



การวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย  
THE ANALYSIS OF EXPORT MARKET EXPANSION OF THAI RUBBER INDUSTRY



กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย



กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ  
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE ANALYSIS OF EXPORT MARKET EXPANSION OF THAI RUBBER INDUSTRY



KRITTIYAPORN JITCHAPOOM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF ARTS  
(Master of Arts Program in Managerial Economics)  
Faculty of Economics, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

ของ

กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพรพรรณ อุตมา)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

|                  |                                                      |
|------------------|------------------------------------------------------|
| ชื่อเรื่อง       | การวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย |
| ผู้วิจัย         | กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ                                |
| ปริญญา           | ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต                                   |
| ปีการศึกษา       | 2564                                                 |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม       |

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามรหัสศุลกากร 56 รายการไปยังประเทศที่มีความต้องการนำเข้าโดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและดัชนีความเข้มข้นทางการค้า ขอบเขตการศึกษาข้อมูลทฤษฎีภูมิอนุกรมเวลาแบบรายปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปีและประเทศที่นำเข้ายางพารามากที่สุด 30 อันดับแรกของโลก ผลการศึกษาพบว่า ไทยมีรายการที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCAX\_TH > 1) จำนวน 25 รายการ ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า (RCAM\_Partner > 1) จำนวน 78 ประเทศจาก 82 ประเทศผู้นำเข้าที่มีการนำเข้ายางพาราใน 25 รายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ภูมิภาคยุโรปเป็นภูมิภาคที่มีประเทศที่เข้าข่ายการส่งเสริมทางการค้ามากที่สุด จำนวน 28 ประเทศจากทั้งหมด 78 ประเทศโดยออสเตรเลีย เบลารุส เบลเยียม บัลแกเรีย ฟินแลนด์ กรีซ ไอร์แลนด์ ลัตเวีย โปรตุเกส สโลวีเนีย สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ และ ยูเครน ไม่มีรายการยางพาราตามพิกัดศุลกากรใดที่นำเข้าจากไทยจึงสะท้อนถึงโอกาสการขยายตลาดในอนาคต บราซิลและแคนาดาเป็นประเทศที่มีจำนวนรายการที่สร้างการค้ามากที่สุดจำนวน 19 รายการ บราซิลควรส่งเสริมการส่งออกในพิกัด 400219, 401310, 401120, 400110, 400220, 400260, 400510, 400921, 400931, 401011, 401390 และ 401699 ส่วนแคนาดาควรส่งเสริมการส่งออกในพิกัด 400129, 400219, 400220, 400510, 400591, 400811, 400921, 400931, 400942, 401011, 401120, 401219, 401290, 401390, 401691 และ 401699

คำสำคัญ : ส่งออก, ยางพารา, ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ, การสร้างการค้า

|                |                                                                 |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|
| Title          | THE ANALYSIS OF EXPORT MARKET EXPANSION OF THAI RUBBER INDUSTRY |
| Author         | KRITTIYAPORN JITCHAPOOM                                         |
| Degree         | MASTER OF ARTS                                                  |
| Academic Year  | 2021                                                            |
| Thesis Advisor | Assistant Professor Ph.D. Nantarat Taugvitoontham               |

The aims of this study are to study the market expansion and export volume of Thai rubber products for Revealed Comparative Advantage (RCA) in terms of both imports and exports with partner countries, with a total of 56 items. The harmonized code for secondary data from 2016 to 2020 ranked the top 30 importing countries in the world. The results showed that Thailand had 25 items with comparative advantage ( $RCAX_{TH} > 1$ ) and 78 out of 82 importing countries ( $RCAM_{Partner} > 1$ ) with rubber imports in 25 of them, with Thailand establishing a comparative advantage for exports. The European region was a high trade creation with 28 of the 78 countries, including Austria, Belarus, Belgium, Bulgaria, Finland, Greece, Ireland, Latvia, Portugal, Slovenia, Sweden, Switzerland and Ukraine, do not have items imported from Thailand. Brazil and Canada were the countries with the highest number of imports from Thailand with 19 items which harmonized code was a high trade creation. Brazil must promote the following: 400219, 401310, 401120, 400110, 400220, 400260, 400510, 400921, 400931, 401011, 401390, 401699. For Canada, 400129, 400219, 400220, 400510, 400591, 400811, 400921, 400931, 400942, 401011, 401120, 401219, 401290, 401390, 401691, and 401699.

Keyword : Export Rubber RCA Trade creation

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำ จนงานเสร็จสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูง

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร์การจัดการ พร้อมทั้งผู้วิจัยขอขอบคุณ แม่ น้องสาว และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ



## สารบัญ

### หน้า

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....                                              | ง  |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....                                           | จ  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                               | ฉ  |
| สารบัญ .....                                                       | ช  |
| สารบัญตาราง.....                                                   | ณ  |
| สารบัญรูปภาพ .....                                                 | ญ  |
| บทที่ 1 บทนำ.....                                                  | 13 |
| ภูมิหลัง .....                                                     | 13 |
| ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....                                       | 22 |
| ขอบเขตของการวิจัย .....                                            | 22 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                                     | 22 |
| นิยามคำศัพท์เฉพาะ .....                                            | 23 |
| กรอบแนวคิดงานวิจัย.....                                            | 25 |
| บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                        | 26 |
| ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา .....                                    | 26 |
| ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ.....                                      | 26 |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ .....                            | 29 |
| ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ .....                     | 31 |
| ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                                      | 34 |
| วิจัยที่เกี่ยวข้องกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ..... | 34 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....                                 | 41 |

|                                                                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....                                                                                                                      | 41  |
| ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออก (RCAX) .....                                                                                        | 42  |
| ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการนำเข้า (RCAM).....                                                                                         | 43  |
| รายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า (Trade creation).....                                                                                 | 44  |
| บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย .....                                                                                                                | 46  |
| ส่วนที่ 4.1 การกรอกรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก<br>ของยางพาราไทย.....                                            | 47  |
| ส่วนที่ 4.2 การกรอกรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ<br>นำเข้าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า.....       | 58  |
| ส่วนที่ 4.3 การกรอกรายการโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก<br>(RCAX) และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า (RCAM) ..... | 84  |
| ส่วนที่ 4.4 รายการที่สร้างการค้า (Trade creation) .....                                                                                          | 91  |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....                                                                                             | 116 |
| สรุปผลการวิจัย.....                                                                                                                              | 119 |
| อภิปรายผลการวิจัย .....                                                                                                                          | 123 |
| ข้อเสนอแนะ .....                                                                                                                                 | 128 |
| บรรณานุกรม .....                                                                                                                                 | 129 |
| ภาคผนวก.....                                                                                                                                     | 133 |
| ประวัติผู้เขียน.....                                                                                                                             | 140 |

## สารบัญตาราง

### หน้า

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตาราง 1 ผลผลิต ปริมาณการใช้ยาง และการส่งออกของไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563 .....                                   | 14 |
| ตาราง 2 ปริมาณการใช้ยางในประเทศต่าง ๆ 10 อันดับของโลก ปี พ.ศ. 2559 – 2563 .....                               | 15 |
| ตาราง 3 ปริมาณการนำเข้ายางในพิกัดต่าง ๆ 10 อันดับของโลกปี พ.ศ. 2563 .....                                     | 16 |
| ตาราง 4 ประเทศผู้นำเข้าและมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563 .....                              | 17 |
| ตาราง 5 อัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย (YOY) ปี พ.ศ. 2559 – 2563 ..... | 18 |
| ตาราง 6 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....                                                                      | 39 |
| ตาราง 7 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) รายพิกัดศุลกากร 56 รายการ .....                    | 48 |
| ตาราง 8 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400110.....                                          | 59 |
| ตาราง 9 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400121.....                                          | 60 |
| ตาราง 10 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400122.....                                         | 61 |
| ตาราง 11 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400129.....                                         | 62 |
| ตาราง 12 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400219.....                                         | 63 |
| ตาราง 13 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400220.....                                         | 64 |
| ตาราง 14 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400260.....                                         | 65 |
| ตาราง 15 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400280.....                                         | 66 |
| ตาราง 16 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400510.....                                         | 67 |
| ตาราง 17 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400591.....                                         | 68 |
| ตาราง 18 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400811.....                                         | 69 |
| ตาราง 19 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400921.....                                         | 70 |

|                                                                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ตาราง 20 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400931.....                                                                                         | 71  |
| ตาราง 21 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400932.....                                                                                         | 72  |
| ตาราง 22 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400941.....                                                                                         | 73  |
| ตาราง 23 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400942.....                                                                                         | 74  |
| ตาราง 24 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401011.....                                                                                         | 75  |
| ตาราง 25 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401120.....                                                                                         | 76  |
| ตาราง 26 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401219.....                                                                                         | 77  |
| ตาราง 27 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401290.....                                                                                         | 78  |
| ตาราง 28 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401310.....                                                                                         | 79  |
| ตาราง 29 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401390.....                                                                                         | 80  |
| ตาราง 30 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401590.....                                                                                         | 81  |
| ตาราง 31 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401691.....                                                                                         | 82  |
| ตาราง 32 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401699.....                                                                                         | 83  |
| ตาราง 33 ประเทศคู่ค้าและรายการที่สร้างการค้า ในปี พ.ศ 2563 .....                                                                                              | 85  |
| ตาราง 34 จำนวนสินค้าจำแนกรายประเทศ ระหว่างปี พ.ศ 2559 – 2563 .....                                                                                            | 92  |
| ตาราง 35 ช่วงจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าและคิดจำนวนสินค้าที่ยังนำเข้าจากไทยน้อย<br>คิดเป็นร้อยละของจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าทั้งหมด ..... | 99  |
| ตาราง 36 รายการสินค้าตามพิกัดศุลกากรแสดงตามดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้า ปี พ.ศ 2563<br>.....                                                                   | 101 |
| ตาราง 37 รายการสินค้าแสดงตามดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าเป็นศูนย์ (MII=0) .....                                                                                | 109 |
| ตาราง 38 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนใน<br>รายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้ามากกว่า 1 (MII>1).....                   | 113 |
| ตาราง 39 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนใน<br>รายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้าน้อยกว่า 1 (MII<1).....                  | 114 |

ตาราง 40 สินค้าส่งออกในหมวดยางพาราของประเทศไทยแบ่งตามพิกัดศุลกากรทั้ง 6 หลัก  
ทั้งหมด 56 ประเภทและคำแปลภาษาไทยตามความหมายของกรมศุลกากรที่ใช้จำแนกสินค้าเข้า  
หรือออกประเทศ ..... 134



