

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
อุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

Comparative Advantage Analysis of Exporting Thai Agricultural Products
to ASEAN Plus Three Countries

ธนกานต์ แก้วสลุต* และก้องภู นิมานันท์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลจากของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามได้แก่ ประเทศไทย ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเวียดนาม ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา ประเทศบรูไน ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ ที่ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเช่นกัน โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – 2560 ของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 10 รายการแรกของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2560 อันได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง สิ่งปรุงรสอาหาร ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ผักกระป๋องและผักแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าว โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ยกเว้นไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ที่ยังมีความเสียเปรียบโดยเฉพาะกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ที่เป็นสมาชิกกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม เมื่อเปรียบเทียบกันในด้านารส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามได้แก่ น้ำตาลทราย (27.03%) และสิ่งปรุงรสอาหาร (10.92%) สินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (28.59%) ผลไม้กระป๋อง (7.27%) เครื่องดื่ม (9.56%) อาหารสัตว์เลี้ยง (4.37%) ผักกระป๋องและผักแปรรูป (16.79%) และผลิตภัณฑ์ข้าว (4.73%) และผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร แต่สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้เป็นอันดับที่ 3

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดที่เปรียบเทียบกันเฉพาะประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – 2560 พบว่าสามารถแบ่งสินค้าตามศักยภาพในการในการแข่งขันจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีการส่งเสริมการผลิตและการส่งออก ประกอบด้วย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋อง กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง ที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีนโยบายให้คงระดับการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดหรือลดทอนการผลิตในกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าว และ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเสี่ยงเปรียบในการส่งออก ที่หน่วยงานรัฐบาลควรมีนโยบายลดทอนการผลิตและส่งออกไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม กรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย สินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate and explore the comparative advantage analysis on the export of Thai agro-industrial products. Data of this study based upon the secondary source of information in concentration of the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Market Share Index of the top ten Thai agro-industrial products with the highest export value in B.E. 2555-2560 as obtained from the ASEAN Plus Three countries that exported its agro-industrial products to ASEAN Plus Three countries i.e. Thailand, Myanmar, Malaysia, Indonesia, the Philippines, Singapore, Vietnam, Laos PDR., Cambodia, Brunei Darussalam, P.R. China, Japan, and South Korea. The top ten Thai agro-industrial products included canned and processing seafood, sugar, canned fruit, wheat and other instant food products, beverage, pet food, seasoning products, vegetable oils and animal fat, canned and processing vegetables, and rice products. All data collected were, then, analyzed by the basic statistics namely percentage and mean.

The findings presented that the almost all 10 mentioned export agro-industrial products of Thailand got advantages over other countries, except for the products listed in the vegetable oils and animal fat category, which was found at disadvantage of the ASEAN Plus Three countries: Indonesia, Cambodia, the Philippines, and Vietnam, in particular. Regarding the comparative study on export products to the ASEAN Plus Three countries, the results revealed that sugar (at 27.03%) and seasoning products (at 10.92%) took the largest market share among ASEAN Plus Three countries; while canned and processing seafood (at 28.59%), canned fruit (at 7.27%), beverage (at 9.56%), pet food (at 4.37%), canned and processing vegetables (at 16.79%), and rice products (at 4.73%) ranked second. Though wheat and other instant food products got advantage in being export agro-industrial products, it was dropped in the third place of market share.

Regarding the analysis on Revealed Comparative Advantage (RCA) and Market Share Index among the ASEAN Plus Three countries that Thailand exported the agro-industrial products to during B.E. 2555-2560, the findings presented that based upon the RCA and Market Share Index, the studied products could be re-categorized into 3 following groups according to level of competitive potential. The group of products with high level of competitive potential which were worthwhile to receive production and export supports from the government included canned and processing seafood, canned and processing vegetables, wheat and instant food products, beverage, sugar, and canned fruit. The group of products with moderate level

of competitive potential which required the government to launch a policy either to sustain its production level to secure market share or lessen its production level when there was any other product with higher level of competitive potential included pet food and rice products. The products with low level of competitive potential which were considered as products with export disadvantage and the government should launch a policy to lessen its production and export to the ASEAN Plus Three countries when there was any other product with higher level of competitive potential included vegetable oils and animal fat.

