รูปแบบการค้าและพฤติกรรมการส่งออกของประเทศไทยในตลาดเอเชียตะวันออก

รุ่งระวี วีระเวสส์ [1]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาถึงรูปแบบทางการค้าของไทยกับประเทศในเอเชียตะวันออก ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น และ เกาหลีใต้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ช่วงระยะเวลา (ช่วงปีเฉลี่ย พ.ศ. 2548-2552 และช่วงปีเฉลี่ย พ.ศ. 2553-2557) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ทำให้ได้ข้อมูลรายการสินค้าที่ไทยมีศักยภาพการส่งออก โดยองค์ความรู้ที่ได้ สามารถนำไปพิจารณากำหนดแนวทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก

คำสำคัญ: รูปแบบการค้า พฤติกรรมการส่งออก ประเทศไทย ตลาดเอเชียตะวันออก

[1]รองศาสตราจารย์ (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ที่อยู่ : 126/1 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนน วิภาวดี-รังสิต ห้วยขวาง ดินแดง กรุงเทพฯ 10400
E-mail: weravess@yahoo.com

Pattern of Trade and Export Performance of Thailand in East Asia Market

Rungravee Weravess[1]

Abstract

This study outlined pattern of trade between Thailand and countries in East Asia Market: China, Japan and South Korea. The annual times series data, collected from world trade atlas, used in this research were those before and after year 2010, the average export value between 2005-2009 and the average export value between 2010-2014. Constant Market Share (CMS) analysis revealed the list of Thailand's potential export products in East Asia markets. This study can be used as a guideline for trade discussion under East Asian community.

Keywords: pattern of trade, export performance, Thailand, East Asia market

[1]Associate Professor (Economics) University of the Thai Chamber of Commerce.
126/1 Faculty of Economics , Vibhavadee-Rangsit Road, DinDaeng, Bangkok 10400,
E-mail: weravess@yahoo.com

บทนำ

"อาเซียน+3" (Asean+3 Summit) เป็นศัพท์ที่ใช้เรียกการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ รวมกับอีก 3 ประเทศนอกอาเซียน ได้แก่ ประเทศจีน (สาธารณรัฐประชาชนจีน) ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ (สาธารณรัฐเกาหลี) ซึ่งทั้งสามประเทศนี้อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก และนับเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้ "อาเซียน+3" ยกระดับความร่วมมือขึ้นในปี พ.ศ. 2540 หลังจากหลายประเทศในเอเชียเผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ โดยผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ได้เข้าร่วมพบปะหารือกับผู้นำของประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน (ASEAN Summit) ที่ประเทศมาเลเซีย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และหาแนวทางรับมือกับภาวะตกต่ำทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น รวมถึงการกระชับความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชียตะวันออก และนับแต่นั้นมาในการประชุมสุดยอดอาเซียนที่จัดขึ้นทุกครั้ง ผู้นำของทั้ง 10 ชาติสมาชิกอาเซียนก็จะเข้าร่วมประชุมกับผู้นำของประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ด้วยโดยใช้ชื่อว่า "การประชุมสุดยอดอาเซียน+3"

กรอบความร่วมมืออาเซียน+3 เริ่มเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้นภายหลังจากการออกแถลงการณ์ร่วมว่าด้วยความร่วมมือเอเชียตะวันออก (Joint Statement on East Asia Cooperation) และการจัดตั้งกลุ่มวิสัยทัศน์เอเชียตะวันออก (East Asian Vision Group: EAVG) ในปี พ.ศ. 2542 ซึ่ง EVAG นี้ประกอบไปด้วยนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิจากประเทศอาเซียน+3 ซึ่งจะร่วมกันระดมความคิดและแสวงหาวิธีการขยายความร่วมมือในด้านต่างๆ ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งต่อมา EVAG ได้เสนอแนวความคิดในการจัดตั้งประชาคมเอเชียตะวันออก (East Asian community) รวมถึงการจัดการประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit) ด้วย และในการประชุมสุดยอดอาเซียน+3 ครั้งที่ 9 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย เมื่อปี พ.ศ. 2548 ผู้นำก็ได้ลงนามในปฏิญญากัวลาลัมเปอร์กำหนดให้การจัดตั้งประชาคมเอเชียตะวันออกเป็นเป้าหมายระยะยาว และให้กรอบความร่วมมืออาเซียน+3 เป็นกลไกหลักในการนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าวด้วย และในปี พ.ศ. 2550 ได้มีการออกแถลงการณ์ร่วมว่าด้วยความร่วมมือเอเชียตะวันออกฉบับที่ 2 และแผนงานความร่วมมืออาเซียน+3 (พ.ศ.2550-2560) ซึ่งระบุถึงแนวทางความร่วมมือในประเด็นต่าง ๆ ภายใต้กรอบอาเซียน+3

