพ.ศ.2542-2544

อัตราการขยายตัว	ร้อยละ
การส่งออกรวมของโลก ($g = G - 1$) , $G = 1.27^*$	27
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยสด ($g_k = G_k - 1$) , $G_k = 1.01^*$	1
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดจีน ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j = \text{จีน}$, $G_{jk} = 4.54$ $G^*_{jk} = 0.22$	354
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดฮ่องกง ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j = \text{ฮ่องกง}$, $G_{jk} = 1.05$ $G^*_{jk} = 0.95$	5
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดอื่นๆ ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j = \text{ตลาดอื่นๆ}$, $G_{jk} = 0.89$ $G^*_{jk} = 1.12$	89

ที่มา:จากการคำนวณ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดในช่วงปี 2545-2547 เปรียบเทียบกับปี 2542-2544

พบว่า การส่งออกรวมของตลาดโลก มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 27 โดยที่การส่งออกลำไยของโลก มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 1 ส่วนการส่งออกรวมของลำไยสดในตลาด จีน ฮองกง และ ตลาดอื่น ๆ อัตราการขยายตัวร้อยละ 354, 5 และ 89 ตามลำดับ ในช่วงปี 2545-2547 เปรียบเทียบกับปี 2542-2544 การส่งออกลำไยของไทยมีมูลค่าลดลง 33.77 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของตลาดโลก (World Growth Effect) จะมีผลทำให้ การขยายการส่งออกลำไยสดของไทยในตลาดโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 1.08 ล้านเหรียญสหรัฐ
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution or Directional Effect) จะมีผลทำให้ การขยายการส่งออกลำไยสดของไทยในตลาดโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 1.27 ล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของประเทศคู่ค้าหลักของไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น
3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Share or Competitiveness Effect) เป็นปัจจัยที่ทำให้ มูลค่าการส่งออกลำไยของไทยลดลงเท่ากับ 35.69 ล้านเหรียญสหรัฐ แสดงว่าความสามารถในการส่งออก ลำไยของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นลดลง
4. ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) ซึ่งมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 0.43 ล้าน เหรียญสหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยมีการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดที่มีหัตถ์และลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสด ปี 2548-2551 เทียบกับปี 2545-2547

$$\begin{aligned}
 \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= [(1.67 \times 74.37) - 74.37] \\
 &+ [((1.19 \times 14.29) + (1.70 \times 9.35) + (1.73 \times 50.73)) - (1.67 \times 74.37)] \\
 &+ [((0.84 \times 12.35) + (0.59 \times 25.02) + (0.58 \times 70.08)) - 74.37] \\
 &+ \{ 107.45 - ((1.19 \times 14.29) + (1.70 \times 9.35) + (1.73 \times 50.73)) \} - \\
 &\quad \{ ((0.84 \times 12.35) + (0.59 \times 25.02) + (0.58 \times 70.08)) - 74.37 \} \\
 &= 49.83 - 3.53 - 8.59 - 4.63 \\
 &= 33.08 \text{ ล้านเหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 8 อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไย อัตราการขยายตัวของการส่งออกลำไยสดในตลาด จีน ฮองกง และ ตลาดอื่นๆ ในช่วงปี พ.ศ.2548-2551 เปรียบเทียบกับช่วงปีพ.ศ.2545-2547

อัตราการขยายตัว	ร้อยละ
การส่งออกรวมของตลาดโลก ($g = G - 1$) , $G = 1.65^*$	65
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยสด ($g_k = G_k - 1$) , $G_k = 1.67^*$	67
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดจีน ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j =$ จีน , $G_{jk} = 1.70$ $G_{jk}^* = 0.59$	70
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดฮ่องกง ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j =$ ฮ่องกง , $G_{jk} = 1.19$ $G_{jk}^* = 0.84$	19
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าลำไยไปยังตลาดอื่นๆ ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) $j =$ ตลาดอื่นๆ , $G_{jk} = 1.73$ $G_{jk}^* = 0.58$	73

ที่มา:จากการคำนวณ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดในช่วงปี 2548-2551 เปรียบเทียบกับปี 2545-2547

พบว่า การส่งออกรวมของตลาดโลก มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 65 โดยที่การส่งออกลำไยของโลก มีอัตรา การขยายตัวร้อยละ 67 ส่วนการส่งออกรวมของลำไยสดในตลาด จีน ฮองกง และ ตลาดอื่นๆ อัตราการขยายตัวร้อยละ 70, 19 และ 73 ตามลำดับ ในช่วงปี 2548-2551 เปรียบเทียบกับปี 2545-2547 การส่งออกลำไยของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 33.08 ล้านเหรียญสหรัฐซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของตลาดโลก (World Growth Effect) จะมีผลทำให้การขยายการส่งออกลำไยสดของไทยในตลาดโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 49.83 ล้านเหรียญสหรัฐ
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution or Directional Effect) จะมีผลทำให้การขยายการส่งออกลำไยสดของไทยในตลาดโลกมีมูลค่าลดลง 3.53 ล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากอัตราการขยายตัวของประเทศคู่ค้าหลักของไทยมีอัตราการขยายตัวลดลง
3. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Share or Competitiveness Effect) เป็นปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลำไยของไทยลดลงเท่ากับ 8.59 ล้านเหรียญสหรัฐ แสดงว่าความสามารถในการส่งออกลำไยของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นลดลง
4. ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) ซึ่งมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 4.63 ล้านเหรียญสหรัฐ แสดงว่าประเทศไทยมีการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดที่มีหดตัวและลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