## สารบัญรูปภาพ

หน้า

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย |    |
| .....                                                                      | 25 |



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการส่งออกของไทย ปัจจุบันยางพารายังเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 4 มูลค่าส่งออกถึง 12,113.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือคิดเป็น 5.23 เปอร์เซ็นต์ของสัดส่วนการส่งออกโดยรวมในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นอันดับหนึ่งในสินค้าส่งออกภาคเกษตรกรรม (กระทรวงพาณิชย์, 2564) โดยผลผลิตของยางพาราในปีพ.ศ. 2563 จำนวน 4,239 ล้านตันแบ่งเป็นการใช้ในประเทศ 687 ล้านตันและการส่งออก 3,785 ล้านตัน เมื่อศึกษาข้อมูลทางสถิติของฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจยาง โดยการยางแห่งประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี พบว่าตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 – 2563 ไทยส่งออogyางพาราร้อยละ 87.78 99.36 89.58 81.9 และ 89.2 ตามลำดับ อีกทั้ง ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตยางพารามากที่สุดของโลกในปี พ.ศ. 2559 – 2563 ตลาดยางพาราโลกมีผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย ด้านปริมาณการผลิตยางพาราของไทย รวมถึงส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออogyางพาราที่มีอัตราการเติบโตโดยรวมร้อยละ 2.63 ใน 5 ปีดังกล่าวถือเป็นสัดส่วนอันดับหนึ่งในตลาดยางพาราโลก จากตาราง 1 จะเห็นได้ว่ามากกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณผลผลิตที่ผลิตยางได้จะนำไปส่งออก แสดงถึงสัดส่วนของยางพาราที่ผลิตได้ในประเทศไม่ได้ผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศแต่ผลิตเพื่อการส่งออก ส่วนปริมาณผลผลิตและปริมาณการใช้ของยางมีปริมาณใกล้เคียงกันหมายถึงผลผลิตยางถูกนำไปแปรรูปหรือบริโภคทั้งหมด สรุปได้ว่ายางพารามีส่วนในการผลิตและบริโภคของโลกใกล้เคียงกัน ในหลาย ๆ ประเทศ รัฐบาลมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราและนโยบายเพื่อสนับสนุนยางพารามากขึ้น เนื่องจากปริมาณความต้องการในตลาดโลก ดังนั้น ยางพาราเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยที่ยังมีการพึ่งพาการส่งออogyางพาราเป็นหลัก

ตาราง 1 ผลผลิต ปริมาณการใช้ยาง และการส่งออกของไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563

หน่วย : ล้านตัน

| ปี พ.ศ.   | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ผลผลิต    | 4,347 | 4,429 | 4,973 | 4,852 | 4,239 |
| การใช้    | 650   | 652   | 720   | 774   | 687   |
| การส่งออก | 3,816 | 4,401 | 4,455 | 3,978 | 3,785 |

ที่มา: ฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจยาง การยางแห่งประเทศไทย (2563). สถานการณ์ยางพาราปี 2563 และแนวโน้มปี 2564, <http://www.raot.co.th>

ตาราง 1 แสดงผลผลิต ปริมาณการใช้ยาง และการส่งออกของไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563 จากข้อมูลทางสถิติจากฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจยาง การยางแห่งประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2561 ไทยมีผลผลิตยางมากที่สุด 4,973 ล้านตัน ลดลงเหลือ 4,852 และ 4,239 ล้านตันในปี พ.ศ. 2562 – 2563 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการส่งออกในปีดังกล่าวที่ไทยส่งออกยางมากที่สุดในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 4,455 ล้านตันและลดลงในปี พ.ศ. 2562 – 2563 สอดคล้องกับปริมาณการผลิตที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวเช่นเดียวกัน ดังนั้น ปริมาณการผลิตยางของไทยขึ้นอยู่กับปริมาณการส่งออก

ตาราง 2 ปริมาณการใช้จ่ายในประเทศต่าง ๆ 10 อันดับของโลก ปี พ.ศ. 2559 – 2563

หน่วย : ล้านบาท

| ประเทศ       | ปี พ.ศ. 2559 | ปี พ.ศ. 2560 | ปี พ.ศ. 2561 | ปี พ.ศ. 2562 | ปี พ.ศ. 2563 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| จีน          | 5,011        | 5,386        | 5,692        | 5,549        | 5,444        |
| สหภาพยุโรป   | 1,186        | 1,236        | 1,231        | 1,191        | 994          |
| อินเดีย      | 1,034        | 1,082        | 1,220        | 1,144        | 1,018        |
| สหรัฐอเมริกา | 932          | 958          | 987          | 1,006        | 850          |
| ไทย          | 650          | 653          | 627          | 774          | 687          |
| ญี่ปุ่น      | 676          | 679          | 706          | 714          | 668          |
| อินโดนีเซีย  | 601          | 619          | 626          | 640          | 598          |
| มาเลเซีย     | 506          | 518          | 542          | 528          | 545          |
| บราซิล       | 403          | 391          | 399          | 404          | 350          |
| เกาหลีใต้    | 381          | 384          | 367          | 354          | 312          |

ที่มา: ฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจ การวางแผนประเทศไทย (2563). สถานการณ์  
 ยางพาราปี 2563 และแนวโน้มปี 2564, <http://www.raot.co.th>

ในปี พ.ศ. 2563 โลกใช้จ่ายพารารวม 12,811 พันตัน จีนเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดของโลกในปี พ.ศ. 2559 – 2563 รองลงมาคือ สหภาพยุโรป อินเดีย สหรัฐอเมริกา ไทยตามลำดับ จากตาราง 2 โดยอัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาของปริมาณการใช้จ่ายของโลก ในปี พ.ศ. 2563 ติดลบ 6.95 เปอร์เซ็นต์ โดยภาคการส่งออกเป็นภาคที่สำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมากที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลในแต่ละปีโดย (การวางแผนประเทศไทย, 2563) จีนประเทศที่มีการลงทุนจากต่างประเทศสูง จึงทำให้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ตลาดจนการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมยางล้อ อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ ทำให้จีนมีความต้องการใช้ยางพาราดังกล่าวเพื่อใช้ผลิตในอุตสาหกรรมรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติตามตาราง 3 ที่ชี้ให้เห็นว่าจีนประเทศผู้นำเข้ายางพาราอันดับหนึ่งจากไทยในปี พ.ศ. 2559 – 2563

ตาราง 3 ปริมาณการนำเข้ายางในพิกัดต่าง ๆ 10 อันดับของโลกปี พ.ศ. 2563

หน่วย : ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ

| รหัสศุลกากร | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                                        | ปี พ.ศ. 2563 |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 401120      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก                                                                                                                                                       | 21,245,260   |
| 401699      | ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ เช่น กระเบื้องติดผนัง ยางรัด เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4016.91 ถึง 4016.95 และตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15) | 12,351,031   |
| 401693      | ปะเก็น แหวนรอง และซีลอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์                                                                                                                                  | 12,202,185   |
| 400122      | ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค (ทีเอสเอ็นอาร์)                                                                                                                                                                   | 7,623,698    |
| 400280      | ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ               | 4,853,913    |
| 400219      | ยางสไตรีนบิวทาไดอิน (เอสบีอาร์) และยางคาร์บอนิลเลเต็ดสไตรีนบิวทาไดอิน (เอชไอเอสบีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                             | 4,651,412    |
| 400510      | ยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา ชนิดอันวัลแคนไนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                            | 2,930,293    |
| 400220      | ยางบิวทาไดอิน (บีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                                                             | 2,393,902    |
| 400931      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุท่อยุ่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                                        | 2,027,851    |
| 400821      | แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                        | 1,895,224    |

ที่มา : the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC). (2559-2563). Trade statistics for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

จากข้อมูลทางสถิติจาก the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) พบว่า ยางพาราที่ประเทศผู้นำเข้ายางพาราทั่วโลกนำเข้าเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ 401120 คำแปลภาษาไทย คือ ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก เป็นสินค้ายางพาราที่มีการนำเข้ามากที่สุดในโลกในปี พ.ศ. 2563 21,245,260 ล้านบาทหรือดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อวิเคราะห์มูลค่าการนำเข้ายางพาราของประเทศผู้นำเข้ายางทั้ง 10 อันดับของไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าการนำเข้าลดลงจากสถิติ 4 ปีย้อนหลังในทุกประเทศ ยกเว้น มาเลเซียที่มีมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทยในปี พ.ศ. 2562 เท่ากับ 18,184.9 ล้านบาทและเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2563 เป็น 20,379.88 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้าที่ลดลงของผู้นำเข้ายางพาราจากไทยในปี พ.ศ. 2563 แสดงถึงสถานการณ์การส่งออกยางพาราไทยที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับตาราง 3 ที่ผลผลิตและการส่งออกของไทยลดลงในปี พ.ศ. 2563 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 สรุปได้ว่าไทยเป็นประเทศที่มีการผลิตและส่งออกยางพารามากที่สุดในโลกและจีนเป็นประเทศที่มีความต้องใช้และนำเข้ายางพารามากที่สุดในโลก (สถาบันพลาสติก, 2564)

ตาราง 4 ประเทศผู้นำเข้าและมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563

หน่วย : ล้านบาท

| อันดับ | ประเทศ       | ปี พ.ศ. 2559 | ปี พ.ศ. 2560 | ปี พ.ศ. 2561 | ปี พ.ศ. 2562 | ปี พ.ศ. 2563 |
|--------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1      | จีน          | 73,325.24    | 99,213.34    | 68,353.67    | 50,131.35    | 39,609.31    |
| 2      | มาเลเซีย     | 20,529.47    | 26,349.58    | 22,651.49    | 18,184.90    | 20,379.88    |
| 3      | ญี่ปุ่น      | 10,930.68    | 15,259.26    | 11,950.01    | 10,153.47    | 8,221.21     |
| 4      | สหรัฐอเมริกา | 9,703.90     | 11,913.61    | 10,257.33    | 10,257.48    | 8,010.01     |
| 5      | เกาหลีใต้    | 6,746.13     | 7,361.94     | 6,030.96     | 4,833.93     | 4,084.78     |
| 6      | อินเดีย      | 4,381.30     | 4,622.06     | 5,907.27     | 3,198.13     | 2,267.30     |
| 7      | บราซิล       | 3,630.11     | 4,785.30     | 3,703.67     | 3,343.71     | 2,740.12     |
| 8      | ตุรกี        | 2,236.74     | 2,940.27     | 3,019.43     | 3,177.27     | 3,159.01     |
| 9      | เยอรมนี      | 2,614.73     | 3,331.55     | 3,212.94     | 2,761.02     | 1,872.83     |
| 10     | ฝรั่งเศส     | 2,297.94     | 2,636.81     | 2,412.11     | 2,245.37     | 1,115.44     |