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการส่งออกสินค้าของประเทศไทยนั้น ในปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกเติบโต สูงสุดในรอบ 6 ปี โดยเพิ่มขึ้น 9.9% เป็นผลจากการส่งออกทุกตลาดขยายตัว โดยเฉพาะตลาดอาเซียน และ CLMV ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราในการขยายตัวที่อยู่ในระดับสูง จึงนับว่าการส่งออกสินค้าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการและประเทศชาติ โดยที่สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 แบ่งตามหมวดหมู่สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ สินค้าอุตสาหกรรมมีมูลค่า 180,901.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สินค้าเกษตรกรรมมีมูลค่า 22,737.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมีมูลค่า 16,191.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562) ซึ่งอุตสาหกรรมเกษตรเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรเป็นแหล่งรองรับแรงงานส่วนใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมและเสริมสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนเกษตรกรและชุมชนในชนบท และเนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูง ซึ่งสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้ โดยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6.5 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดในปี 2560 (กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562) โดยกรอบความร่วมมืออาเซียน+3 จะมีบทบาทเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต (ประชาคมอาเซียน, 2562) สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรในการส่งออกของไทยไปยังอาเซียนบวกสาม แม้ว่าจะมีสัดส่วนน้อยแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะการที่ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นจะทำให้เพิ่มความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมากขึ้น จะเห็นได้ว่าภาวะเศรษฐกิจโลกในขณะนี้ ที่มีปัญหาทั้งเศรษฐกิจคู่ค้าและปัญหาสงครามการค้าของโลกที่ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเกือบทุกตลาด ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสาม เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม รวมไปถึงผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเลือกลงทุนด้านส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไปยังกลุ่มอาเซียนบวกสาม

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) (ชาคริต กุ้มานะชัย, 2557) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์-โอลิน (Hechscher-Ohlin Trade Theory) (รัตนา สายคณิต, 2557) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Principle of Comparative Advantage) ที่ถูกพัฒนาโดย เดวิด ริคาร์โด (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2555) ทฤษฎีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index)

ซึ่งถูกพัฒนาโดย B.Balassa (1965) ที่ หาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยใช้สมการในการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ki} = \frac{X_{ki}/X_i}{X_{kw}/X_w}$$

โดยที่ RCA_{ki} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออก k ของประเทศ i ที่มีผลต่อประเทศ

หรือกลุ่มประเทศ

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_{kw} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า ทั้งหมดของโลกไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 0 เสมอ โดยค่าที่มากกว่า 1 แสดงว่าโครงสร้างการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i มีสัดส่วนสูงกว่าโครงสร้างโดยรวมของโลก นั่นคือประเทศ i ให้ความสำคัญกับสินค้า k มากกว่าซึ่งแสดงนัยถึงการทุ่มทรัพยากรปัจจัยการผลิตมากกว่าประเทศหรือกลุ่มประเทศ หรือประเทศ i มีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ ในทางกลับกันถ้า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 จะแสดงว่าประเทศ i ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า k น้อยกว่าประเทศหรือกลุ่มประเทศโดยรวม หรือประเทศ i เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศหรือกลุ่มประเทศ

และ ทฤษฎีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) หาค่าส่วนแบ่งการตลาด แล้วนำค่าเฉลี่ยมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของสินค้าแต่ละประเภท โดยใช้สมการในการคำนวณดังนี้

$$MS_{ki} = \frac{X_{ki}}{M_k}$$

โดยที่ MS_{ki} คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า k ของประเทศ i

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากประเทศ i ไปตลาด n

M_k คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลกไปตลาด n

โดยส่วนแบ่งการตลาดมีค่าเป็นบวกเสมอ ยิ่งมีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันในการขายสินค้ามาก ซึ่งการขายได้มากดังกล่าวอาจมาจากปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพ สินค้าความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยพิจารณาเลือกรายการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 10 อันดับในปี 2560 ที่ประเทศไทยส่งออกไปยังอาเซียนบวกสาม อันได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง สิ่งปรุงรสอาหาร ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ผักกระป๋องและผักแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าว และเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจาก UN Comtrade Database

โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรดังกล่าวของประเทศอาเซียนบวกสามทั้ง 13 ประเทศที่ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2560 นำมาคำนวณด้วยสมการเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และส่วนแบ่งการตลาด แล้วนำค่าเฉลี่ยมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของสินค้าแต่ละประเภท