ปัจจุบันความร่วมมือในกรอบอาเซียน+3 ครอบคลุมความร่วมมือต่างๆมากกว่า 20 สาขา ภายใต้กรอบการประชุมในระดับต่างๆประมาณ 60 กรอบการประชุม ซึ่งประเทศไทยให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมความเชื่อมโยงในภูมิภาค ตลอดจนผลักดันการดำเนินการตามแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน (Master Plan on ASEAN Connectivity) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียน การรวมตัวกันในภูมิภาค และการลดช่องว่างด้านการพัฒนา โดยที่ประชุมสุดยอดอาเซียน+3 สมัยพิเศษ เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2555 ที่กรุงพนมเปญได้รับรองแถลงการณ์ผู้นำว่าด้วยความเป็นหุ้นส่วนความเชื่อมโยงอาเซียน+3 (Leaders' Statement on ASEAN Plus Three Partnership on Connectivity)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลุ่ม 3 ประเทศนี้ (ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้) มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยนับตั้งแต่หลังวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะมาพิจารณาดูว่า ประเทศไทยในฐานะสมาชิกหนึ่งของอาเซียนได้มีรูปแบบทางการค้าและพฤติกรรมการส่งออกกับกลุ่ม 3 ประเทศนี้อย่างไร ซึ่งผลของการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลหนึ่งในการกำหนดแนวทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก (East Asian community) ในปี พ.ศ.2563

เนื่องด้วย ด้วยในกลุ่ม 3 ประเทศนี้ แต่ละประเทศได้มีการเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศไทยแล้ว จากข้อมูลของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-operation between ASEAN and China: ACFTA) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership: AJCEP) และความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (ASEAN-Republic of Korea Free Trade Agreement: AKFTA) ได้จัดทำข้อตกลงว่าด้วยการค้าสินค้า (Agreement on Trade in Goods) ลดภาษีนำเข้าเหลือร้อยละศูนย์ ในปี พ.ศ. 2553 ดังนั้นการศึกษาในที่นี้จึงได้ทำการศึกษารูปแบบทางการค้าและพฤติกรรมการส่งออกของประเทศไทยกับกลุ่ม 3 ประเทศนี้ในสองช่วงระยะเวลา คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2548 – 2552 และ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2557

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบทางการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้

(2) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในตลาดประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้

(3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้

แนวคิดแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model)

ในการสร้างแบบจำลองทางการค้าระหว่างประเทศ นักเศรษฐศาสตร์ได้มีการพัฒนาเครื่องมือขึ้นมาเพื่อใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดแนวนโยบายด้านการค้า แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เป็นแบบจำลองหนึ่งที่อธิบายด้วยคณิตศาสตร์ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงขนาด (dimension) และทิศทางความสัมพันธ์ (direction) โดยเป็นแบบจำลองที่คำนวณวัดระดับปัจจัยต่างๆที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัวหรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ภายใต้ข้อสมมติฐาน (assumption) ที่ว่าทุกประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในตลาดเดียวกันจะมีส่วนแบ่งตลาดเป็นของตนเองคงที่ กล่าวคือ เมื่อตลาดประเทศผู้นำเข้ามีการขยายตัวก็จะสั่งซื้อสินค้าจากประเทศผู้ส่งออกต่างๆมากขึ้น โดยจะซื้อจากแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกัน จึงทำให้สัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศคงที่ นอกจากนี้การวิเคราะห์ด้วย

แบบจำลอง CMS อยู่ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) และการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆด้านอุปสงค์เท่านั้น คือ (1) อัตราความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของประเทศผู้นำเข้า (2) สินค้าประเภทที่อุปสงค์มีการขยายตัวในอัตราสูงหรือต่ำเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญมากเพียงใดของประเทศผู้ส่งออก (3) ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้ส่งสินค้าไปขายในตลาดที่มีอุปสงค์การขยายตัวช้าหรือเร็ว และ (4) ประเทศผู้ส่งออกนั้นมีความสามารถในการแข่งขันเหนือประเทศคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันหรือไม่

