

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาโครงสร้างการผลิต การส่งออกยาง และผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยไปประเทศจีน (2) เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยไปประเทศจีน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT (3) เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยาง และผลิตภัณฑ์ยางไปประเทศจีน เทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และอินโดนีเซีย โดยใช้วิธีศึกษาค้นคว้าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage--RCA) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) แบบอนุกรมเวลา (time series) เป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2551

ผลการศึกษาโครงสร้างของการผลิต การส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยไปประเทศจีน พบว่า สินค้ายางพาราที่สร้างมูลค่าในการส่งออกให้แก่ประเทศไทยได้มากที่สุดได้แก่ ยางแผ่น (พิกัด 400121) ส่วนสินค้าผลิตภัณฑ์ยางที่สร้างมูลค่าในการส่งออกสูงสุด ได้แก่ ยางยานพาหนะ (พิกัด 4011, 4012, 4013) และเมื่อพิจารณาในแง่การสร้างรายได้ให้ประเทศ ผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดนี้ควรเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่รัฐบาลจะต้องผลักดันให้มีการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น และควรให้การ-

สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางให้เป็น
อุตสาหกรรมหลัก เพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยาง
ของประเทศไทยไปประเทศจีน พบว่า อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางของไทย
อยู่ในส่วนการประคับประคอง (hold) และการบำรุงรักษา (maintain) ดังนั้นกลยุทธ์
ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ คือ การเจาะตลาด (market penetration strategy) และ
กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development strategy) โดยผู้ประกอบการไทย
ควรเน้นการทำตลาดเชิงรุก เช่น การไปออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เข้าร่วม
โครงการสนับสนุนผู้ส่งออกในด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อลดค่าใช้จ่าย
ในการลงทุน และสามารถขยายตลาดไปต่างประเทศได้สำเร็จ นอกจากนี้ผู้ประกอบการ
ควรพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย โดยการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และ
เน้นการสร้างที่น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า มาตรฐานความปลอดภัย และ
การผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนาไปเป็นผู้นำสินค้าในตลาดบน (premium)

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่า
กรณีสินค้ายางพารา (พิกัด 4001-4002) ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
ในการส่งออกยางไปจีนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย
และญี่ปุ่น แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการส่งออกยางของไทยไปจีนได้อย่างชัดเจน
กรณีสินค้าผลิตภัณฑ์ยาง (พิกัด 4003-4017) พบว่า ช่วงปี พ.ศ. 2546-2548 ประเทศไทย
มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศมาเลเซีย และประเทศคู่แข่งอื่น ๆ
แต่ช่วงปี พ.ศ. 2549-2551 ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า
ประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลง ซึ่งเป็นผล
จากการสนับสนุนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางให้มีคุณภาพมากขึ้นของรัฐบาลมาเลเซีย
ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงควรเข้ามาให้การสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง
มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์
ให้สามารถแข่งขันในตลาดจีนได้มากขึ้น สำหรับประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศเดียว
ที่ไม่มีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปจีน เพราะมีค่า $RCA < 1$

In this thesis, the researcher investigates (1) the structure of production and the export of rubber and rubber products from the Kingdom of Thailand (Thailand) to the People's Republic of China (PRC). The researcher is also concerned to conduct (2) an analysis of the competitive capacity in the export of rubber and rubber products of Thailand to China using the strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT) technique. Finally, the researcher inquires into (3) Thailand's comparative advantage in the export of rubber and rubber products to the PRC in comparison with its major competitor, *viz.*, the Federation of Malaysia (Malaysia), Japan, and the Republic of Indonesia (Indonesia) by means of an application of the revealed comparative advantage (RCA) method.

To carry out this investigation, the researcher collected and analyzed relevant annual secondary time series data from period between 2003 and 2008.

Findings concerning the structure of production and the export of rubber and rubber products from Thailand to the PRC indicate that the rubber product fostering export value at the highest level for Thailand was HS. 400121 natural rubber sheets. The rubber product creating value in export for Thailand at the highest level was rubber used for vehicular tires, *viz.*, HS. 4011 (new pneumatic tires of rubber), HS. 4012 (used pneumatic tires) and HS. 4013 (rubber inner tubes for tires).

When considered as a factor in generating national income, both types of rubber should be target products whose production should be increasingly encouraged by the government as important export products. Research and development support should be given to the rubber industry to the end of rubber product production becoming a major industry generating national income in a sustainable manner.

Findings concerning profitability in the export of rubber and rubber products from Thailand to the PRC indicate that the rubber and rubber products industry was in the position of hold and maintain. Therefore, appropriate strategies in business operations would be to conduct a market penetration strategy and a product development strategy. Thai entrepreneurs in this industry should stress marketing involving holding product exhibitions abroad, participating in public sector projects to support exporters in order to reduce investment costs in investment and to be able to successfully expand markets abroad.

In addition, entrepreneurs should develop new products and ensure their current products are reliable in the aspects of product quality, meeting safety standards, and used modern technology to develop leading premium products.

An analysis of revealed comparative advantage (RCA) found that in the case of rubber (HS. 4001-4002), Thailand maintained a comparative advantage in the export of rubber to the PRC at the highest level when compared with its competitors, *viz.*, Malaysia, Indonesia, and Japan. This obviously indicates the export potential of Thai rubber exported to the PRC.

In the case of rubber products (HS. 4003-4017), it was found that during the period between 2003 and 2005, Thailand enjoyed a greater comparative advantage than Malaysia and its other competitors. However, in the period between 2006 and 2008, Malaysia enjoyed a higher comparative advantage than Thailand. This indicates that the competitive capability of Thailand decreased. This was a consequence of the greater support given by the Malaysian government for research and development geared towards developing rubber of higher quality. Therefore, the Thai government should provide increasing support for and further promotion of the rubber product industry in order to ensure new products will be developed and the quality of Thai products will be enhanced so that Thailand will be able to be more successful in competing in the Chinese market.

Finally, Indonesia was the only competing country which failed to enjoy an advantage in the export of rubber products to the PRC, inasmuch as it displayed an $RCA < 1$.