ตารางที่ 9 สรุปการขยายการส่งออกสินค้าลำไยสดของไทยในระหว่างช่วงปีพ.ศ.2545-2547 กับช่วงปีพ.ศ.2542-2544 และช่วงปีพ.ศ.2548-2551กับช่วงปีพ.ศ.2545-2547

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	มูลค่าในปี 2545-2547 เทียบกับปี 2542-2544	มูลค่าในปี 2548-2551 เทียบกับปี 2545-2547
ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก	1.08	49.83
ผลจากการกระจายตลาด	1.27	-3.53
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง	-35.69	-8.59
ผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือ ผิดทิศทาง	-0.43	-4.63
มูลค่าการส่งออกลำไยสดที่เปลี่ยนแปลง	-33.77	33.08

ที่มา:จากการคำนวณ

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี 2542-2544, ช่วงปี 2545-2547 และช่วงปี 2548-2551 โดยการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) และการคำนวณการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) โดยวิเคราะห์ข้อมูลช่วงปีพ.ศ.2545-2547เปรียบเทียบกับช่วงปีพ.ศ.2542-2544 และช่วงปีพ.ศ. 2548-2551 เปรียบเทียบกับช่วงปีพ.ศ.2545-2547 ได้ข้อสรุปดังนี้

1. ในภาพรวมลำไยสดยังคงเป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ซึ่งมีค่า $RCA > 1$ ทั้ง 3 ช่วงเวลา ถึงแม้จะมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏลดลงบ้างก็ตาม แต่ในขณะเดียวกัน ประเทศเวียดนามค่า RCA ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกช่วงเวลาของการศึกษากรณีส่งออกลำไยสดไปยังประเทศจีน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยไม่ควรมองข้ามและพึงระมัดระวังเพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ให้ได้

2. จากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลำไยสดของไทย พบว่าทั้ง 2 ช่วงเวลาที่ทำการเปรียบเทียบ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงให้ค่าที่เป็นลบ แสดงให้เห็นว่า การขยายการส่งออกลำไยไม่ได้มาจากความสามารถในการแข่งขันโดยตรงแต่อาศัยปัจจัยอื่นมากกว่า ดังนั้นประเทศไทยควรจะรีบพัฒนาศักยภาพในด้านการแข่งขัน โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตทั้งในส่วนของการผลิตลำไยและในส่วนของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ สำหรับผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางก็ให้ค่าเป็นลบ แสดงว่ามีการขยายตัวของส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวซึ่งแสดงถึงการดำเนินนโยบายในด้านการตลาดของการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยว่าเป็นไปในทิศทางที่ไม่ถูกต้อง ควรเร่งหาตลาดลำไยใหม่ เพื่อขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะตลาดแถบประเทศยุโรป

3. จากผลการแข่งขันที่แท้จริงให้ค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่าการผลิตลำไยของไทยยังคงได้รับการอุดหนุนอย่างสูงจากภาครัฐ ดังนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมเพื่อให้การส่งออกลำไยของไทยมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1) ภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพัฒนาตลาดรับซื้อลำไยที่สำคัญให้เป็น ศูนย์กลางการซื้อขายในรูปแบบของตลาดกลางซื้อขยลำไย

2) ภาครัฐบาลควรส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคเอกชน มีการแปรรูปลำไยอบแห้งที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ รวมทั้งจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ให้เอกชนกู้ยืม สำหรับการแปรรูปลำไยเพื่อการส่งออก

3) ภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการตลาดที่ ทันสมัย รวมทั้งวิธีการจัดมาตรฐานคุณภาพของลำไยที่เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติ ได้จริงในตลาด และผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพของลำไย

4) ภาครัฐบาลควรส่งเสริมและจัดหาวิธีการขนส่งให้เพียงพอกับความต้องการ เช่น ในช่วงที่มี ผลผลิตลำไยออกสู่ตลาดมาก ควรสนับสนุนเที่ยวบินในการขนส่งลำไยให้มากขึ้น เพื่อจะได้กระจายผลผลิตไป ตลาดต่างประเทศได้เร็วขึ้น อีกทั้ง ควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดส่งออกลำไยของไทย ให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกลยุทธ์ที่นำมาใช้สำหรับการเพิ่มคุณภาพของลำไย และเพิ่มแรงจูงใจแก่ ผู้บริโภคให้หันมาสนใจลำไยของไทยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีได้นำข้อเท็จจริงของปรากฏการณ์ในแต่ละช่วงเวลามาพิจารณาควบคู่กับ ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้การอภิปรายผลการศึกษาอาจไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ดังนั้นใน การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมข้อมูลดังกล่าว และเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นควรวเคราะห์ SWOT ของ อุตสาหกรรมลำไยของไทยด้วย

บรรณานุกรม

ปิยวรรณ สกุลเจริญ. 2539. โอกาสการขยายตลาดส่งออกลำไย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่.

พงศ์ เกตุชนสิทธิ. 2542. การวิเคราะห์โอกาสขยายการส่งออกทุเรียนและลำไยแช่แข็งของประเทศไทยไป

สหรัฐอเมริกา วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชนรรจิต สีหาบุตร. 2547. ศักยภาพในการส่งออกผลไม้ของไทยในตลาดต่างประเทศ สารนิพนธ์

เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วรวิทย์ วงศ์กา. 2548. ผลกระทบของการเปิดเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยและจีนที่มีต่อการส่งออก

ลำไยอบแห้งของประเทศไทย เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2550. 2551. สถิติการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

Balassa, Bela. 1989. Trade Theory and Economic Reform. Macmillan Press, London.

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