อนึ่ง แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเจริญเติบโตของสินค้าส่งออกเป็นครั้งแรก โดย Tyszynski (1951) ในการศึกษาเรื่อง “World Trade in Manufactured Commodities” ซึ่งต่อมาได้ถูกพัฒนาแบบจำลองโดย Leamer and Stern (1970) และRichardson (1971) ทั้งนี้ได้มีการวิพากษ์ วิจารณ์ ถึงข้อบกพร่องในการตีความของผลต่างๆของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดจากการส่งออกของประเทศหนึ่งไปยังประเทศนำเข้าประเทศหนึ่ง ดังเช่น งานศึกษาของ Ooms (1976) เรื่อง “Models of Comparative Export Performance” และ Richardson (1971) เรื่อง “Constant Market Share Analysis of Export Growth” รวมถึงงานศึกษาของ Koossalapeerom (1976) ซึ่งเป็นกรณีศึกษาประเทศไทย เรื่อง “Thailand’s International Economic Relations with the Four Developed Countries: A Study of Trade and Investment”

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยที่ได้นำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) มาใช้ในการวิเคราะห์ พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่ได้นำแบบจำลองนี้มาใช้เพียงเพื่อที่จะทราบถึงสาเหตุของการเติบโตของสินค้าส่งออกต่างๆ และทราบถึงปัจจัยที่เป็นไปได้ต่อการเติบโตของการส่งออก มากกว่าที่จะอธิบายถึงความสำคัญต่างๆของผลการขยายตัว ผลของส่วนแบ่งตลาด และผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังเช่น งานวิจัยของ Arshad and Radam (1997); Ingco and Kandiero (2002); Skriner (2009); Jiménez and Martín (2010); Crespo and Fontoura (2011); Nanda, Paramjit and Kaur (2011); Cheptea, Fontagné and Zignago (2012); Haque, Sultana, Kedah, Yasmin and Momen (2014) และ Wizarat and Ahmed (2015)

อนึ่ง งานวิจัยกรณีศึกษาการส่งออกสินค้าของประเทศไทยด้วยแบบจำลอง CMS มีการใช้อย่างแพร่หลายในวงการวิชาการเศรษฐศาสตร์ แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาในที่นี้ยังไม่มีนักวิจัยใดได้ทำการศึกษามาก่อน งานวิจัยที่ผ่านมามักจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2553 และศึกษาเป็นเฉพาะรายสินค้าหรือบางหมวดสินค้าที่สำคัญ ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาตลาดส่งออกในภูมิภาคเอเชียตะวันออก พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาเฉพาะ ตลาดประเทศจีน และตลาดประเทศญี่ปุ่น เท่านั้น ดังเช่น งานวิจัยของ Viyarabud. (2000); Poramacom (2002); TDRI (2004); Nuchanapai & Itapiwatana. (2001); Vichit. (2012) และ Daengrongrot. (2003)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของสินค้าออกของประเทศไทยในแต่ละตลาดเอเชียตะวันออก 3 ประเทศ (ประเทศผู้นำเข้า) ในสองช่วงระยะเวลาคือ ช่วงปีเฉลี่ยพ.ศ.2548 – 2552 และช่วงปีเฉลี่ยพ.ศ. 2553 – 2557 ภายใต้สมมติฐาน ประเทศไทยมีส่วนแบ่งของตลาดคงที่ในประเทศผู้นำเข้า กล่าวคือ การเพิ่มขึ้นของการนำเข้าเกิดจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า จึงทำให้มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากทุกๆประเทศ โดยที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย (ประเทศส่งออก) ยังมีค่าคงที่ และการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ

A = อัตราการขยายตัวของการส่งออก

W = ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก

C = ผลจากองค์ประกอบของสินค้า

D = ผลจากการกระจายตลาด

P = ผลจากความสามารถในการแข่งขัน

และกำหนดสัญลักษณ์ในแบบจำลองเป็น

X = มูลค่าการส่งออก

i = ประเทศส่งออก i

j = ประเทศนำเข้า j

k = ชนิดสินค้า k

0 = ช่วงเวลาปีฐาน

1 = ช่วงเวลาปีสุดท้าย

จากแนวคิดแบบจำลอง CMS ของ Leamer and Stern (1970) และRichardson (1971) สามารถเขียนอธิบายได้ในรูปแบบ differentiation (d) ดังสมการที่ (1)