ที่มา: สถาบันพลาสติก. (2564). สถิติประเทศผู้นำเข้ารายผลิตภัณฑ์ยางพารา. สืบค้นจาก <http://rubber.oie.go.th>

ตาราง 5 อัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย (YOY) ปี พ.ศ. 2559 – 2563

หน่วย : เปอร์เซนต์

| ประเทศ       | ปี พ.ศ. 2559 | ปี พ.ศ. 2560 | ปี พ.ศ. 2561 | ปี พ.ศ. 2562 | ปี พ.ศ. 2563 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| จีน          | -13.21       | 35.31        | -31.1        | -26.66       | -20.99       |
| มาเลเซีย     | -3.92        | 28.35        | -14.03       | -19.72       | 12.07        |
| ญี่ปุ่น      | -14.05       | 39.6         | -21.69       | -15.03       | -19.03       |
| สหรัฐอเมริกา | 14.74        | 22.77        | -13.9        | 0            | -21.91       |
| เกาหลีใต้    | -26.35       | 9.13         | -18.08       | -19.85       | -15.5        |
| อินเดีย      | -27.33       | 5.5          | 27.81        | -45.86       | -29.11       |
| บราซิล       | 8.69         | 31.82        | -22.6        | -9.72        | -18.05       |
| ตุรกี        | -3.35        | 31.45        | 2.69         | 5.23         | -0.57        |
| เยอรมนี      | 55.69        | 27.41        | -3.56        | -14.07       | -32.17       |
| ฝรั่งเศส     | 43.44        | 14.75        | -8.52        | -6.91        | -50.32       |

ที่มา: สถาบันพลาสติก. (2564). สถิติประเทศผู้นำเข้ารายผลิตภัณฑ์ยางพารา. สืบค้นจาก <http://rubber.oie.go.th>

ตาราง 5 แสดงอัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย ปี พ.ศ. 2559 – 2563 ในปี พ.ศ. 2563 อัตราการขยายตัวติดลบในทุกประเทศผู้นำเข้ายางพาราจากไทยใน 10 อันดับแรก ยกเว้น มาเลเซีย แสดงถึงการชะลอการนำเข้ายางพาราจากไทยเนื่องจากในปี พ.ศ. 2563 ดังนั้น ประเทศผู้ส่งออกจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งออกยางพาราไปมาเลเซียตามข้อมูลทางสถิติเบื้องต้น แต่ตาราง 4 แสดงข้อมูลโดยรวมของสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดยางพาราโดยไม่ได้เจาะจงสินค้าและผลิตภัณฑ์ยางพารา

เมื่อศึกษาการนำเข้ายางพาราจากไทยของจีนที่เป็นผู้นำเข้าอันดับหนึ่งที่น่าเข้ายางพาราจากไทยในปัจจุบันจีนมีโรงงานผลิตยางรถยนต์มากถึง 75 แห่งรวมถึงบริษัทยางรถยนต์ยักษ์ใหญ่ของโลกที่มีฐานผลิตในจีน ทำให้จีนมีความต้องการยางพาราเพื่อผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สัดส่วนทางการตลาดในการผลิตยางรถยนต์ในจีนจัดเป็นอันดับหนึ่งของโลกมากกว่าร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิตยางรถยนต์ของโลกและมูลค่าถึง 529 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2559) ในการผลิตยางรถยนต์จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหลัก คือ ยางธรรมชาติ เป็นวัตถุดิบที่นำมาแปรรูปให้เกิดเป็นยางรถยนต์ซึ่งประเทศจีนมีการเพาะปลูกต้นยางพาราในมณฑลไหหลำ ยูนนาน กวางตุ้ง กวางซี และฝูเจี้ยน มีปริมาณการผลิตยางพาราในประเทศทั้ง 4 มณฑลประมาณ 864,800 ตันต่อปี ซึ่งการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการยางพาราในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่มีฐานการผลิตในประเทศจีนซึ่งมีความต้องการยางธรรมชาติมากถึง 4 ล้านตันต่อปี เมื่อความต้องการยางธรรมชาติในเพื่อนำไปผลิตยางรถยนต์มากกว่าปริมาณการผลิตภายในประเทศทำให้จีนต้องนำเข้ายางธรรมชาติจากต่างประเทศเพื่อนำมาผลิตและแปรรูปเป็นยางรถยนต์ ประเทศที่จีนนำเข้ายางธรรมชาติ ได้แก่ ไทย เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในปี พ.ศ. 2561 – 2563 มูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทยของจีนลดลง ในปี พ.ศ. 2560 จีนนำเข้ายางพารา 99,213.34 ล้านบาทแต่ในปี พ.ศ. 2561 จีนลดการนำเข้าจากไทยเหลือเพียง 68,353.67 ล้านบาทและ 39,609.31 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2563 (การยางแห่งประเทศไทย, 2563) เนื่องด้วยในปี พ.ศ. 2561 เกิดสถานการณ์สงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาโดยเป็นการกีดกันด้านการค้าและการลงทุนในหลาย ๆ ด้านหนึ่งในการกีดกันทางการค้าที่สำคัญคือการเพิ่มภาษีศุลกากรนำเข้าสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่มีถิ่นกำเนิดจากประเทศจีน ยางรถยนต์เป็นหนึ่งในสินค้าที่ถูกเพิ่มภาษีนำเข้า เริ่มขึ้นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 สหรัฐตั้งภาษีศุลกากรนำเข้ายางรถยนต์ที่มีถิ่นกำเนิดจากจีนเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์ โดยยางรถยนต์จัดอยู่ในสินค้าพิกัดศุลกากรขึ้นต้นเลขหมวดที่ 4006 จัดเป็นหนึ่งในสินค้าในประกาศกีดกันทางการค้าของนายกรัฐมนตรีดอนัลด์ ทรัมป์ ประกาศที่ List\_4A\_ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ถัดมาในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 มีประกาศเพิ่มภาษีนำเข้ายางรถยนต์จากจีนเพิ่มขึ้นอีก 25 เปอร์เซ็นต์ นับว่าเป็นการเพิ่มภาษีนำเข้าที่ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกคิดเป็นสินค้ามูลค่ารวม 5 แสนล้านเหรียญสหรัฐของสินค้าทั้งหมด 5,745 รายการ (ณัชชา อนันตกุลนิติกร, 2561) โดยจากข้อมูลสำนักงานศุลกากรของจีนพบว่าการส่งออกสินค้าจากจีนไปยังสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของจีน ลดลง 16 เปอร์เซ็นต์ อยู่ที่ระดับ 44,400 ล้านดอลลาร์ เช่นเดียวกับยางรถยนต์ที่หลังภาษีนำเข้ายางรถยนต์เพิ่มขึ้นจีนมียอดการส่งออกยางรถยนต์ไปสหรัฐอเมริกาอันลดลง อัตราภาษีที่

เพิ่มขึ้นของยางรถยนต์ทำให้มูลค่าส่งออกยางรถยนต์ของจีนลดลง (General Administration of Customs of the People's Republic of China, 2561) ดังนั้น มูลค่าการส่งออกยางพาราธรรมชาติของไทยซึ่งเป็นวัตถุดิบหรือสินค้าขั้นกลางย่อมน้อยลงไปด้วยส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกยางในประเทศไทยกล่าวคือปริมาณการนำเข้ายางจากไทยลดปริมาณลง จากข้อมูลทางสถิติพบว่าตั้งแต่เกิดเหตุการณ์สงครามการค้าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยลดลงในปีพ.ศ 2561 ถึง 31.1 เปอร์เซ็นต์ (การยางแห่งประเทศไทย, 2563) เนื่องจากโรงงานผลิตยางรถยนต์ในจีนต้องปรับปริมาณการผลิตยางรถยนต์ทำให้ต้องลดคำสั่งซื้อหรือนำเข้ายางพาราจากไทยตามไปด้วย กล่าวได้ว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดโดยวัดจากมูลค่าการส่งออกยางพารามากกว่าประเทศผู้ส่งออกยางพาราที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเตรียมแผนรับมือกับกลไกตลาดที่เปลี่ยนแปลง หากมองในระยะยาว การต่อต้านการทุ่มตลาดและต่อต้านการอุดหนุนสินค้าจากจีน อาจมีผลต่อการเคลื่อนย้ายฐานผลิตจากจีนไปยังประเทศอื่น ประเทศไทยจึงต้องเตรียมวางแผนรับมือเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการแข่งขันทางด้านการค้า โดยแผนรับมือกับกลไกตลาดที่เปลี่ยนแปลง วิจัยเล่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาแนวทางการแก้ไขหรือแนะนำปัญหายางพาราในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผู้นำเข้ามีการกีดกันทางการค้าทางอ้อม ดังนั้น การศึกษาสินค้ายางพาราที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่มีความต้องการยางพาราเพื่อส่งออกไปยังตลาดที่ต้องการ

ผลกระทบวิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ยกกระดับให้เป็นภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลกโดยในปี พ.ศ 2563 จากการวิเคราะห์สถานการณ์ผลกระทบวิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อโลกจะมีผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ เนื่องจากเมืองอู่ฮั่นในประเทศจีนเป็นจุดเริ่มต้นของการระบาด จีนซึ่งเป็นโรงงานผลิตและส่งออกสินค้าขั้นกลางรายใหญ่ของโลก จำเป็นต้องหยุดการผลิตตามที่ทางการจีนมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวด อีกทั้งเมืองอู่ฮั่นเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์และเป็นศูนย์กลางการค้าการขนส่งของจีน อีกทั้งรถไฟและสนามบินที่เชื่อมต่อกับสายการบินหลักของโลก ก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์แพร่ระบาด ในปี 2561 เศรษฐกิจจีนมีขนาด 16 เปอร์เซ็นต์ของเศรษฐกิจโลก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จากสถิติดังกล่าวสอดคล้องกับอัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในมูลค่าการนำเข้ายางพาราจากไทย ตามตาราง 4 ที่อัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้ายางพาราของจีนลดลง 20.99 เปอร์เซ็นต์ ผลกระทบที่ชัดเจนของวิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อยางพาราของไทยในตลาดภูมิภาคในประเทศไทยถือว่ามีความเสี่ยงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนเพียง

ร้อยละ 10 ผู้ผลิตถุงมือยางในประเทศส่วนใหญ่จะทำการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก สัดส่วนกว่าร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งถุงมือยางที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ ถุงมือใช้ในการตรวจโรคเนื่องจากตลาดมีความต้องการมาก มูลค่าการส่งออกถุงมือยาง ขยายตัว 125.9 เปอร์เซ็นต์และคำสั่งซื้อยาวถึงปลายปี พ.ศ. 2564 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

เมื่อศึกษาต่อไปพบว่า การขยายตลาดส่งออกหรือเพิ่มช่องทางการส่งออกใหม่เพื่อขยายโควตาการส่งออก จากข้อมูลตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญ 10 อันดับของไทยพบว่านอกจากประเทศจีน ไทยยังส่งออกยางพาราไปยังประเทศอื่น ๆ (สถาบันพลาสติก, 2564) ดังนั้น หากการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนมีอัตราการขยายตัวลดลงหรือมีแนวโน้มจะลดลงอย่างต่อเนื่องจากสงครามการค้าและผลกระทบจากวิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การขยายตลาดหรือเพิ่มอัตราการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ ถือเป็นหนึ่งวิธีการแก้ปัญหาการส่งออกยางพารา ตลาดส่งออกหลังของยางพาราลดลง ไทยควรย้ายหรือเพิ่มตลาดรองรับเพื่อรองรับกับมูลค่าการส่งออกในตลาดหลัก คือ จีน ที่น้อยลง ดังนั้น การศึกษากฎเกณฑ์การนำเข้าหรือโควตาการส่งออกถือเป็นเรื่องที่สำคัญ งานวิจัยเล่มนี้ศึกษาเพื่อขยายโควตาการส่งออกยางพาราไปยังของประเทศที่มีการนำเข้ายางพารามากที่สุดในโลก 30 อันดับแรกของโลก ตามพิกัดศุลกากรทั้งหมด 56 รายการในหมวดยางพาราที่ไทยส่งออก

### ความมุ่งหมายของงานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์โอกาสการขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออก และนำเข้าในอุตสาหกรรมยางพาราไทย ดังนี้

1. ข้อมูลสถิติภูมิอนุกรมเวลาแบบรายปีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปี
2. สินค้าส่งออกในหมวดยางพาราของไทยทั้งหมดตามรหัสศุลกากร 56 รายการ
3. ประเทศที่นำเข้ายางพารามากที่สุด 30 อันดับแรกของโลกในแต่ละรายการสินค้าทั้ง 56 รายการที่ไทยมีการส่งออก

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสถานการณ์นำเข้าและส่งออกที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แข่งขันในอุตสาหกรรมยางพาราของไทยและของโลก
2. ทำให้เกษตรกร ผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องในการผลิตยางพาราของไทยมีโอกาสในการ พัฒนา ปรับปรุง กระบวนการ รวมทั้งทราบถึงแนวโน้มการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มอัตราส่วนการขยายตลาดการส่งออกยางพาราไทย

## นิยามคำศัพท์เฉพาะ

### พิกัดศุลกากร (Harmonized System)

หมายถึง ระบบการจำแนกประเภทและระบุชนิดสินค้าด้วยรหัสตัวเลข 6 หลัก สำหรับแจ้งภาษีอากรซึ่งประกาศใช้โดยองค์การศุลกากร ซึ่งในงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะรหัสศุลกากร 6 หลักในหมวดยางพาราเท่านั้น

### กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of origin)

หมายถึง กฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อกำหนดสัญชาติของสินค้า เนื่องจากปัจจุบันการผลิตสินค้าอาจไม่ได้ผลิตภายในประเทศหนึ่งประเทศใดเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีการนำเข้าวัตถุดิบ หรือ ชิ้นส่วนจากหลายประเทศ เพื่อให้การผลิตสินค้านั้นมีต้นทุนต่ำที่สุด กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าจึงเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับใช้จำแนกว่าสินค้านั้นมีแหล่งกำเนิด ณ ประเทศใด

### สงครามการค้า (Trade war)

หมายถึง ความขัดแย้งทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากลัทธิคุ้มครองชั้นรุนแรง ซึ่งรัฐหนึ่งจะขึ้นหรือเก็บภาษีศุลกากรหรือมาตรการกีดกันทางการค้าอื่น ๆ ซึ่งกันและกันเพื่อตอบสนองต่ออุปสรรคทางการค้าที่เกิดขึ้นจากอีกฝ่าย ซึ่งในงานวิจัยนี้มีการกล่าวถึงสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา

### ช่องว่างในตลาด (Market Gap)

หมายถึง ข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่ามีกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่อยากได้สินค้าหรือบริการประเภทนี้ ซึ่งในงานวิจัยนี้เน้นการวิเคราะห์ช่องว่างในตลาดส่งออกยางพาราที่ไทยสามารถเพิ่มการส่งออกไปยังประเทศปลายทางได้

### โรคโควิด 19 (Coronavirus disease 2019, COVID-19)

หมายถึง การติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ ซาร์ส-โควี-2 (SARS-CoV-2) ซึ่งได้มีการค้นพบการระบาดครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ.

#### การสร้างการค้า (Trade creation)

หมายถึง การเพิ่มปริมาณการค้าจากการที่ประเทศสมาชิกสามารถนำเข้าสินค้าสินค้าได้อย่างเสรีจากประเทศสมาชิกอื่น ๆ ภายในกลุ่มที่ผลิตได้ถูกกว่า ซึ่งในงานวิจัยได้ใช้วิธีการศึกษา The Wisarn's RCA matching approach ในการหารายการสินค้าที่ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจับคู่กับรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า เพื่อสามารถนำไปสู่การสร้างโอกาสทางการค้าได้

#### การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade diversion)

หมายถึง การที่สินค้านำเข้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าที่มาจากประเทศนอกกลุ่มเศรษฐกิจได้ถูกแทนที่โดยสินค้านำเข้าจากประเทศสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มที่มีต้นทุนสูงกว่า ซึ่งในงานวิจัยหมายถึงประเทศคู่ค้าที่นำเข้าจากพม่าจากไทยนำเข้าประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) น้อยกว่าไทย

#### การสร้างโอกาสทางการค้า (Trade opportunity)

หมายถึง รายการสินค้าที่สามารถนำไปเจรจาในการเพิ่มปริมาณการค้าและขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทยได้ เนื่องจากเป็นรายการสินค้าที่มีการสร้างการค้า และมีค่าดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าน้อยกว่า 1 ( $MII < 1$ )

#### ความเข้มข้นในการนำเข้า (Import intensity index, MII)

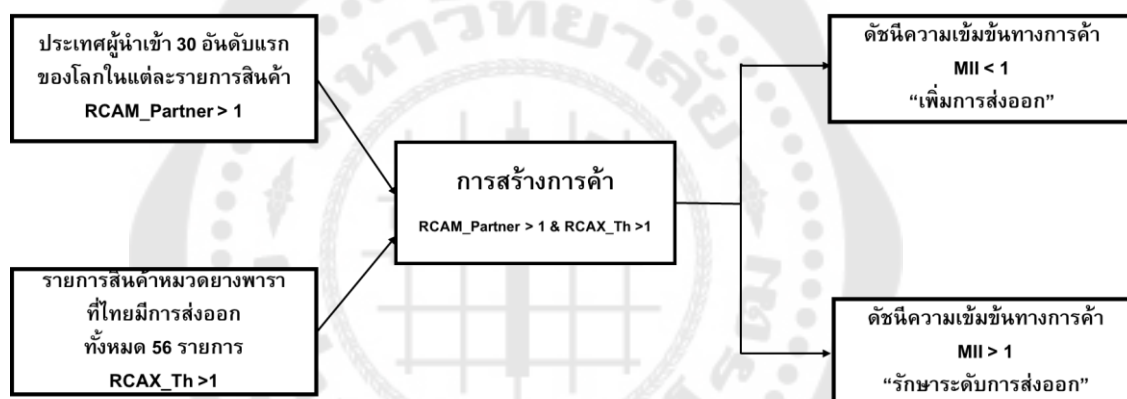
หมายถึง ดัชนีจำแนกปริมาณการนำเข้าสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้าจากประเทศนั้น ๆ แบ่งเป็นสองประเภท ได้แก่ ความเข้มข้นในการนำเข้ามากกว่าหนึ่งและความเข้มข้นในการนำเข้าน้อยกว่าหนึ่ง ในงานวิจัยเล่มนี้หมายถึงดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าจากพม่าในประเทศคู่ค้าที่สร้างการค้า (Trade creation)

#### ประเทศคู่ค้า (Partners)

หมายถึง การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศ ประเทศที่ทำการซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในงานวิจัยเล่มนี้กล่าวถึงประเทศ 30 อันดับแรกที่นำเข้าจากพม่าในรายการที่ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแต่ละรายการ

### กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยพิจารณาข้อมูลค่าการส่งออกและนำเข้าจาก Trade map ซึ่งพัฒนาโดย the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) โดยครอบคลุมระหว่างปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปี (the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC), 2559-2563) นอกจากนี้ได้รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์การส่งออกและนำเข้าสินค้าและผลิตภัณฑ์จากยางพารา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน องค์การวิจัยยาง รวมถึงบทความเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ได้กรอบแนวคิดงานวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

ที่มา: ผู้วิจัย

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ได้รับการเผยแพร่ตีพิมพ์เพื่อนำมาซึ่งแนวคิด ทฤษฎี และวิธีการที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและเพื่อจัดทำกรอบแนวคิดของการศึกษา

1. ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา
2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา

##### ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) แนวคิดของอดัม สมิท (Adam Smith) เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดในเรื่องการแบ่งงานกันทำตามความถนัด ทำให้เกิดความชำนาญ ในการผลิตสินค้านั้นๆ ทำให้การค้าระหว่างประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ คือความได้เปรียบในการผลิตที่ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าได้เท่ากับที่ประเทศอื่นผลิตได้โดยใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่า หรือในกรณีที่ใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน แต่ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง ทฤษฎีนี้เชื่อว่าประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีความเชี่ยวชาญมากกว่าแล้วส่งสินค้านั้นไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนต้องการ อดัม สมิท จะเน้นให้นโยบายการค้าเสรีโดยไม่มีการควบคุมแทรกแซงใด ๆ จากรัฐ เพื่อส่งเสริมให้มีการแบ่งแยกแรงงานอย่างเต็มที่ให้ทุกประเทศได้เลือกผลิตสินค้าเฉพาะที่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน หากการค้าของโลกไม่มีข้อจำกัดแต่ละประเทศจะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยแต่ละประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) โดยทฤษฎีสรุปได้ว่า ความมั่งคั่งของประเทศเกิดจากประเทศหนึ่งประเทศใดผลิตและบริโภคสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น (Adam Smith, 2319)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) โดย เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) กล่าวว่า แม้ประเทศหนึ่งจะอยู่ในฐานะเสียเปรียบการค้าอีกประเทศหนึ่งในเรื่องการผลิตสินค้าทุกชนิดก็ตาม แต่ประเทศทั้งสองสามารถทำการค้าต่อกันได้ โดยแต่ละประเทศจะเลือกผลิต สินค้าซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นแล้ว ประเทศตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำสุดแล้วนำไป แลกเปลี่ยนกับอีกประเทศหนึ่งทั้ง 2 ประเทศ ต่างก็จะได้รับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศโดยการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิต แต่ถ้าทั้ง 2 ประเทศต่างมีต้นทุนเปรียบเทียบเท่ากันแล้ว การค้าระหว่างประเทศก็จะไม่เกิดขึ้นเพราะไม่มีฝ่ายใดได้ประโยชน์จากต้นทุนเปรียบเทียบ สรุปได้ว่า ประเทศต่าง ๆ ควรมุ่งผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้โดยเสียต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบ การกระทำเช่นนี้จะส่งผลให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) หรือปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน ประเทศที่ผลิตสินค้าโดยเสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดจะผลิตสินค้านั้นเพื่อการส่งออก (David Ricardo, 2366)

ทฤษฎีของเฮกเซอร์ ออแลง (Heckscher Ohlin Theory) ประเทศแต่ละประเทศจะมีทรัพยากรการผลิตในปริมาณที่แตกต่างกัน การผลิตสินค้า ชนิดใดก็จะขึ้นอยู่กับปริมาณและชนิดของทรัพยากรการผลิตที่แต่ละประเทศมีอยู่ ถ้าหากประเทศใดประเทศหนึ่งมีแรงงานจำนวนมาก กระบวนการผลิตของประเทศนั้นก็จะเป็นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นทำให้ผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยในการผลิต ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากประเทศใดประเทศหนึ่งมีปัจจัยทุนจำนวนมาก กระบวนการผลิตของประเทศนั้นก็จะเป็นการผลิตที่ใช้ทุนเข้มข้นก็จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนเป็นปัจจัยในการผลิต สรุปได้ว่าเฮกเซอร์ ออแลง เน้นในเรื่องความแตกต่างของปัจจัยการผลิตเริ่มต้นที่แต่ละประเทศมีอยู่และราคาปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศ จากทฤษฎีนี้แต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าโดยคำนึงถึงปัจจัยการผลิตที่มีมากโดยเปรียบเทียบส่งผลให้ปัจจัยการผลิตนั้นมีราคาถูกลงและนำเข้าสินค้าเฉพาะปัจจัยการผลิตที่หายากโดยเปรียบเทียบ ดังนั้น ปัจจัยการผลิตดังกล่าวจะมีราคาแพง (Heckscher-Ohlin, 2522)

ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage) โดย ไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ (Michael E. Porter) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยมีแนวคิดที่ว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศพยายามเลือก วิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในอุตสาหกรรมในประเทศของตน ดังนั้นแต่ละประเทศจึง จำเป็นที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาส รวมถึงการคุกคามจากประเทศคู่แข่งและ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศของตนและคู่แข่งกัน เพื่อให้สามารถหาแนวทาง ปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้น ไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ เน้นแนวคิดที่ว่า "ประเทศใดจะสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ภายในประเทศจะต้องมีความได้เปรียบจากการแข่งขันก่อน" จะต้องพิจารณาจากปัจจัย 4 ปัจจัย 1) สถานะด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ และทุน รวมถึงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้า ซึ่งปัจจัยตัวแรกนี้เป็นผลกระทบในด้านของทุน 2) สถานะด้านอุปสงค์ เมื่อผลิตและจำหน่ายภายในประเทศแล้ว สินค้าสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ที่ 1 อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศสูง ถือเป็นความได้เปรียบของสินค้าและมีโอกาสในการออกไปแข่งขันในต่างประเทศได้ 3) สถานะด้านอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวพันกัน ธุรกิจจะต้องพิจารณาว่าผู้ส่งมอบวัตถุดิบนั้นหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของ ไม่จำเป็นต้องมีผู้ส่งมอบวัตถุดิบอยู่แค่ภายในประเทศเท่านั้น แต่สามารถแสวงหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกจากต่างประเทศเช่นกัน 4) สถานะด้านกลยุทธ์โครงสร้างการแข่งขันของบริษัท โครงสร้างการแข่งขันของบริษัท กลยุทธ์และโครงสร้างที่ดีจะต้องสามารถปรับให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันของธุรกิจได้ มีความยืดหยุ่นที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา

## ทฤษฎีเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ

ทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ผลกระทบจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจส่วนใหญ่ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันพัฒนาต่อเนื่องมาจากงานของ Viner (2493) ซึ่งมีแนวคิดว่าการรวมเศรษฐกิจจะเกิดผลประโยชน์หรือผลเสียต่อสวัสดิการของประเทศต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับผลสุทธิของการสร้างการค้า (Trade creation) และ การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) (Viner J., 2493)

การสร้างการค้า (Trade creation) เกิดขึ้นประเทศสมาชิกรายหนึ่งมีการนำเข้าสินค้าจากประเทศสมาชิกอื่นซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแทนการผลิตภายในประเทศที่มีต้นทุนสูงกว่าเมื่อประเทศสมาชิกเพิ่มการนำเข้าจากประเทศสมาชิกอื่นโดยไม่ได้อัดการนำเข้าจากประเทศใด สรุปได้ว่า การสร้างปริมาณการค้าเกิดจากการนำเข้าจากประเทศภายในกลุ่มซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแทนการผลิตภายในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าเมื่อภาษีลดลงเหลือศูนย์ ซึ่งทำให้สวัสดิการของประเทศดีขึ้นและการจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างการค้าจึงถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดกับประเทศสมาชิกและกับโลก

การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) เกิดจากการนำเข้าจากประเทศภายในกลุ่มที่มีต้นทุนที่สูงกว่าแทนการนำเข้าเดิมจากประเทศนอกกลุ่มที่มีต้นทุนต่ำกว่าเมื่อลดภาษีลงเหลือศูนย์ ซึ่งอาจจะลดสวัสดิการของประเทศและประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากร กล่าวได้ว่าการเบี่ยงเบนทางการค้าอาจจะเป็นผลเสียต่อประเทศสมาชิก หากประเทศสมาชิกรายหนึ่งนำเข้าสินค้าจากประเทศสมาชิกอื่นที่มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าแทนการนำเข้าเดิมจากประเทศนอกกลุ่มที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าจะส่งผลให้สวัสดิการภายในประเทศลดลงและการจัดสรรทรัพยากรของโลกเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งถือว่าเป็นผลเสียผลสุทธิต่อสวัสดิการของประเทศจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจจึงไม่อาจสรุปได้ชัดเจนล่วงหน้าว่าจะเกิดประโยชน์หรือผลเสียต่อประเทศ จึงเป็นต้องเปรียบเทียบระหว่างการสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าว่าส่วนใดมีค่ามากกว่ากัน

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นการสร้างโอกาสทางการค้า โอกาสในการจัดการปัจจัยการผลิต และการเคลื่อนย้ายทุนการผลิตสินค้า รวมทั้งมีการลดหรือยกเลิกอุปสรรคและข้อกีดขวางทางการค้าต่าง ๆ ในรูปมาตรการทางภาษีและมิใช่ภาษี โดยงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีเป้าหมายสำคัญเพื่อชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้องทางด้านการค้าระหว่างสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสทางการค้าระหว่างกัน วิเคราะห์ศักยภาพทางการค้าที่จะเกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในลักษณะของการทำความตกลงจัดตั้งเขตเสรี โดยใช้ดัชนีชี้วัดทางการค้า (Trade Intensity Index) ความเข้มข้นของการค้าระหว่างประเทศของสองประเทศ งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเกี่ยวกับการความเข้มข้นของการนำเข้าระหว่างประเทศคู่ค้าและประเทศไทยเพื่อวัดมูลค่าการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่มีการสร้างการค้าที่นำเข้าอย่างพาราจากไทย (Richard Hitzemann, 2558)



### ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

บาลาสซาได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) ไว้ว่า การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะพิจารณาถึงต้นทุนเปรียบเทียบและความแตกต่างของปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา เช่น ชื่อเสียงของสินค้าที่มี ผลต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศและอยู่ภายใต้ข้อสมมุติฐานที่ว่าทุกประเทศมีรสนิยมและมีภาระภาษีของแต่ละอุตสาหกรรมเหมือนกัน อัตราส่วนมูลค่าสินค้าส่งออก-นำเข้า จะสะท้อนให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและนำเข้าในสินค้าชนิดเดียวกัน เป็นวิธีที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการค้าระหว่างประเทศที่เรียกว่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏวัดจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่ง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้น ๆ ในตลาดซึ่งหากค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศหนึ่ง ๆ มีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบในสินค้านั้น ๆ ของประเทศนั้น ๆ ในตลาด (Balassa B., 2532) โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสามารถคำนวณโดย

$$RCA_{ik} = \frac{(X_{ik}/X_i)}{(X_{wk}/X_w)}$$

$RCA_{ik}$  คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปประเทศที่ต้องการศึกษา

$X_{ik}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปประเทศที่ต้องการศึกษา

$X_i$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศที่ต้องการศึกษา

$X_{wk}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก

$X_w$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

$\frac{X_{ik}}{X_i X_i}$  คือ สัดส่วนระหว่างมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i กับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

$\frac{X_{wk}}{X_w}$  คือ สัดส่วนระหว่างมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก (w) กับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

บาลาสซาได้เสนอแนวความคิดเพื่อใช้เป็นดัชนีให้เห็นถึงลำดับของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้ตัวชี้วัด 2 รูปแบบ (Balassa B., 2532) คือ

