

วรวิทย์ จุลนวล : การวิเคราะห์ตลาดส่งออกเครื่องเทศไทยโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏและการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (AN ANALYSIS OF THAI SPICE EXPORT MARKET BY REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE AND CONSTANT MARKET SHARE ANALYSIS)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล คอนขวา, 118 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงสภาพทั่วไปของการผลิตและตลาดส่งออกเครื่องเทศไทย (2) เพื่อเปรียบเทียบสถานภาพการแข่งขันการส่งออกเครื่องเทศระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งอื่นไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร และ (3) เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเทศไทยในตลาดโลก เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีผลผลิตเครื่องเทศโดยเฉลี่ย 207,000 ตันต่อปี โดยกระเทียมเป็นเครื่องเทศไทยที่ผลิตได้มากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59 ของปริมาณเครื่องเทศที่ผลิตได้ทั้งหมด แต่ยังมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.7 ของมูลค่าเครื่องเทศที่ส่งออกทั้งหมด ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน 2 ช่องทางคือ ค้าส่งและค้าปลีก ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2550 มีมูลค่าการส่งออกเครื่องเทศไทย 133.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรกคือ ญี่ปุ่น ปากีสถาน สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะญี่ปุ่นเป็นตลาดที่สำคัญที่สุด ผลการศึกษาถึงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเครื่องเทศของไทยไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร สรุปได้ว่าในประเทศญี่ปุ่นนั้น ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมากที่สุด คือมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 6.94 รองลงมาได้แก่ ประเทศอินเดีย ได้หวัน จีน และเกาหลีใต้ โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 6.26 3.12 2.94 และ 0.67 ตามลำดับ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงแสดงว่า มีความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกเครื่องเทศไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นลดน้อยลง ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกานั้นประเทศตุรกีมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมากที่สุด คือ มีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 54.53 รองลงมาได้แก่ สเปน อินเดีย อิสราเอล ไทย และจีน โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 22.23 11.89 6.80 3.18 และ 1.32 ตามลำดับ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทยมีแนวโน้มคงที่แสดงว่า ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกเครื่องเทศของประเทศไทยคงที่ สำหรับประเทศสหราชอาณาจักรนั้นประเทศอินเดียมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมากที่สุด คือ มีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 25.4 รองลงมา ได้แก่ ไทย จีน สเปน เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 14.2 2.9

1.9 0.9 และ 0.4 ตามลำดับ โดยความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง แสดงว่าความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกเครื่องเทศของประเทศไทยลดน้อยลง

ผลการศึกษการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเทศของประเทศไทยในตลาดโลกพบว่าได้รับผลกระทบจากขนาดของตลาด การแข่งขันในตลาด และการกระจายตัวของตลาด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 103.7 -4.6 และ 0.9 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเทศของประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ที่มาจากปัจจัยขนาดของตลาด เท่ากับร้อยละ 19.9 104.0 และ -305.4 ตามลำดับ และผลกระทบในประเทศทั้งสามดังกล่าวมาจากปัจจัยด้านการแข่งขันในตลาดเท่ากับร้อยละ 80.1 4.0 และ 405.4 ตามลำดับ เช่นกัน

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา อรวิทย์ อคณกุล
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ธอ

WORAWIT JUNNUAL : AN ANALYSIS OF THAI SPICE EXPORT
MARKET BY REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE AND
CONSTANT MARKET SHARE ANALYSIS. THESIS ADVISOR :
ASST. PROF. KWUNKAMOL DONKWA, Ph.D., 118 PP.

REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE / CONSTANT MARKET SHARE /
MARKET DISTRIBUTION / MARKET COMPETITION

The objectives of this research were to study Thai spice's situations of production and export, to analyze the comparison of spice export to Japan, USA, and UK between Thailand and the competitors, and to analyze the factors affecting the value change of Thai spice export. The secondary data sources were analyzed by quantitative method using Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Model (CMS).

The results showed that Thai spice production was in an average of 207,000 tons per year. Garlic was the highest in the production of all Thai spices, around 59%, but ginger had the most export value, about 84.7%. Retails and wholesales were the marketing channels. During 1998-2008, Thai spice export valued 133.2 million US dollars. Japan, Pakistan, UK, Netherlands, and USA were the major markets for the export of Thai spices, with Japan being the most important. The summary of Revealed Comparative Advantage of Thai spice export to Japan, USA and UK when compared to other major export countries showed that: In Japan, Thailand gained the most comparative advantage with the average RCA of 6.94, followed by India (6.26), Taiwan (3.12), China (2.94) and Korea (0.67), respectively. Although Thailand had the most RCA, the trend is now reducing. That means we have lost some competitive

performance. In USA, Turkey had the most comparative advantage with the average RCA of 54.53, followed by Spain (22.23), India (11.89), Israel (6.80), Thailand (3.18) and China (1.32), respectively. In these countries, the competitive performance of Thailand is stable. However, in UK, India obtained the most comparative advantage with the average RCA of 25.4, followed by Thailand (14.2), China (2.9), Spain (1.9), Netherlands (0.9), and Germany (0.4), respectively. Thailand RCA trend was declining, and that reflected the loss of competitive performance.

The change of Thai spice export value in the world market was affected by the market size, market competition, and market distribution: 103.7% -4.6% and 0.9%, respectively. The spice export value to Japan, USA and UK was affected by the market size by 19.9%, 104.0%, and -305.4%; and affected by the market competition by about 80.1%, -4.0%, and 405.4%, respectively.

School of Management Technology

Academic Year 2008

Student's Signature M. Sornrat J.

Advisor's Signature K. Donkwa