$$dq = S^0 dQ + Q^0 dS + dSdQ \quad \text{.....(1)}$$

กำหนดให้

q = การส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

Q = การส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

S = ส่วนแบ่งการส่งออกของประเทศ i

จากสมการที่ (1) สามารถเขียนสมการใหม่ เป็น

$$dq = W + C + D + P \quad \text{.....(2)}$$

จะเห็นได้ว่า การส่งออกของประเทศ i จะขึ้นกับสินค้าชนิดต่างๆ และตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ประกอบด้วยสินค้าและตลาดที่มีอัตราการขยายตัวทางการค้าที่แตกต่างกัน ฉะนั้นการกำหนดการขยายตัวของการส่งออก จึงสามารถเขียนเป็น

$$A_i = W_i + C_i + D_i + P_i \quad \text{.....(3)}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถอธิบายถึงเทอมต่างๆ ได้ดังนี้

อัตราการขยายตัวของการส่งออก (A_i) คือ อัตราความแตกต่างของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่งไปสู่อีกช่วงระยะเวลาหนึ่งที่ทำการศึกษา

ผลจากอัตราการขยายตัวของโลก (W_i) คือ แนวโน้มของตลาดโลกโดยวัดจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกของโลก ซึ่งถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีการขยายการส่งออกในอัตราเดียวกับการขยายตัวของตลาดโลก ส่วนแบ่งตลาดโลกของประเทศดังกล่าวจะเท่าเดิม

ผลจากองค์ประกอบของสินค้าส่งออก (C_i) คือ การส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจกระจุกอยู่ที่สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศนั้นสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

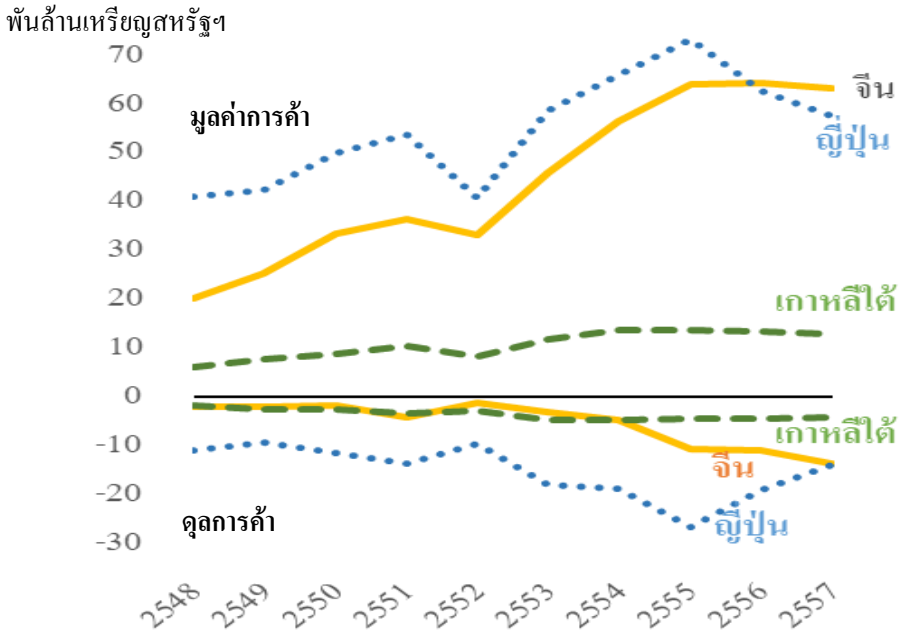
ผลจากการกระจายตลาด (D_i) คือ ประเทศที่กล่าวถึงอาจส่งสินค้าออกเป็นสัดส่วนที่มากไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

ผลจากการแข่งขัน (P_i) คือ ผลต่างระหว่างการขยายตัว ภายใต้ข้อสมมติที่กำหนดของการส่งออกจริงกับการขยายตัวของการส่งออกที่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้เท่าเดิมได้ ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มขึ้นหรือลดลง สะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นในตลาดโลก

ผลการวิเคราะห์

(1) ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศไทยและแต่ละประเทศในเอเชียตะวันออก พบว่าในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา มูลค่าการค้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ประเทศไทยกลับมีดุลการค้าที่ขาดดุลกับประเทศเหล่านี้มาโดยตลอด โดยเฉพาะในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2553-2557 ดุลการค้าของประเทศไทยขาดดุลเป็นมูลค่าที่สูงขึ้น

