

การศึกษาครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) โดยในการศึกษาพยายามที่จะตอบคำถามว่า “สินค้ากลุ่มใดที่มีศักยภาพและโอกาสที่จะทำการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง” ในการศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทฤษฎีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดกลุ่มประเทศดังกล่าว นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสของสินค้าไทยในตลาดกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยการพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด (Market Share), ความได้เปรียบในการแข่งขันและศักยภาพในการส่งออก โดยการพิจารณาจากค่าความได้เปรียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage: Dynamic RCA) และที่มาของความเจริญเติบโตในการนำเข้าสินค้าไทยของตลาดอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยการพิจารณาจากแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่” หรือ “Constant Market Share model (CMS)”

### ก. ส่วนแบ่งการตลาด

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2548 ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าออกไปยังตลาดในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงเป็นมูลค่ามากกว่า 1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2549 น่าจะมีมูลค่าการส่งออกมากถึง 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าหากไม่นับการส่งออกไปยังประเทศจีนแล้ว ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าไปยังประเทศ สปป. ลาว กัมพูชา พม่า และเวียดนาม ได้ปีละไม่ถึง 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกกว่าครึ่งหนึ่งของการส่งออกไปยังตลาดในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงเป็นการส่งออกไปยังตลาดจีน

## ข. ความได้เปรียบในการแข่งขันและศักยภาพในการส่งออก

สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันและศักยภาพสูงในการส่งออกไปยังตลาด สปป. ลาว ได้แก่ รถยนต์นั่ง ผ่าถักแบบนิทหรือแบบ โครเซต และเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้าง ในขณะที่ตลาด กัมพูชามีสินค้า 25 รายการที่จะมีโอกาสและศักยภาพในอนาคต เช่น ปูนซิเมนต์ รถจักรยานยนต์ เบียร์ เป็นต้น สำหรับตลาดพม่ามีสินค้า 3 รายการที่มีศักยภาพและมีโอกาสสูงกว่าสินค้านำเข้าอื่นๆ ได้แก่ ผลไม้แห้ง, หัวเชื้อของกาแฟและชา และน้ำมันสำเร็จรูป ในกรณีสินค้าประเภทผลไม้แห้ง หรือสินค้าบางประเภทมีการนำเข้าแล้วส่งต่อไปยังจีน เนื่องจากการส่งสินค้าจากพม่าไปจีนจะไม่มีภาระภาษีนำเข้า ในขณะที่ถ้าส่งออกจากไทยก็จะมีภาระภาษี เนื่องจากไทยไม่ได้ขายแดนติดต่อกับจีนโดยตรง จึงทำให้พ่อค้าไทยที่ส่งออกไปยังจีนมักนำสินค้าไทยมาส่งออกที่พม่าแทน เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีและเพื่อความสะดวกในการส่งออกไปยังจีน ส่วนตลาดเวียดนามมีสินค้าถึง 8 รายการ ที่มีศักยภาพและมีโอกาสสูงกว่าสินค้านำเข้าอื่นๆ ได้แก่ แผ่นเหล็กรีดกว้างตั้งแต่ 600 มม. ขึ้นไป ได้จากการรีดร้อน, ส่วนประกอบของรถแทรกเตอร์, เมล็ดพลาสติก ประเภท สไตรีน, แผ่นฟิล์ม พอลิเอทิลีนความหนา, เมล็ดพลาสติก ประเภท โพลีเอทิลีน, เส้นใยสังเคราะห์ที่ยังไม่ปั่น, เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และส่วนประกอบของเครื่องยนต์ ในขณะที่เวียดนามมีสินค้าถึง 6 รายการ ที่มีศักยภาพและมีโอกาสสูงกว่าสินค้านำเข้าอื่นๆ ได้แก่ มันสำปะหลัง รากสามสิบ มันเทศ เป็นต้น, เมล็ดพลาสติก ประเภท โพลีเอทิลีน, กรดโพลิคาร์บอกซิลิก และแอนไฮไดรด์ เป็นต้น, เมล็ดพลาสติก ประเภท เอทิลีน, วงจรพิมพ์ และแผงวงจรไฟฟ้า

## ค. ที่มาของความเจริญเติบโตของการนำเข้าสินค้าไทยของตลาดอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นของตลาดอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงส่วนใหญ่จะเกิดจากการขยายตัวของ การนำเข้าสินค้าทั้งหมดของตลาด ยกเว้น ตลาดพม่า ที่อัตราการขยายตัวของ การนำเข้าสินค้าทั้งหมดลดลง นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้ว ปัจจัยทางด้านความสามารถในการแข่งขันหรือผลทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มูลค่าการนำเข้าของตลาดอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผลทางด้าน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือผลทางด้านความนิยมของผู้บริโภคในตลาดอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงมีความสำคัญในลำดับรองลงมา