

โครงการศึกษาพลวัตตลาดสินค้าผลไม้อันเนื่องมาจากการลดลงการลดภาษีสินค้าทันที (Early Harvest) ระหว่างไทยกับจีนนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การผลิต การค้าผลไม้และศักยภาพการค้าผลไม้ระหว่างประเทศของประเทศไทยและจีน ก่อนและหลังความตกลงการค้าสินค้าบางส่วนทันที อีกทั้งประเมินพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ของผู้บริโภคชาวไทยที่อาจจะหันไปบริโภคผลไม้เมืองหนาวราคาต่ำที่นำเข้าจากจีนมากจนกระทั่งทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างผลไม้เมืองร้อนภายในประเทศและผลไม้เมืองหนาวจากจีน

ผลการศึกษาพบว่าการค้าระหว่างไทยกับจีนขยายตัวมากขึ้นหลังจากที่ไทยและจีนได้ตกลงให้มีการลดอัตราภาษีสินค้าระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ในหมวดผักและผลไม้ โดยไทยสามารถส่งออกผลไม้เขตร้อน เช่น ทุเรียน มังคุด และลำไยไปยังจีนได้มากขึ้น และจีนสามารถส่งออกผลไม้เขตหนาว เช่น แอปเปิล และสาลี่มายังไทยได้มากขึ้น ทำให้ปัจจุบันแอปเปิลและสาลี่จากจีนมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในตลาดไทย โดยเฉพาะสาลี่ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดเกือบทั้งหมด ทั้งนี้ นอกจากจะมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของราคาสินค้านำเข้าที่ขายในแต่ละประเทศแล้ว ยังมีสาเหตุรองอื่นๆ อีก เช่น การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าระหว่างสองประเทศ และการเปลี่ยนช่องทางการนำเข้า จากเดิมที่เป็นการนำเข้าผ่านเส้นทางอื่นแล้วค่อยส่งต่อเข้าไปยังประเทศจีน มาเป็นการส่งออกมายังจีนโดยตรงมากขึ้น

การที่จีนนำเข้าผลไม้จากไทยเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวทั้งด้านปริมาณและมูลค่า โดยเฉพาะหลังจากที่ไทยและจีนมีการจัดทำข้อตกลงการค้าสินค้าบางส่วนทันทีที่ทำให้ราคาโดยเฉลี่ยของผลไม้ไทยในตลาดจีนลดลง แม้ราคาดังกล่าวจะยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าผลไม้ที่จีนผลิตได้ แต่ก็ทำให้ผู้บริโภคจีนมีโอกาสบริโภคผลไม้

เมื่อพิจารณาภาพรวมการส่งออกและนำเข้าผลไม้ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาแล้ว พบว่าก่อนหน้าปี พ.ศ. 2544 นั้น ไทยขาดดุลการค้าผลไม้กับจีน แต่แนวโน้มการขาดดุลการค้ามีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบันมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีนก็มากกว่ามูลค่าการนำเข้าผลไม้จากจีนมาไทย ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว ไทยได้ดุลการค้าผลไม้กับจีนประมาณปีละ 400 ล้านบาท และเมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยและศักยภาพการส่งออกผลไม้ของจีนโดยใช้ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ก็ทำให้พบว่า แม้ผลไม้ส่งออกจากทั้งสองประเทศจะมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดของกันและกันอยู่ แต่ศักยภาพการแข่งขันของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปตลาดจีนดูจะมีแนวโน้มที่สดใสมากกว่าผลไม้ของจีนที่ส่งออกมาไทย ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เพิ่มเติมถึงศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยไปตลาดจีน และผลไม้ของจีนที่ส่งออกมาตลาดไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ แล้ว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผลไม้ไทยที่มีศักยภาพเหนือ

จากไทยมากขึ้น โดยจะเห็นได้ชัดหลังจากข้อตกลงมีผลบังคับใช้ไทยครองส่วนแบ่งการตลาดผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศของจีนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนโอกาสในการเข้าถึงตลาดจีนก็มีมากขึ้นเช่นกัน โดยเห็นได้จากเริ่มมีการนำเข้าผลไม้ไทยผ่านท่าเรือในมณฑลอื่นมากขึ้น จากเดิมที่นำเข้าผ่านมณฑลกว่างตุงเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม แม้จะไม่มีอุปสรรคด้านภาษีนำเข้าระหว่างกัน แต่ผู้ประกอบการค้าผลไม้ไทยยังประสบปัญหาด้านอื่นอีกหลายประการ ทั้งเรื่องมาตรการกีดกันการค้า เช่น ความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพ ความไม่สะดวกในการขอใบอนุญาตนำเข้าผลไม้ และระบบการค้าผลไม้ในตลาดขายส่งจีนที่ค่อนข้างผูกขาดและไม่โปร่งใสเท่าที่ควร หากสามารถแก้ไขอุปสรรคดังกล่าวได้ ตลาดจีนยังถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพจากกำลังซื้อของผู้บริโภคจีนที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีน และไทยมีโอกาสด้านการตลาดสูง เนื่องจากมีความแตกต่างด้านฤดูกาล และผลไม้ไทยถือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคจีน

คู่แข่งในตลาดจีน คือ ทุเรียนและมังคุด อย่างไรก็ตาม สำหรับผลไม้แห้งและผลไม้สดอื่นๆ นั้นไทยยังมีคู่แข่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดต่อกับโดยตรงกับประเทศจีน เช่น เวียดนาม สำหรับผลไม้ของจีนที่มีศักยภาพเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดไทยที่เห็นได้ชัดอย่างเด่นชัดคือ สาลี่และควินซ์ และผลไม้กลุ่มส้มแมนดาริน ในขณะที่แอปเปิลนั้นแม้ตัวเลขค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งแสดงถึงศักยภาพการส่งออกของจีนจะไม่ได้มีค่าสูงสุด แต่กลับมีเสถียรภาพมากที่สุดและมีค่าอยู่ในระดับที่ไม่ได้น้อยกว่าประเทศคู่แข่งมากนัก จีนจึงน่าจะเป็นประเทศที่มีศักยภาพส่งออกแอปเปิลมายังไทยได้อีกต่อไปในระยะยาว

เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลไม้ของผู้บริโภคชาวไทย พบว่าการเปิดการค้าเสรีอาเซียนจีนที่ทำให้ราคาแอปเปิลต่ำลงจะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคผลไม้ไทยมากนัก แต่จะทำให้ผู้บริโภคชาวไทยส่วนหนึ่งจะเพิ่มการบริโภคแอปเปิลหรือผลไม้นำเข้ามากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคชาวไทยโดยรวมมีการบริโภคผลไม้มากขึ้น

This study analyzes the impact of the Early Harvest Program trade agreement on fruit production, exports, and trade capacity between Thailand and China. In light of increased temperate fruit imports from China under the Program, the study also examines consumer preferences in Thailand in order to assess whether increased Chinese fruit imports compete directly with domestic tropical fruits.

Trade between Thailand and China significantly expanded after both countries agreed in the Early Harvest Program to eliminate tariffs on fruits and vegetables. Since eliminating tariffs, Thailand exports more tropical fruits (durian, mangosteen, longan etc.) to China and in turn China exports more temperate fruits (apple, pear etc.) to Thailand. China's exports have grown to dominate the apple and pear market in Thailand. Changes in market channels have also brought about increased trade. Unlike in the past, trade between the two countries is now both direct and through a growing number of trading centers and ports.

The recent doubling, in both quantity and value, of Thai fruit exports to China has put downward pressure on prices there, boosting consumption despite Thai fruit still being more expensive than local Chinese products.

Though import tariffs have been eliminated, Thai exporters still face barriers to trade including frequently changing sanitary inspections criteria, a cumbersome import permission certificate process, and the monopolistic and non-transparent nature of the Chinese retail business. Despite these barriers, Thai exporters are increasingly looking to the growing Chinese market for future growth, particularly given the premium image Thai tropical fruits have with Chinese consumers.

Until 2001, Thailand had a trade deficit with China in fruits. Since then, Thailand has enjoyed a trade surplus, averaging 400 million baht per annum through 2005. To analyse the export competitiveness of Thailand and China in fruits, the Revealed Comparative Advantage (RCA) method was applied. While both countries were competitive in each other's market, Thailand was more competitive, implying the likelihood of continued trade surpluses in fruit for Thailand.

When analyzing Thailand's competitiveness with other fruit exporters to China, Thailand was most competitive in durian and mangosteen. For all other fruits, both fresh and dried, neighboring countries such as Vietnam were more competitive. In turn, when analyzing China's competitiveness in the Thai market, China was most competitive in pear, quince and mandarin oranges. Though not most competitive in apples, China is not far behind and historically the most reliable source.

Finally, though Thai consumers have increased their consumption of temperate fruits, particularly apples, these have not substituted for domestic tropical fruit consumption but have instead increased total fruit consumption.