การค้าของไทยกับประเทศจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้



ที่มา: Word Trade Atlas

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าสินค้าส่งออกของไทยที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูงสุด 20 อันดับแรก ในแต่ละตลาดที่ศึกษา พบว่า มีความคล้ายคลึงกันของรายการหมวดสินค้าของไทยที่มีมูลค่าขาดดุลการค้า ได้แก่ หมวด HS 84 (เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วน ประกอบ) หมวด HS 85 เครื่องจักรไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า และอุปกรณ์ หมวด HS 87 (ยานยนต์ และส่วนประกอบ) หมวด HS 90 (ประเภทเครื่องมือและอุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์ การแพทย์ การถ่ายรูปและอื่นๆ) และหมวด HS 72-73 (เหล็ก เหล็กกล้า ของที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า เป็นต้น)

(2) พิจารณาเฉพาะสินค้าไทยที่มีศักยภาพการส่งออก ด้วยการคัดเลือกจากรายการสินค้าที่ประเทศไทยได้ดุลการค้าสูงสุด 10 อันดับแรก (HS 2 หลัก) ทั้งนี้การศึกษาถึงสัดส่วนการส่งออกของอาเซียนในแต่ละประเทศในเอเชียตะวันออก (ประเทศในอาเซียนที่พิจารณา ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปประเด็นสำคัญของรูปแบบการค้าได้ ดังนี้

- หมวดสินค้าที่ไทยได้ดุลการค้าในทั้ง 3 ตลาด และมีสัดส่วนการส่งออกที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอื่นในอาเซียน ได้แก่

o หมวด HS 40 (ยางและของทำด้วยยาง) มีสัดส่วนการส่งออกในแต่ละตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 50

o หมวด HS 17 (น้ำตาลและขนมทำจากน้ำตาล) มีสัดส่วนการส่งออกในแต่ละตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 75

o หมวด HS 35 (สารแอลบูมินอยด์ โมดิไฟด์ สตาร์ช กาวเอนไซม์) มีสัดส่วนการส่งออกในแต่ละตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 80

(3) พิจารณาถึงพฤติกรรมการส่งออกของสินค้าไทยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดการเติบโตของการส่งออกสินค้าไทยที่ส่งไปยังประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ ในช่วงปีเฉลี่ยพ.ศ. 2548-2552 และช่วงปีเฉลี่ยพ.ศ. 2553-2557 โดยใช้ข้อมูลพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมไนซ์ (Harmonized System: HS) 4 หลัก ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

สินค้าส่งออกของไทยในตลาดจีน

O กลุ่มสินค้าที่ได้ดุลเพิ่มขึ้น และมีสัดส่วนการส่งออก(เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในอาเซียน) ที่สูงขึ้น พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากผลของการส่งออกสินค้าที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลของการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับภาวะการณ์ขยายตัวของการนำเข้าในตลาดจีน และผลของความสามารถในการแข่งขันที่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในจีนไว้ได้ ดังรายการสินค้าต่อไปนี้(ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สินค้าส่งออกของไทยในตลาดจีน

HS	รายการสินค้า
2926	สารประกอบไนไทรล์-ฟังก์ชัน
4702	เยื่อไม้เคมีชนิดละลายได้
9403	เฟอร์นิเจอร์ และส่วนประกอบของเฟอร์นิเจอร์
5504	เส้นใยสั้นเทียมที่ไม่ได้สาง หวี หรือผ่านกรรมวิธีอย่างอื่นสำหรับการปั่นด้าย
8411	เครื่องกังหันไอพ่น เครื่องกังหันใบพัด และเครื่องกังหันก๊าซอื่น ๆ
2106	อาหารปรุงแต่งอื่นๆ(โปรตีนเข้มข้นและสารเทกซ์เจอร์โปรตีน เต้าหู้ น้ำเชื่อม ครีมเทียม ของปรุงแต่งที่ไม่มีแอลกอฮอล์ที่ใช้สำหรับทำเครื่องดื่ม อาหารเสริม ฯลฯ)