1. Export-Import Ratio ภายใต้สมมุติฐานของรสนิยมเดียวกันและรูปแบบภาษีเดียวกันซึ่งทำให้ประเทศมีความได้เปรียบมากในการผลิตสินค้าถ้าสัดส่วนของมูลค่าราคาสินค้าที่ส่งมอบคุณค่าเรือของการส่งออกต่อการนำเข้าสูง แต่อย่างไรก็ตาม จากข้อสมมุติที่ว่าทุกประเทศมีรสนิยมเดียวกันและรูปแบบภาษีเดียวกัน ไม่สามารถปฏิบัติได้ในโลกของความเป็นจริง การนำเข้าจะได้รับผลกระทบกระเทือนจากความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านรสนิยมรวมทั้งความไม่เหมือนกันในอุตสาหกรรมด้านการกีดกันทางภาษีศุลกากรเช่นสถานการณ์ที่จีนและสหรัฐอเมริกา กำลังเผชิญ อีกทั้งยังพาราเป็นสินค้าขึ้นกลาง สัดส่วนของสินค้าส่งออกและแปรรูปขึ้นไปในการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้นการจะพิจารณาจากอิทธิพลเหล่านี้จะต้องแยกพิจารณาเฉพาะสถานการณ์และเฉพาะเจาะจงผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเพื่อให้การเปรียบเทียบแบบลง

2. Export Share RCA สามารถหาได้ผลผลิตการดำเนินการค้า (Trade Performance) ของแต่ละประเทศในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เนื่องจากรูปแบบของสินค้าที่ทำการค้าละสะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนรวมทั้งความแตกต่างของปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างการส่งออก การประเมินในรูปแบบของ RCA ให้น้ำหนักส่วนใหญ่มากกับการส่งออก โดยประเมินจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของส่วนแบ่งของประเทศในการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดกับการส่งออกของโลก โดยดัชนีจะอธิบายลักษณะ Export Performance ของแต่ละประเทศ โดยค่า RCA ที่คำนวณได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกที่มีค่าเท่ากับ 1 (Balassa B., 2532)

ถ้าค่า  $RCA > 1$  แสดงว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี

ถ้าค่า  $RCA < 1$  แสดงว่า ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

### ข้อจำกัดของทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

การคำนวณหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้ใช้ข้อมูลการส่งออกหรือการนำเข้า แต่ไม่ได้เชื่อมโยงไปให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการผลิตของสินค้าชนิดนั้นได้ และกรณีมีการกีดกันทางการค้า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่สามารถแสดงผลของการกีดกันทางการค้าได้เลย โดยข้อมูลการส่งออกและนำเข้าในวิจัยเล่มนี้อยู่ระหว่างช่วงก่อนเกิดสงครามทางการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศผู้นำเข้าหลักยางพาราจากไทย อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกยางพาราตามรายการสินค้าได้



## ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### วิจัยที่เกี่ยวข้องกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

สุดารัตน์ สุขเลิศ (2564) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาลีบาบา จากการศึกษาพบว่า ทุเรียนไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดจีนในปีพ.ศ. 2561 มีค่า 26.92 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2560 ร้อยละ 9.37 ภายหลังจากการก่อตั้ง Thai Rice Flagship Store หรือโครงการสนับสนุนชาวไทยขายออนไลน์ในจีน ทุเรียนไทยมีอัตราการเจริญเติบโตของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าก่อนความร่วมมือ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนอื่นได้แก่ การสนับสนุนของรัฐบาลภายใต้นโยบาย Thailand 4.0 การเจริญเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลาง การขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และรสนิยมในการรับประทานผลไม้ไทยของชาวจีน ต่อมาในปีพ.ศ. 2562 จีนอนุญาตให้มาเลเซียสามารถนำเข้าทุเรียนสดแช่แข็งได้ซึ่งมีนัยสำคัญว่าทุเรียนสดทั้งลูกของมาเลเซียที่แช่แข็งด้วยกรรมวิธีพิเศษสามารถส่งออกไปยังจีนได้อย่างเป็นทางการแล้วจึงส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของทุเรียนไทยในจีนมีการเจริญเติบโตในอัตราที่ถดถอย โดยในปีพ.ศ. 2561 ส่วนแบ่งการตลาดของทุเรียนไทยมีร้อยละ 38.20 ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงจากปีพ.ศ. 2560 ติดลบร้อยละ 2.96 เนื่องด้วยสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นไทยจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการผลิตและส่งออกทุเรียน โดยอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนเพื่อคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ในตลาดจีน (สุดารัตน์ สุขเลิศ, 2564, น. 1-22)

สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์ กมลทิพย์ ใหม่ทุม และ อนุพงศ์ วงไชย (2563) ได้ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยเปรียบเทียบกับอินโดนีเซียและมาเลเซีย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Reveal Comparative Advantage: RCA) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 – 2556 ผลการวิจัยพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่มีศักยภาพความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำยางชั้นยางแผ่นรมควัน และยางแท่งเนื่องจากมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเฉพาะยางแผ่นรมควันและยางแท่งเท่านั้น ส่วนน้ำยางชั้นเห็นได้ว่าอินโดนีเซียมีความเสียเปรียบ เนื่องจากค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 จึงทำให้อินโดนีเซียอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันการผลิต

ยางพาราในตลาดโลกต่อไปและประเทศมาเลเซียมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ในการส่งออกน้ำยางชั้นและยางแท่ง ยกเว้นยางแผ่นรมควันมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบและมีศักยภาพมากที่สุดจึงควรที่จะเร่งทำการผลิตน้ำยางชั้นยางแผ่นรมควันและยางแท่งเพื่อส่งขายไปยังตลาดโลก นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญและสนับสนุนการผลิตยางพาราภายในประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นและเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต (สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์ กมลทิพย์ ใหม่ชุม และ อนุพงศ์ วงไชย, 2563, น. 2-18)

ธานินทร์ ไชยเย็นชน ปนัดดา อำไฉ วชิราภรณ์ สาธิตาโพ และกฤษฎา ธนานุวัฒนกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งและเครื่องอุปโภคอื่นๆ สำหรับทำความเย็นหรือทำให้เย็นจนแข็งของประเทศไทย ด้วยการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งและเครื่องอุปโภคอื่นๆ สำหรับทำความเย็นหรือทำให้เย็นจนแข็งของไทยเมื่อเทียบกับคู่แข่งหลักได้แก่จีนและสหรัฐอเมริกา ในการส่งออกไปยังตลาดโลก ญี่ปุ่นและเวียดนาม ด้วยการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปกติ (Normalized Revealed comparative advantage, NRCA) และดัชนีดุลการค้า (Trade Balance Index, TBI) ซึ่งการวิเคราะห์ใช้ข้อมูลทศนิยมจำแนกตามระบบพิกัดศุลกากรแบบฮาร์โมนไนซ์ (HS code 8418) ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2550-2559 พบว่า ไทยเป็นผู้ส่งออกสุทธิและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลก ญี่ปุ่นและเวียดนาม ส่วนจีนเป็นผู้ส่งออกสุทธิและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลกและญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามแม้จีนเป็นผู้ส่งออกสุทธิแต่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังเวียดนาม สำหรับสหรัฐอเมริกาในภาพรวมเป็นผู้นำเข้าสุทธิและมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังทั้งตลาดโลก ญี่ปุ่นและเวียดนาม จากผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าแม้ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งฯ ไปยังตลาดโลก ประเทศญี่ปุ่นและประเทศเวียดนาม แต่เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันผู้ผลิตผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยควรร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งฯ (ธานินทร์ ไชยเย็นชน ปนัดดา อำไฉ วชิราภรณ์ สาธิตาโพ และกฤษฎา ธนานุวัฒนกุล, 2563, น. 1-35)

นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และ วรณสินท์ สัตยานุวัตร (2563) ได้ศึกษาเรื่องฮาลาลกับความยั่งยืนของประเทศไทย ในโครงการการศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมฮาลาล การศึกษาเพื่อกำหนดประเทศเป้าหมายในการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้น การศึกษาที่ใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) โดยประยุกต์ใช้ Trade Intensity Index (TII) และข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวรายประเทศ OIC ของปี พ.ศ. 2558 – 2560 ของ World Tourism Organization (WTO) พบว่า 1) ประเทศจากกลุ่ม STARS คือ ซาอุดีอาระเบีย เน้นการรักษาระดับการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว รักษาความโดดเด่น ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของไทย 2) ประเทศจากกลุ่ม Cash Cows คือ โอมานและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เน้นดำเนินกลยุทธ์ตอบโต้ประเทศคู่แข่งและออกนโยบายให้ทันต่อสถานการณ์การออกเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อสร้างการมาท่องเที่ยวซ้ำ 3) ประเทศจากกลุ่ม Question Marks คือ บรูไน อิหร่าน เน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวโลกมีสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้ามากขึ้น การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เพิ่มเติมเป็นสิ่งจำเป็น 4) ประเทศจากกลุ่ม Dogs โดยทั่วไปเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศน้อย และ ไม่นิยมเดินทางมาประเทศไทยจึงไม่ควรต้องทุ่มงบประมาณ แต่มีประเทศที่น่าสนใจเนื่องจากมีค่า TII ใกล้ 1 คือ เยอรมัน และบราซิล เน้นการประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงประเทศไทยเป็นตัวเลือกของจุดหมายปลายทาง (นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และ วรณสินท์ สัตยานุวัตร, 2563, น. 38-45)

โชติมา โชติกเสถียร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยสู่กลุ่มประเทศเอเชียใต้ พบว่า การส่งออกกุ้งของไทยมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกอยู่เป็นอันดับที่ 5 ของโลกและมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เวียดนาม ตามลำดับสำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญในกลุ่มประเทศเอเชียใต้ คือ เมียนมา ปากีสถาน ผลิตภัณฑอาหารทะเลกระป๋องและอาหารแปรรูปที่สำคัญ ได้ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง กุ้งแปรรูป กุ้งสดอื่นๆ ที่แช่เย็นแช่แข็ง จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของไทยเทียบกับประเทศอินเดียและเวียดนาม พบว่า ประเทศไทยยังมีความเสียเปรียบในการส่งออกกุ้งให้กับประเทศอินเดียและเวียดนาม เนื่องจากค่า RCA ที่ได้ในช่วงปี 2551-2560 มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามความเสียเปรียบดังกล่าวมีการปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและอาหารแปรรูปจากแบบจำลอง Autoregressive พบว่า มูลค่าการ