ผลการศึกษา

ตารางแสดงค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสามแบ่งตามประเภทสินค้า

ประเทศ	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป		น้ำตาลทราย		ผลไม้กระป๋อง		ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ		เครื่องดื่ม		อาหารสัตว์เลี้ยง		สิ่งปรุงรสอาหาร		ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์		ผักกระป๋องและผักแปรรูป		ผลิตภัณฑ์ข้าว	
	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS	ค่าเฉลี่ย RCA	ค่าเฉลี่ย MS
ไทย	10.02	28.59%	9.50	27.03%	2.55	7.27%	2.67	7.58%	3.35	9.56%	1.53	4.37%	3.84	10.92%	0.67	1.89%	5.91	16.79%	1.66	4.73%
เกาหลีใต้	0.29	1.84%	0.56	3.61%	0.33	2.11%	0.80	5.15%	0.57	3.68%	0.14	0.87%	0.87	5.61%	0.05	0.34%	0.21	1.36%	0.00	0.00%
บรูไน	0.01	0.00%	0.01	0.00%	0.13	0.02%	0.17	0.03%	0.10	0.02%	0.00	0.00%	0.02	0.00%	0.01	0.00%	0.06	0.01%	0.00	0.00%
กัมพูชา	0.01	0.00%	5.97	0.25%	0.07	0.00%	0.08	0.00%	3.24	0.09%	0.06	0.00%	0.02	0.00%	1.88	0.07%	5.78	0.21%	7.89	0.30%
ลาว	0.00	0.00%	15.82	0.39%	0.86	0.03%	0.13	0.01%	22.00	0.89%	0.03	0.00%	0.97	0.04%	0.00	0.00%	15.35	0.53%	10.21	0.26%
เวียดนาม	4.97	7.55%	1.23	1.67%	1.13	1.84%	1.56	2.30%	1.25	1.76%	1.30	2.01%	1.87	2.87%	0.84	1.22%	4.25	6.18%	4.65	6.70%
ฟิลิปปินส์	1.04	0.79%	1.45	1.08%	2.62	1.98%	1.54	1.16%	0.23	0.17%	0.66	0.49%	0.47	0.36%	1.28	0.98%	0.31	0.23%	0.01	0.01%
จีน	4.09	49.43%	0.64	7.85%	3.98	48.52%	0.57	6.85%	0.17	2.07%	0.62	7.54%	0.88	10.72%	0.06	0.79%	4.68	57.51%	0.08	0.98%
พม่า	0.08	0.01%	20.12	4.05%	0.07	0.01%	0.33	0.04%	0.09	0.01%	0.05	0.01%	0.10	0.01%	0.14	0.02%	37.58	5.17%	17.09	2.67%
มาเลเซีย	0.42	1.17%	0.65	1.82%	0.57	1.59%	3.50	9.82%	1.89	5.28%	0.35	0.99%	2.89	8.10%	9.91	27.79%	0.76	2.13%	0.03	0.07%
อินโดนีเซีย	1.05	2.35%	0.65	1.45%	0.30	0.67%	2.49	5.58%	0.32	0.73%	0.64	1.45%	2.70	6.03%	15.48	34.38%	0.44	0.99%	0.03	0.06%
สิงคโปร์	0.19	0.90%	0.21	1.03%	0.22	1.07%	2.49	12.05%	3.10	14.98%	0.19	0.91%	1.80	8.67%	0.20	0.96%	0.07	0.32%	0.04	0.21%
ญี่ปุ่น	0.12	0.90%	0.04	0.33%	0.03	0.23%	0.19	1.43%	0.16	1.21%	0.03	0.24%	0.35	2.71%	0.05	0.35%	0.01	0.09%	0.00	0.02%

ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 1	ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 1
ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 2	ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 2
ค่าเฉลี่ย RCA อันดับที่ 3	ส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 3

จากการศึกษาพบว่าสินค้าแต่ละประเภทที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามมีความได้เปรียบเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดร่วมด้วยจะเห็นว่าสินค้าบางประเภทมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูง และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงเช่นกัน แต่ยังมีสินค้าบางประเภทที่ค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงแต่มีค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดต่ำ โดยสามารถสรุปผลเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้ดังนี้

1) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศไทย ($RCA^1 = 10.2$, $MS^2 = 28.59\%$) เวียดนาม ($RCA = 4.97$, $MS = 7.55\%$) จีน ($RCA = 4.09$, $MS = 49.43\%$) อินโดนีเซีย ($RCA = 1.05$, $MS = 2.35\%$) และฟิลิปปินส์ ($RCA = 1.04$, $MS = 0.79\%$)

2) น้ำตาลทราย ประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศพม่า ($RCA = 20.12$, $MS = 4.05\%$) ลาว ($RCA = 15.82$, $MS = 0.39\%$) ไทย ($RCA = 9.50$, $MS = 27.03\%$) กัมพูชา ($RCA = 5.97$, $MS = 0.25\%$) ฟิลิปปินส์ ($RCA = 1.45$, $MS = 1.98\%$) เวียดนาม ($RCA = 1.23$, $MS = 1.67\%$) และ นอกจากนี้ยังมีประเทศจีนที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยค่า RCA เท่ากับ 0.64 แต่ครองส่วนแบ่งการตลาดที่ 7.85% ซึ่งเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศไทย

3) ผลไม้กระป๋อง ประกอบไปด้วย 4 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศจีน ($RCA = 3.98$, $MS = 48.52\%$) ฟิลิปปินส์ ($RCA = 2.62$, $MS = 1.98\%$) ไทย ($RCA = 2.55$, $MS = 7.27\%$) และ เวียดนาม ($RCA = 1.13$, $MS = 1.84\%$)

4) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ($RCA = 3.50$, $MS = 9.82\%$) ไทย ($RCA = 2.67$, $MS = 7.58\%$) อินโดนีเซีย ($RCA = 2.49$, $MS = 5.58\%$) สิงคโปร์ ($RCA = 2.49$, $MS = 12.05\%$) เวียดนาม ($RCA = 1.56$, $MS = 2.30\%$) และฟิลิปปินส์ ($RCA = 1.54$, $MS = 1.16\%$)

5) เครื่องดื่ม ประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศลาว ($RCA = 22.00$, $MS = 0.89\%$) ไทย ($RCA = 3.35$, $MS = 9.56\%$) กัมพูชา ($RCA = 3.24$, $MS = 0.09\%$) สิงคโปร์ ($RCA = 3.1$, $MS = 0.09\%$) มาเลเซีย ($RCA = 1.89$, $MS = 5.28\%$) และ เวียดนาม ($RCA = 1.25$, $MS = 1.25\%$)

6) อาหารสัตว์เลี้ยงประกอบไปด้วย 2 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศไทย ($RCA = 1.53$, $MS = 4.37\%$) และเวียดนาม ($RCA = 1.30$, $MS = 2.01\%$) นอกจากนี้จีนมีความเสียเปรียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยค่า RCA เท่ากับ 0.62 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 7.54 เป็นอันดับที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามที่มีการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม

7) สิ่งปรุงรสอาหาร ประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศไทย ($RCA = 3.84$, $MS = 10.92\%$) มาเลเซีย ($RCA = 2.89$, $MS = 8.10\%$) อินโดนีเซีย ($RCA = 2.70$, $MS = 6.0\%$) เวียดนาม ($RCA = 1.87$, $MS = 2.87\%$) และสิงคโปร์ ($RCA = 1.8$, $MS = 8.67\%$) นอกจากนี้ยังมีประเทศจีนที่มีความเสียเปรียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยค่า RCA เท่ากับ 0.88 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 10.72 เป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศไทย

8) ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ประกอบไปด้วย 4 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ($RCA = 15.48$, $MS = 34.38\%$) มาเลเซีย ($RCA = 9.91$, $MS = 27.79\%$) กัมพูชา ($RCA = 1.88$, $MS = 0.07\%$) และฟิลิปปินส์ ($RCA = 1.28$, $MS = 0.98\%$) นอกจากนี้ยังมีประเทศไทยที่มีความเสียเปรียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยค่า RCA เท่ากับ 0.67 แต่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 1.89 และจัดอยู่ในอันดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม

¹ $RCA = Revealed Comparative Advantage Index$ คือ ค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

² $MS = Market Share$ คือ ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาด

9) ผักกระป๋องและผักแปรรูป ประกอบไปด้วย 6 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ประเทศพม่า (RCA = 3.58, MS= 34.38%) ลาว (RCA = 15.35, MS= 0.53%) ไทย (RCA = 5.91, MS= 16.79%) กัมพูชา (RCA = 5.78, MS= 0.21%) จีน (RCA = 4.68, MS= 57.51%) และประเทศเวียดนาม (RCA = 4.25, MS= 6.18%)

10) ผลิตภัณฑ์ข้าว ประกอบไปด้วย 5 ประเทศ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศพม่า (RCA = 17.09, MS= 2.67%) ลาว (RCA = 10.21, MS= 0.26%) กัมพูชา (RCA = 7.89, MS= 0.30%) เวียดนาม (RCA = 4.65, MS= 6.70%) และไทย (RCA = 1.66, MS= 4.73%)

การอภิปรายผลการศึกษา

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย RCA ในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ในปี พ.ศ. 2555 – 2560 พบว่าสินค้าที่ศึกษาจำนวน 9 รายการจากทั้งหมด 10 รายการ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม ยกเว้นไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสาวภาคย์ โล่ห์เพชร (2556) ที่ศึกษาโดยวิธีการหาค่า RCA ในสินค้าจำนวน 9 กลุ่มสินค้าที่มีการส่งออก และนำเข้าสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2554 พบว่าไขมันและน้ำมันจากพืช มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันตั้งแต่ พ.ศ. 2550 – 2554 นอกจากนี้ผลการศึกษา ค่า RCA ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าทุกประเทศสมาชิกในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิราวรรณ โกช่วย (2552) ที่ศึกษาและเปรียบเทียบ ค่า RCA ในสินค้าส่งออก 20 อันดับของไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม ซึ่งอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปก็เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าทุกประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามเช่นกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวิมล เลี่ยมมินฟูล (2556) ที่ทำการศึกษารื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียนโดยการหาค่า RCA รวมถึงค่าส่วนแบ่งการตลาด ค่าผลกระทบทางโครงสร้าง ค่าผลกระทบการดำเนินงาน และค่าผลกระทบรวมพบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าประเภทน้ำตาล และขนมทำจากน้ำตาล แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของการศึกษาพบว่ายังไม่สอดคล้องกันในส่วนของการวิเคราะห์ค่า RCA ที่ใช้ค่าดัชนีความสามารถในการส่งออกมาพิจารณาความได้เปรียบแทนการหาค่า RCA โดยตรง นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่า สิ่งปรุงรสอาหารและน้ำตาลทรายเป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่ส่งออกไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามที่มีสัดส่วนของส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวิมล เลี่ยมมินฟูล (2556) ที่น้ำตาลและขนมที่ทำจากน้ำตาลมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด ระหว่างปี พ.ศ. 2551 - 2554 ในตลาดการส่งออกสินค้าของประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งยังไม่รวม 3 ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน และเมื่อพิจารณาวิธีการศึกษาและเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาด ยังไม่มีความสอดคล้องกันกับการศึกษาของ จิราวรรณ โกช่วย (2552) ที่มีวิธีการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งใช้แบบจำลองการตลาดคงที่ในการศึกษาส่วนแบ่งการตลาดที่บอกอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงรายการสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสามจากการพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งการตลาด พบว่าสามารถแบ่งตามศักยภาพในการแข่งขัน 3 กลุ่มตามค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงคือสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1 มาก กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง คือสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1

เล็กน้อย และกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย คือสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่า 1 ได้แก่ กลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันในการแข่งขันสูง ประกอบด้วย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋อง เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความน่าสนใจ เหมาะแก่การมุ่งเน้น ส่งเสริมให้มีการผลิตและส่งออก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน กลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง เป็นกลุ่มสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง ประกอบด้วย อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าว เหมาะแก่การคงการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดหรือลดทอนการผลิตกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า และกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันน้อย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเสียเปรียบในการส่งออก ประกอบด้วย สินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เหมาะแก่ลดทอนการผลิตกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การส่งออก รวมถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนบวกสาม จึงนำเอาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของมาปรับใช้โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ตามศักยภาพในการแข่งขันดังนี้

1) สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง ประกอบด้วย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร ผักกระป๋องและผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋องเป็นกลุ่มสินค้าที่มีความน่าสนใจ เหมาะแก่ ส่งเสริมให้มีการผลิตและส่งออก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรส่งเสริมตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ เกษตรกรผู้เพาะปลูก เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ และผู้ประกอบการประมง ให้มีความรู้ในอาชีพของตนเองจนสามารถจัดการและวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างเป็นระบบและถูกกฎหมาย ให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพออกสู่ภาคอุตสาหกรรมที่กระทรวงอุตสาหกรรมควรส่งเสริมด้านการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริม แนะนำ ให้ความรู้ด้านนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และสามารถจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้ผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรให้ออกมาอย่างมีคุณภาพ รวมไปถึงส่งเสริมพัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้สวยงามน่าดึงดูด เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ส่วนกรมส่งเสริมการส่งออก และกรมการค้าต่างประเทศ ควรมีการมุ่งเน้น แนะนำ ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าเกษตรและแปรรูปของไทยไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามโดยการสื่อสารวิธีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสามแก่ผู้ประกอบการ เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการให้เกิดการลงทุนมากยิ่งขึ้นต่อไป

2) สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันปานกลาง เป็นกลุ่มสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง เหมาะแก่การคงการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดหรือลดทอนการผลิตกรณีที่มีสินค้าประเภทอื่นที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า ประกอบด้วย อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมด้านคุณภาพของวัตถุดิบ เกษตรกรผู้เพาะปลูกควรได้รับการดูแล และพัฒนาความรู้ในการประกอบอาชีพของตนเอง เพื่อให้สามารถวางแผนการทำงานให้เป็นระบบ จนได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และลดต้นทุน กระทรวงอุตสาหกรรมควรมีการส่งเสริมในด้านนวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ ที่อาจช่วยลดต้นทุนด้านแรงงาน เพื่อให้สามารถผลิตและแปรรูปสินค้าออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและต้นทุนลดต่ำลง และกรมการค้าต่างประเทศ ควรส่งเสริมให้มีการคงระดับการส่งออกโดยอาจคงปริมาณการส่งออกไว้ตามเดิม ปรับลดการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่มุ่งเน้นเชิญชวนให้ลงทุนในสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าทั้งสองประเภทในข้างต้น ไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม เพื่อให้เกิดการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไปมุ่งเน้นผลิตและแปรรูปสินค้าประเภทอื่นที่มีศักยภาพที่สูงกว่า

3) สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันน้อย ประกอบด้วย สินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเสียเปรียบในการส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรภายในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลอาจใช้นโยบายปรับลดการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม แต่ส่งเสริมให้ส่งออกในตลาดอื่นทดแทน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรดูแลเกษตรกรในการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ที่เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปสินค้าประเภทไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ในระดับเดิม กระทรวงอุตสาหกรรมอาจส่งเสริมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ โดยการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้เครื่องจักรที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสินค้าที่มีคุณภาพ กรมการค้าต่างประเทศควรมีมาตรการปรับลดการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยอาจใช้นโยบายส่งเสริมสินค้าประเภทอื่น ประชาสัมพันธ์ขั้นตอน วิธีการ และข้อดีของการส่งออกสินค้าประเภทอื่นไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม เพื่อนำทรัพยากรการผลิตไปลงทุนในการผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสามมากยิ่งขึ้น หรือส่งเสริมให้ส่งออกไขมัน และน้ำมันจากพืชและสัตว์ไปยังตลาดอื่นที่ผู้ศึกษาไม่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้แทน เป็นต้น

บรรณานุกรม

กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). *หมวดหมูสินค้าเรียงตามมูลค่าการส่งออก*. สืบค้นจาก

http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5167

จิราวรรณ โกช่วย. (2552). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ชาคริต กุ้มานะชัย. (2557). *กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ*. สมุทรสาคร: ไทยพัฒนรายวันการพิมพ์.

ประชาคมอาเซียน. (2554). *อาเซียน+3*. สืบค้นจาก <http://www.cpc.ac.th/qpack/index.php/2012-05-05-09-36-04/register-page-2>

รัตนา สายคณิต. (2557). *เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิน. (2555). *หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุวิมล เลี่ยมมินฟู. (2556). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียน*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

เสาวภาคย์ โล่ห์เพชร. (2556). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าของไทยไปในกลุ่มอาเซียนบวกสาม*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

United Nations. (2019). UN Comtrade Database. Retrieved From <https://comtrade.un.org/data/>