HS	รายการสินค้า
8443	เครื่องพิมพ์ใช้สำหรับการพิมพ์ โดยวิธีใช้เพลต ลูกกลิ้ง เครื่องจักรทำสำเนา และเครื่องโทรสาร
3823	โมโนคาร์บอกซิลิกแฟตตี้แอซิดที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม แอซิดออยล์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมัน รวมทั้งแฟตตี้แอลกอฮอล์ที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม
3920	แผ่น แผ่นบาง ฟิล์ม ฟอยล์ และแถบชนิดอื่น ทำด้วยพลาสติก ที่ไม่ทำเป็นแบบเซลลูลาร์ และไม่เสริมให้แข็งแรง ไม่อัดเป็นชั้น ไม่เสริมรองหรือไม่ประกบโดยวิธีที่คล้ายกัน ด้วยวัตถุอื่น
8708	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของ แทรกเตอร์ ถึง ยานยนต์สำหรับใช้งานพิเศษ (รถลาก รถปั้นจั่น รถดับเพลิง ฯลฯ)
4011	ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่
3505	เดกซ์ทรินและโมดิไฟด์สตาร์ชอื่น ๆ (เช่น พรีเยลาติไนส์สตาร์ชหรือ เอสเตอริไฟด์สตาร์ช) กาวที่มีสตาร์ช เดกซ์ทริน
2901	อะไซคลิกไฮโดร์คาร์บอน
4401	ไม้ฟืน เป็นท่อน ดุ้น กิ่ง มัด รวมทั้งขี้เลื่อย เศษไม้ และของที่ใช้ไม้ได้ทำด้วยไม้
8525	เครื่องส่งสำหรับวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์จะมีเครื่องรับหรือ เครื่องบันทึกเสียงหรือถอดเสียง ประกอบร่วมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ตาม รวมทั้ง กล้องถ่ายโทรทัศน์ กล้องถ่ายบันทึกภาพดิจิทัล และกล้องถ่ายบันทึกวิดีโอ
4407	ไม้ที่เลื่อยหรือถากตามยาว มีความหนาเกิน 6 มิลลิเมตร
2707	น้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นทาร์ กลั่นจากถ่านหินที่อุณหภูมิสูง (เบนซีน โทลูอีน ไซลีน แนฟทาลีน น้ำมันครีโอโสต)
2902	ไซคลิกไฮโดรคาร์บอน
0714	มันสำปะหลัง รากสามสิบ สาเลป เยรูซาเลมอาร์ติโชก มันเทศ และรากหรือหัวที่คล้ายกัน สด แช่เย็น แช่เย็นจนแข็ง หรือแห้งรวมทั้งเนื้อในของต้นสาคู
4005	ยางผสม (คอมพาวนด์) ชนิดอันวัลแคไนซ์ ในลักษณะขั้นปฐมหรือเป็นแผ่น แผ่นบาง หรือเป็นแถบ
4001	ยางธรรมชาติ บาลาตา กัตตาเปอร์ชา กวายูล ชิเคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกันในลักษณะขั้นปฐม เป็นแผ่น แผ่นบาง หรือเป็นแถบ

สินค้าส่งออกของไทยในตลาดญี่ปุ่น

○ กลุ่มสินค้าที่ได้ดุลเพิ่มขึ้น และมีสัดส่วนการส่งออก (เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในอาเซียน) ที่สูงขึ้น พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากผลของการส่งออกสินค้าที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลของการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับภาวะการขยายตัวของการนำเข้าในตลาดญี่ปุ่น และผลของความสามารถในการแข่งขันที่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่นไว้ได้ ดังรายการสินค้าต่อไปนี้ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 สินค้าส่งออกของไทยในตลาดญี่ปุ่น

HS	รายการสินค้า
3305	สิ่งปรุงแต่งสำหรับใช้กับผม แชมพู สิ่งปรุงแต่งสำหรับดัดหรือยืดผม แล็กเกอร์สำหรับใช้กับผม น้ำมันใส่ผม รวมทั้งชนิดครีม และชนิดเหนียว
7411	หลอดหรือท่อทำด้วยทองแดง
3901	โพลิเมอร์ของเอทิลีน ในลักษณะขั้นปฐม

สินค้าส่งออกของไทยในตลาดเกาหลีใต้

○ กลุ่มสินค้าที่ได้ดุลเพิ่มขึ้น และมีสัดส่วนการส่งออก (เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในอาเซียน) ที่สูงขึ้น พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงการส่งออกเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากผลของการส่งออกสินค้าที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ผลของการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับภาวะการขยายตัวของการนำเข้าในตลาดเกาหลีใต้ และผลของความสามารถในการแข่งขันที่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในเกาหลีใต้ไว้ได้ ดังรายการสินค้าต่อไปนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สินค้าส่งออกของไทยใตตลาดเกาหลีใต้

