

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปประเทศจีน ทั้งทางด้านสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดของยางพาราในประเทศไทยและประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ที่สำคัญ ปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดขนาดการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกและเพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและปรับปรุงอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นต่อไปในอนาคต การศึกษาผลการดำเนินงานของการส่งออกยางพาราของประเทศไทยครั้งนี้ใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ.2540 ถึง 2547 ทำการศึกษาเฉพาะยางพาราที่เป็นยางธรรมชาติเท่านั้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) และแบบจำลองส่วนบางการตลาดคงที่ (Constant Market Share)

ประเทศไทยสามารถส่งออกยางพารารวมออกสู่ตลาดโลกได้มากขึ้นเฉลี่ยปีละ 75,510.53 ล้านบาท และมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีคือ ส่งออกยางพารามูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 13.95 ต่อปี โดยสัดส่วนการนำเข้ายางพาราจากไทยเฉลี่ยต่อปีนั้น ประเทศญี่ปุ่นครองสัดส่วนมากที่สุดรองลงมาเป็นจีนและสหรัฐอเมริกาตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.45, 26.07 และ 12.94 ตามลำดับ โดยอัตราการเจริญเติบโตประเทศจีน สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.09, 8.43 และ 4.68 ต่อปี ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกยางพาราไปตลาดจีน พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราไปตลาดจีนมากที่สุด รองลงมา คือ ประเทศเวียดนาม มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ คือ 11.16, 8.41, 2.85 และ 2.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของมูลค่าการส่งออกยางพารารวมในตลาดโลกทั้งหมดด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) พบว่า ประเทศไทยสามารถขยายมูลค่าการส่งออกยางพารารวมทุกประเภทได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 18,060.53 ล้านบาท ซึ่งผลจากการขยายตัวของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 3,038.53 ล้านบาท ส่วนผลจากส่วนประกอบสินค้าลดลงเฉลี่ยปีละ 612.34 ล้านบาท ในขณะที่ผลจากการกระจายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 5,589.48 ล้านบาท ผลจากความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 10,044.86 และ 8,058.59 ล้านบาท ตามลำดับ กล่าวได้ว่า ประเทศไทยมีการปรับการส่งออกที่ถูกทิศทาง

สำหรับมูลค่าการส่งออกยางพารารวมของประเทศไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ พบว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนมีมูลค่าการนำเข้ายางพารารวมจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 5,736.65 ล้านบาทต่อปี ส่วนสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น มีมูลค่าการนำเข้ายางพารารวมจากประเทศไทยลดลงโดยเฉลี่ยปีละ 2,601.97 และ 7,076.26 ล้านบาท ซึ่งอุตสาหกรรมยางพาราในจีนมีมูลค่าการนำเข้า ยางแท่ง ยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นจากไทยในระดับที่สูง

The objectives of this study were to investigate the competitiveness of Thai rubber exports to China. It also looked at factor of production and marketing of Para rubber in Thailand and other important of countries to analyze factors determining the changing of export value in or about to provide recommendations for the improvement efficiency of Para rubber manufacturing in Thailand. The study used the data during the year 1997-2004 and covered only natural Para rubber. An analyze was based on secondary data using descriptive statistic, as well as comparative advantage analysis (RCA) and constant market share model (CMS).

Thailand's export all of Para rubber to the world market increases 75,510.53 million baths average per annual and growth rate of export increased 13.95 % per annual. Japan was the biggest importer of Para rubber from Thailand, or about 32.45 % of the total export values. The second biggest importer were China and United State, or about 26.07 and 12.94 % respectively. The growth rate of China, United State and Japan had increased to or about 23.09, 8.43 and 4.68 per annual.

The analysis made through the RCA showed that Thailand had the most comparative advantage in exporting Para rubber to China and next were Vietnam, Malaysia and Indonesia with the value of 11.16, 8.91, 2.85 and 2.40 respectively.

The analysis made through the CMS model for all of the Para rubber exporting values revealed that Thailand could increase its Para rubber exporting average values of 18,060.53 million baths annually. Para rubber exporting value could surpass that was because of the world market expansion with the average of 3,038.53 million baths annually. However, the commodity composition effect decreased with the average of 612.34 million baths per annum. The market distribution effect had increased with the average of 5,589.48 million baths per annum. The competitiveness and pure competitiveness effects increased to 10,044.86 and 8,058.59 million baths per annum respectively. That showed Thailand was making the appropriate adjustment.

The total export values of Para rubber of Thailand to the important buyers revealed China had total import values of Para rubber from Thailand increased, by average, 5,736.65 million baths average per annum. However, United State and Japan had an average decrease in import value of 2,601.97 and 7,076.26 million baths, with all these difficulties, the study found that China's Para rubber industries had importer block rubber, rubber smoked sheet and rubber concentrated latex from Thailand at high level.