

ทนิศา ไทยจงรักษ์ 2552: การวิเคราะห์อุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย
 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
 และทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ศานิต แก้วเอียน, วท.ม. 122 หน้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงระบบธุรกิจของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย วิเคราะห์ตำแหน่งประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องที่สำคัญในตลาดโลก จำนวน 4 ประเทศได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ โดยใช้แบบจำลอง Boston Consulting Group Matrix (BCG) เพื่อศึกษาดำเนินความสามารถในการผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่าการส่งออก วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มความสามารถในการส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องของประเทศผู้ผลิตและส่งออกดังกล่าว ณ ช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2550 และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของสินค้าและข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องไทยในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร รัสเซีย และญี่ปุ่น โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยช่วงเวลาปี พ.ศ. 2545 -2547 และ 2548 -2550

ผลการวิเคราะห์ระบบธุรกิจของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย พบว่า ระบบย่อยปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญต่อระบบธุรกิจข้าวโพดหวานมากที่สุดในปัจจุบัน คือ เมล็ดพันธุ์ เนื่องจากพันธุ์ข้าวโพดหวานที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาสินค้าข้าวโพดหวานให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้าในตลาดโลก ทั้งนี้การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมักอยู่ในรูปแบบการรับจ้างผลิตเป็นหลัก

ผลการวิเคราะห์ตำแหน่งประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง พบว่า ในเชิงปริมาณและมูลค่าการส่งออก ช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2547 ประเทศไทยอยู่ ณ ตำแหน่ง Question mark และปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นมาอยู่ ณ ตำแหน่ง Star ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2550 ส่วนผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2550 พบว่า ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และอังกฤษ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยประเทศไทยและฝรั่งเศส มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่วนสหรัฐอเมริกาและอังกฤษกลับมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง สำหรับผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องไทยในตลาดผู้นำเข้ารวมทั้ง 3 ประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นสูงสุดเกิดจากผลของการกระจายตลาด ที่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น 51.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองมา คือ ผลจากการแข่งขัน ทำให้มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 29.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

Tanisa Thaijongrak 2009: An Analysis of Sweet Corn Industry in Thailand. Master of Arts (Agribusiness), Major Field: Agribusiness, Department of Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Sanit Kao-ian, M.S. 122 pages.

The objective of the study aims to review the sub-system in sweet corn's business in Thailand. To analyse some competitive canned sweet corn production and export countries of Thailand, United States of America, France and Hungary during the period of 2002 – 2004 and 2005 -2007 in order to explore their quantity and value of export by the apply Boston Consulting Group Matrix Model (BCG Matrix). The study explores the competitive advantage by using the Reveal Comparative Advantage Index (RCA Index) of canned sweet corn export among those 4 competitive countries in 2002 – 2007. The study, moreover, analyses the Constant Market Share (CMS) of Thai canned sweet corn importers in United Kingdom, Russia and Japan during 2002 – 2004 and 2005 – 2007.

From the study, It was found that a sweet corn seed was significant to production factor in sweet corn industrial development. Furthermore, Thailand has suitable land and climate for growing sweet corn. Therefore, in terms of private-label's processing, the good quality of Thai's canned sweet corn has appreciated by importers.

From BCG Matrix Model application, Thailand has been ranked at "Question mark" in terms of quantity and value of export in 2002 – 2004. Meanwhile, from factor of quantity analysis found that its position has raised to "Star" in 2005 – 2007. Upon the study of RCA, it was found that Thailand and France trend to have a competitive advantage increasingly in exporting the canned sweet corn, contrary with United States of America and Hungary whose trend were decreased. The study, moreover, analyses the CMS indicates that the most important factor affecting the import value was increased from market distribution and Pure Share of Competitive Effect among those 3 Thailand's import market.