HS	รายการสินค้า
5206	ด้ายฝ้าย (นอกจากด้ายเย็บ) ที่มีฝ้ายน้อยกว่า ร้อยละ 85 โดยน้ำหนัก ไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อการขายปลีก
3823	โมโนคาร์บอกซิลิกแฟตตี้แอซิดที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม แอซิดออยล์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมัน รวมทั้งแฟตตี้แอลกอฮอล์ที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม
4205	ของอื่น ๆ ทำด้วยหนังฟอกหรือหนังอัด ของเล่นของสัตว์
4015	เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกาย (รวมถึงถุงมือทุกชนิด) ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ทำด้วยยางวัลแคไนซ์ นอกจากยางแข็ง
3901	โพลิเมอร์ของเอทิลีน ในลักษณะขั้นปฐม
2803	คาร์บอน (คาร์บอนแบล็กและคาร์บอนในรูปอื่นที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ในที่อื่น)
3924	เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว ของใช้ในบ้านเรือนอื่น ๆ และของใช้ในห้องน้ำ ทำด้วยพลาสติก
4401	ไม้ฟืน เป็นท่อน ด้น กิ่ง มัด รวมทั้งขี้เลื่อย เศษไม้ และของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยไม้

กล่าวโดยสรุป การศึกษาในที่นี้ถือเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทยกับกลุ่มประเทศตลาดเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้) ที่ครอบคลุมการวิเคราะห์ทั้งในระดับภาพรวมและรายกลุ่มสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนดแนวทางการเจรจาข้อตกลงภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก

ข้อเสนอแนะ

(1) รูปแบบการค้าของไทยกับประเทศในเอเชียตะวันออก พิจารณาจากหมวดรายการสินค้าที่ได้ดุล (HS 2 หลัก) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นรายการหมวดสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกที่สูงและมีสัดส่วนการส่งออก(เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในอาเซียน) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกสูงของอาเซียน ทั้งนี้บางรายการหมวดสินค้าส่งออกของไทยมีประเทศสมาชิกในอาเซียนเป็นคู่แข่งขัน แต่บางรายการหมวดสินค้าประเทศไทยเป็นผู้นำการส่งออกของอาเซียนแต่เพียงผู้เดียว นอกจากนี้ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกสินค้าไทย (HS 4 หลัก) ที่ได้ดุลสูงกว่าดุลการค้าเฉลี่ยของสินค้าที่ได้ดุลทั้งหมดในแต่ละประเทศในเอเชียตะวันออก ทำให้ทราบถึงข้อมูลรายการสินค้าของไทยที่มีศักยภาพการส่งออกในตลาดจีน ตลาดญี่ปุ่น และตลาดเกาหลีใต้ โดยเฉพาะรายการสินค้าส่งออกของไทยในแต่ละประเทศในเอเชียตะวันออกที่มีดุลการค้าเพิ่มขึ้นและมีสัดส่วนการส่งออก (เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในอาเซียน)ที่เพิ่มขึ้น ที่มีการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากการส่งออกในอัตราที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลก การกระจายตลาดที่เหมาะสม และความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจากองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาถึงรูปแบบการค้าและพฤติกรรมการส่งออกสินค้าไทยในตลาดเอเชียตะวันออก ในที่นี้ สามารถนำรายการหมวดสินค้าเหล่านี้เข้าร่วมพิจารณากำหนดแนวทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก (East Asian community) ซึ่งถือเป็นรายการสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือประเทศสมาชิกในอาเซียน

(2) เพื่อให้การส่งออกสินค้าไทยมีศักยภาพการแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดเอเชียตะวันออก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมและสนับสนุนด้านการค้า การลงทุน ในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อันจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในเชิงการค้าทั้งด้านต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ รวมถึงควรส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า อันทำให้สินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูงขึ้น ส่งผลทำให้ได้ดุลการค้าเพิ่มขึ้น อนึ่ง แม้ว่าสินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่ประเทศไทยถือเป็นผู้นำการส่งออกของอาเซียน จึงทำให้ประเทศสมาชิกในอาเซียนไม่ใช่คู่แข่งขันที่สำคัญของไทย ฉะนั้นเพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดในตลาดเอเชียตะวันออก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรคำนึงถึงรูปแบบการค้าของกลุ่มประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากอาเซียนด้วยในการวางแนวทางการเจรจาการค้าเสรีอาเซียน+3

(3) สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้ได้องค์ความรู้ถึงแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนทางการค้า การลงทุน ของรายการสินค้าส่งออกของไทยที่มีศักยภาพการแข่งขันในที่นี้ เห็นควรทำการศึกษาการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันทางการค้า การลงทุน ในอุตสาหกรรม

การผลิตต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อให้สินค้าส่งออกไทยที่มีศักยภาพการแข่งขันอยู่แล้วได้เติบโตและสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดเอเชียตะวันออกได้อย่างยั่งยืน อันจะส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาทางการค้าระหว่างประเทศของไทยภายใต้ระบบการค้าเสรีและส่งผลเชื่อมโยงต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

References

Arshad, F. M. and Radam, A. (1997), **Export performance of selected electrical and electronic products**, in *Towards Management Excellence in 21st Century Asia*, Proceedings of the Second Asian Academy of Management Conference in Langkawi, Malaysia,12-13 December. pp.1-22.

Arvinder.,&Paramjit. (2011). **Competitiveness of India's Manufactured Exports: A Constant Market Share Analysis** [Online]. Available: http://www.freepatents online.com/article/Indian-Journal-Economics-Business/267808353.html

Cheptea, A. & Fontagné, L. & Zignago, S., (2012). **European Export Performance**, *Working papers* 393, Banque de France.

Crespo, N. and M. Fontoura (2011), "What Determines the Export Performance? A Comparative Analysis at the World Level", **The Empirical Economics Letters**, 10(2).

Daengrongrot, N. (2013). **The competitiveness of Thailand in hard disk drive export and four ASEAN competitors**. Bangkok: Thai-Nichi Institute of Technology.

Haque, A. K. M. Ahasanul and Sultana, Seyama and Kedah, Zulkarnain and Yasmin, Farzana and Momen, Abdul (2014) "*Gaining of competitive advantage of Malaysian telecommunication products: measure of competitiveness.*" **International Review of Business Research Papers**, 10 (2). pp. 27-45. ISSN 1832-9543 (O), 1837-5685 (P)

Ingco.,& Kandiero. (2002). **Export Performance of Bangladesh: A Constant Market Share Analysis** [Online]. Available: http://sae.sagepub.com/ content/3/2/ 163.extract

Jiménez and Martín . (2010). (January). **A constant market share analysis of the euro area in the period 1994–2007** (Tech. Rep.). Banco de Espana.

Koossalapeerom, S. (1976). **Thailand's International Economic Relations with the Four Developed Countries** (Master's thesis, Thammasat University).

Leamer, E.E. and R.M. Stern. (1970). **Quantitative International Economic, Chapter 7**. Boston: Allyn and Bacon.

Nanda, Paramjit and Arvinder Kaur (2011) "Competitiveness of India's Manufactured Exports: A Constant Market Share Analysis", **Indian Journal of Economics and Business,** 10(2-3), September, p.267-281.

Nuchanapai, S., & Itapiwatana, B. (2011). **Analysis of market potential for Thai major orchids export**. Retrieved from http://kucon.lib.ku.ac.th/Fulltext/ KC4807006.

Ooms, J. D. 1976. "Models of Comparative Export Performance." **Yale Economic Essay**, 7: 103-141.

Poramacom, N. 2002. "Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Model (CMS) on Thai Natural Rubber." **Kasetsart J. (Social Science***)* 23: 54 - 60, 23(1): 54-60.

Richardson, J. D. 1971. "Constant-market-shares analysis of export growth." **Journal of International Economics,**1: 227-239.

Skriner, E. (2009), "Competitiveness and Specialisation of the Austrian Export Sector. A Constant-Market-Shares Analysis", **Economics Series**, No. 235, Institute for Advanced Studies.

Thailand Development Research Institure. (2004). **Impacts of free trade agreements on Thai manufacturing sectors**. Retrieved from http://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/04/fta.pdf

Tyszynski, H. (1951). **World Trade in Manufactured Commodities**, 1899-1950. Manchester School**.**

Vichit, T. (2012). Thailand's export competitiveness of industrial goods in People's Republic of China. **RMUTT Global Business and Economics Review**, *7*(2), 216-224.

Viyarabud, P. (2000). **Analysis of Thailand,s market share of fresh and frozen shrimps in major markets**. Retrieved from http://www.phtnet.org/research/view-abstract.asp?research id=ah181

Wizarat, S., & Ahmed, A. (2015). Decomposition of Pakistan's Export Growth to APEC Markets. **OJBM**, *03*(03), 287-299. doi:10.4236/ojbm.2015.33029