ส่งออกในเดือนก่อนหน้า (Export t-1) ระดับดัชนีราคาสินค้าออกของภาคการผลิตประมง (PriceIND) และอัตราแลกเปลี่ยน (FX) มีผลต่อมูลค่าการส่งออกในทิศทางเดียวกัน ส่วนดัชนีราคาสินค้าออกในรูปเงินบาท ( $FX \times PriceIND$ ) มีผลต่อมูลค่าการส่งออกในทิศทางตรงกันข้าม ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น รัฐบาลจึงควรหาความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการส่งเสริมการส่งออก กู้ให้ขยายฐานเศรษฐกิจมากขึ้น ควรมีส่งเสริมการผลิตโดยการพัฒนาเครื่องมือและเครื่องจักรที่สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตทั้งกุ้งสดและเครื่องมือสำหรับการแปรรูป (โชติมา โชติกเสถียร, 2562, น. 1-12)

ภคจิรา ทวีกาญจน์ (2563) ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันน้ำตาลทรายของไทยในตลาดอาเซียน พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของการส่งออกน้ำตาลทรายไปยังตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 35.37 ในปีพ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นเป็น 77.29 ในปีพ.ศ.2561 และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 77.29 ขณะที่ประเทศบราซิลมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 2.44 ในปีพ.ศ.2559 ลดลงเหลือ 1.66 ในปีพ.ศ.2561 โดยมีค่าเฉลี่ยตลอดสามปีเท่ากับ 2.01 ขณะที่ส่วนแบ่งตลาด (MS) พบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้ำตาลทรายในอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกันและอยู่ในระดับสูงมากทั้ง 3 ปีโดยเท่ากับ 45.39 ในปีพ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นเป็น 62.50 ในปีพ.ศ.2561 เฉลี่ยสามปีเท่ากับ 55.85 ส่วนประเทศบราซิลมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องโดยเท่ากับ 11.50 ในปีพ.ศ.2559 เป็น 10.20 ในปีพ.ศ.2561 เฉลี่ยสามปีเท่ากับ 10.20 นอกจากนี้ยังพบว่าความสามารถในการแข่งขันทางการค้า (TC) มีแนวโน้มเช่นเดียวกับการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และส่วนแบ่งตลาด (MS) โดยประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องกล่าวคือในปีพ.ศ.2559 ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันทางการค้า (TC) เท่ากับ 0.70 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.85 ในปีพ.ศ. 2561 เฉลี่ยสามปีเท่ากับ 0.78 ส่วนประเทศบราซิลมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องคือเท่ากับ 0.55 ในปีพ.ศ.2559 เหลือ 0.29 ในปีพ.ศ.2561 เฉลี่ยสามปีเท่ากับ 0.39 (ภคจิรา ทวีกาญจน์, 2563, น. 35-60)

วันทนา รอดบุญตร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีน พบว่า ทั้งประเทศไทยและเวียดนาม มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในระหว่างพ.ศ. 2547-2558 มากกว่า 1 ทุกปีที่ศึกษา แสดงว่าประเทศไทยและเวียดนามต่างก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกมันสำปะหลังไปตลาดจีน แต่หากเปรียบเทียบค่า RCA ระหว่างสองประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2558 ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่าประเทศเวียดนาม อีกทั้งประเทศไทยมีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้น ส่วนประเทศเวียดนามมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงซึ่งแสดงว่าระหว่างปี พ.ศ. 2553-2558 ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ามันสำปะหลังไปตลาดจีน มากกว่าประเทศเวียดนาม (วันทนา รอดบุญตร, 2561, น. 1-25)

วรรณสินท์ สัตยานุวัตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าของประเทศไทย กรณีศึกษาอิทธิพลสำคัญที่สร้างขึ้นโดยข้อตกลงการค้าระดับภูมิภาค (RTAs) และผลกระทบของพวกเขาคือสมาชิกและผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างการค้าและผลกระทบด้านการค้า การศึกษานี้เสนอวิธีการใหม่ คือ The Wisam's RCA matching approach เพื่อระบุสินค้าที่สร้างการค้าหรือเบี่ยงเบนทางการค้าระหว่างประเทศไทยในพิกัดศุลกากร 6 หลัก ผลการศึกษาพบว่า วิธีการวิจัยนี้ประยุกต์ใช้กับการสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าจากแบบจำลองของ Viner (1950) แสดงถึงความได้เปรียบในการส่งออกเปรียบเทียบ (RCAX) และความได้เปรียบการนำเข้าเปรียบเทียบ (RCAM) และตรงกับ RCAX และ RCAM พบว่า บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย สหรัฐอเมริกา และยุโรปมี 148 รายการที่สร้างการค้า (วรรณสินท์ สัตยานุวัตร, 2558, น. 1-14)

ตาราง 6 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

| ผู้วิจัย                                                                         | เรื่อง                                                                                                                                         | เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สุดารัตน์ สุขเลิศ (2564)                                                         | ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาลีบาบา                                      | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)<br>2. ส่วนแบ่งการตลาด (MS)                                                              |
| สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์ ใหม่ชุม ไชย (2563)                                       | กมลทิพย์ และ อนุพงศ์ วง<br>ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย                              | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)                                                                                         |
| ธานินทร์ ไชยเย็นชน ปณิดา อำไฉ วชิราภรณ์ สาดท่าโพ และกฤษฎา ธนา นวัตกรรมกุล (2563) | ความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ตู้เย็นตู้แช่แข็งและเครื่องอุปโภคอื่นๆ สำหรับทำความเย็นหรือทำให้เย็นจนแข็งของประเทศไทย ด้วยการทำแผนที่ผลิตภัณฑ์ | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปกติ (NRCA)<br>2. ดัชนีดุลการค้า (TBI)                                                      |
| นันท์รัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และวรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร (2563)                        | ฮาลาลกับความยั่งยืนของประเทศไทย ในโครงการการศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมฮาลาล                                                        | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)<br>2. แบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) โดยประยุกต์ใช้ Trade Intensity Index (TII) |
| โชติมา โชติกเสถียร (2562)                                                        | การพัฒนาศักยภาพการส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยสู่กลุ่มประเทศเอเชียใต้                                                                                | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)<br>2. แบบจำลอง Autoregressive                                                           |

ตาราง 6 (ต่อ)

| ผู้วิจัย                     | เรื่อง                                                                                                                              | เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                                                                                                                                                  |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ภคจิรา ทวีกาญจน์ (2563)      | การวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขัน<br>น้ำตาลทรายของไทยในตลาดอาเซียน                                                                   | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่<br>ปรากฏ (RCA)<br>2. ส่วนแบ่งการตลาด (MS)<br>3. ดัชนีความสามารถในการแข่งขันทาง<br>การค้า (TC)                                        |
| วันทนา รอดบุญตร (2561)       | วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของ<br>การส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีน                                                              | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่<br>ปรากฏ (RCA)                                                                                                                       |
| วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร (2558) | การสร้างการค้าและการเบี่ยงเบน<br>ทางการค้าของประเทศไทย กรณีศึกษา<br>อิทธิพลสำคัญที่สร้างขึ้นโดยข้อตกลง<br>การค้าระดับภูมิภาค (RTAs) | 1. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่<br>ปรากฏ (RCA)<br>2. The Wisarn's RCA matching<br>approach<br>3. แบบจำลองของ Viner โดย<br>ประยุกต์ใช้ Trade Intensity Index<br>(TII) |

ที่มา : ผู้วิจัย

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการศึกษาหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย จากแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบาลาซา กล่าวคือ ผลลัพธ์ที่จะแสดงถึงโครงสร้างและการวิเคราะห์แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่จำลองการผลิตทั้งสองประเทศ ทั้งสองสินค้าจะใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเดียวในการผลิต สินค้าและแรงงานมีความคล้ายคลึงกันในประเทศ แต่แตกต่างกันระหว่างประเทศสินค้าสามารถเคลื่อนย้ายได้ระหว่างประเทศ แรงงานมีการเคลื่อนย้ายได้ระหว่างอุตสาหกรรมในประเทศแต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ แรงงานอยู่ในระดับอัตราการจ้างงานเต็มที่ เทคโนโลยีการผลิตแตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรมและระหว่างประเทศ และมีผลจากตัวแปรของประสิทธิภาพแรงงาน แรงงานและสินค้าในตลาดสมมติให้เป็นการแข่งขันสมบูรณ์ทั้งสองประเทศ ภารกิจสมมติให้มีกำไรสูงสุด ขณะที่ผู้บริโภคสมมติให้มีประโยชน์สูงสุด การวิเคราะห์เริ่มแรกของแบบจำลองจะเกิดขึ้นเมื่อแต่ละประเทศเปลี่ยนแปลงการค้าประเทศเดิมไปยังประเทศอื่น หรือเกิดสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการค้า (Balassa B., 2532) ในกรณีนี้กล่าวถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้าหลัก คือ จีนที่มีสถานการณ์การเกิดสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน โดยมาตรการกีดกันทางการค้าส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในแต่ละประเทศ ระดับการผลิตสินค้า ระดับการจ้างงานในอุตสาหกรรม รูปแบบการค้า ระดับการบริโภคในแต่ละประเทศ อัตราค่าจ้างและรายได้ รวมถึงผลกระทบของสวัสดิการทั้งต่อประเทศและส่วนบุคคล รวมทั้งผลกระทบจากวิกฤติ COVID-19 โดยผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การส่งออกยางพาราของไทยในบางพิภพ อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุดาร์ตน์ สุขเลิศ (2564) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาลีบาบา (สุดาร์ตน์ สุขเลิศ, 2564) และวรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าของประเทศไทย กรณีศึกษาอิทธิพลสำคัญที่สร้างขึ้นโดยข้อตกลงการค้าระดับภูมิภาค (RTAs) และผลกระทบของพวกเขาต่อสมาชิกและผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก (วรรณสินธุ์ สัตยานุ

วัตร์, 2558) ซึ่งเป็นการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโดยใช้ดัชนี  
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเช่นเดียวกับงานวิจัยเล่มนี้

สินค้าส่งออกแต่ละประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ผ่านวิธีการคำนวณโดย  
สมการของบาลาสซา (Balassa B., 2532)

$$RCA_{ik} = \frac{(X_{ik}/X_i)}{(X_{wk}/X_w)}$$

เมื่อ  $X_{ik}$ ,  $w_k$  คือ สินค้าส่งออกจากประเทศ  $i$  ไปประเทศ  $k$  และปริมาณการส่งออกของทั้ง  
โลก ส่วน  $X_i$ ,  $X_w$  คือมูลค่ารวมของการส่งออกจากประเทศ  $k$  และปริมาณการส่งออกของทั้งโลก  
การวัดความจำเพาะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในปริมาณการส่งออกทั้งหมดที่มีส่วนแบ่งทาง  
การตลาดของโลก โดยมีเกณฑ์วัดตามหลักจากการทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของบาลาสซาในการ  
วิเคราะห์ข้อมูล ในกรณีนี้ใช้การศึกษาระยะที่ได้อาจดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ  
ของการส่งออก (RCAX) และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการนำเข้า (RCAM) จาก  
ประเทศที่มีการนำเข้าอย่างพารา 30 อันดับ แรกในแต่ละรายการสินค้าทั้ง 56 รายการ

### ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออก (RCAX)

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอย่างพาราของประเทศไทย  
รายสินค้าตามรหัส Harmonize code ทั้ง 6 หลักทั้งหมด 56 ประเภท ประกอบกับการอ้างอิง  
หลักเกณฑ์ตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เพื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่ง  
การส่งออกของพาราประเภทหนึ่ง (1 รหัส Harmonize code) จากการส่งออกทั้งหมดของ  
ประเทศไทยกับส่วนแบ่งของการส่งออกพาราจากการส่งออกทั้งหมดของโลก โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

$$RCAX_{TH} = \frac{(X_{TH,i}/X_{TH})}{(X_{wi}/X_w)}$$

โดยที่  $X_{TH,i}$ ,  $X_{w,i}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า “ $i$ ” ของ “ไทย”

และของ “โลก” ตามลำดับ

และ  $X_{TH}$ ,  $X_w$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของ “ไทย” และของ “โลก” ตามลำดับ

ค่า  $RCAX > 1$  หมายถึง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี

ค่า  $RCAX < 1$  หมายถึง ประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

วิธีนี้เป็น การวัดสมรรถนะทางการส่งออก (Export performance) โดยใช้เฉพาะมูลค่าการส่งออกในการคำนวณ วิธีนี้สามารถบอกลำดับความสำคัญของอุตสาหกรรมในประเทศว่ามีความเชี่ยวชาญเฉพาะในอุตสาหกรรมไหน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของอดัม สมิท กล่าวถึงความได้เปรียบในการผลิตที่ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าได้เท่ากับที่ประเทศอื่นผลิตได้โดยใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่า หรือในกรณีที่ใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน แต่ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง (Adam Smith, 2319) กล่าวคือ สินค้าส่งออกในหมวดยางพาราประเภทใด ที่มีค่า  $RCA > 1$  แปลว่าประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ตามที่บาลาสซาได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Balassa B., 2532) ในลำดับถัดมา

#### ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการนำเข้า (RCAM)

การหาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า ( $RCAM\_Partner > 1$ ) โดยขอบเขตงานวิจัยเล่มนี้ คือ ประเทศ 30 อันดับแรกในรายการตามพิภคศุลกากร 6 หลักที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก

$$RCAM\_Partner = \frac{(M_{partner,i}/M_{partner})}{(M_{w,i}/M_w)}$$

โดยที่  $M_{partner,i}$  และ  $M_{w,i}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” ของ “คู่ค้า”

และของ “โลก” ตามลำดับ

และ  $M_{partner}$  และ  $M_w$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้านรวมของ “คู่ค้า”

และของ “โลก” ตามลำดับ

ค่า  $RCAM > 1$  หมายถึง ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี

ค่า  $RCAM < 1$  หมายถึง ประเทศคู่ค้ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและตลาดโลก

### รายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า (Trade creation)

เมื่อกล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ โดยทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ผลกระทบจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่อ้างอิงตามบทที่ 2 พัฒนาต่อเนื่องมาจากการงานของ Viner (2493) ซึ่งมีแนวคิดว่าการเพิ่มปริมาณการค้าจากการที่ประเทศสมาชิกสามารถนำเข้าสินค้าสินค้าได้อย่างเสรีจากประเทศสมาชิกอื่น ๆ ภายในกลุ่มที่ผลิตได้ถูก การเพิ่มปริมาณการค้าเกิดจากการนำเข้าจากประเทศภายในกลุ่มซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแทนการผลิตภายในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าเมื่อภาษีลดลงเหลือศูนย์ ซึ่งทำให้สวัสดิการของประเทศดีขึ้นและการจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างการค้าจึงถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดกับประเทศสมาชิกและกับโลกหลักการในการจับคู่รายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ( $RCAX > 1$ ) กับรายการสินค้าที่รายประเทศคู่ค้า 30 อันดับแรกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า ( $RCAM\_Partner > 1$ ) จากวิธี The Wisam's RCA matching approach เพื่อแสดงการค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า (Trade creation) ทั้งต่อไทยและต่อประเทศคู่ค้า เมื่อได้รายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า ลำดับถัดมา คือ การประยุกต์ด้วยดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าระหว่างประเทศของสองประเทศ (Import Intensity Index : MII) โดยการจำแนกออกเป็นรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้ามากเมื่อเทียบกับโลก ( $MI I > 1$ ) และรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้าน้อยเมื่อเทียบกับโลก ( $MI I < 1$ ) งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเกี่ยวกับการความเข้มข้นของการนำเข้าระหว่างประเทศคู่ค้าและประเทศไทยเพื่อวัดมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยที่มีการสร้างการค้าที่นำเข้าอย่างพาราจากไทย เป็นวิธีการวิธีการดำเนินงานวิจัยอ้างอิงมาจากวรรณสินท์ สัตยานุวัตร (2558) เรื่องการสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าของประเทศไทย กรณีศึกษาอิทธิพลสำคัญที่สร้างขึ้นโดยข้อตกลงการค้าระดับภูมิภาค (RTAs) และผลกระทบของพวกเขาต่อสมาชิกและผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างการค้าและผลกระทบด้านการค้า การศึกษานี้เสนอวิธีการใหม่ คือ The Wisam's RCA matching approach เพื่อระบุสินค้าที่สร้างการค้าหรือเบี่ยงเบนทางการค้าระหว่างประเทศไทยในพิกัดศุลกากร 6 หลัก (วรรณสินท์ สัต

ยานุวัตร, 2558) ต่อมานันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และ วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร (2563) ศึกษาเรื่องฮาลาลกับความยั่งยืนของประเทศไทย ในโครงการการศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมฮาลาล การศึกษาเพื่อกำหนดประเทศเป้าหมายในการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้น การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) (นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และ วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร, 2563) เพิ่มเติมจากจากวรรณสินธ์ สัตยานุวัตร (2558) โดยประยุกต์ใช้ Trade Intensity Index (TII) เช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ ดังนี้

$$MII\_Partner = \frac{(M_{partner,TH,i}/M_{partner,w,i})}{(M_{w,TH,i}/M_{w,w,i})}$$

โดยที่  $M_{partner,TH,i}$  และ  $M_{w,TH,i}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” จากไทย

โดยประเทศ “คู่ค้า” และของ “โลก”ตามลำดับ

และ  $M_{partner,w,i}$  และ  $M_{w,w,i}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” จากโลกโดยประเทศ

“คู่ ค้ า ” แ ล ะ ข อ ง “ โ ล ก ” ต ำ ม ล ำ ด ำ บ

## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงานวิจัย

ในบทนี้แสดงผลการวิเคราะห์ผลการศึกษาจากผลการดำเนินการวิจัยซึ่งสอดคล้องและบรรลุมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อการวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในรายการยางพาราที่ไทยส่งออกจำนวน 56 รายการตามขอบเขตในการศึกษา การศึกษาเริ่มต้นด้วยการหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของไทย ลำดับถัดมาจัดเรียงข้อมูลประเทศที่นำเข้ายางพารามากที่สุด 30 อันดับของโลกในแต่ละรายการสินค้า ทั้งหมด 56 รายการตามพิกัดศุลกากร 6 หลักเพื่อผลการศึกษาที่เจาะจงในรายการสินค้า เนื่องจากรหัสศุลกากร 6 หลักจะระบุ ตอน ประเภท ประเภทย่อยของสินค้า (เอก สাত্রวหา, 2555) แสดงผลการดำเนินการวิจัยสามารถระบุรายการยางพาราที่ไทยควรส่งเสริมหรือรักษาการส่งออก ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้อย่างแม่นยำมากขึ้น โดยข้อมูลที่ใช้ศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปี เพื่อนำประเทศที่มีความต้องการยางพาราในแต่ละรายการดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่นำเข้ายางพารามากที่สุด 30 อันดับแรกในแต่ละรายการ จับคู่รายการสินค้าที่สร้างการค้าและจำแนกรายการสินค้าและประเทศ ผู้นำเข้าว่ามีรายการที่ยังนำเข้าน้อยหรือมาก ในลำดับต่อไปแสดงผลการศึกษาสามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 4.1 การกรองรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของยางพาราไทย

ส่วนที่ 4.2 การกรองรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า

ส่วนที่ 4.3 การกรองรายการโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า (RCAM)

ส่วนที่ 4.4 รายการที่สร้างการค้า (Trade creation)

4.4.1 แสดงจำนวนรายการสินค้าจำแนกรายประเทศ

4.4.2 แสดงช่วงและร้อยละของรายการสินค้าที่สร้างการค้าจำแนกรายภูมิภาค

4.4.3 แสดงพิกัดศุลกากร

#### ส่วนที่ 4.1 การกรอกรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของยางพาราไทย

ในขอบเขตการศึกษาวิจัยที่จะศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราไทยตามข้อมูลทศนิยมอนุกรมเวลาแบบรายปีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปี จำนวน 56 รายการตามพิกัดศุลกากร 6 หลักที่ไทยส่งออกเพื่อจำแนกรายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านต้นทุนและการผลิตเพื่อส่งออกเมื่อเทียบกับประเทศอื่นและโลก พบว่า รายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ( $RCAX\_TH > 1$ ) จำนวนทั้งหมด 25 รายการและรายการที่ไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจำนวน 31 รายการ รายการยางพาราที่ไทยมีความดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจำนวน 25 รายการจาก 56 รายการยางพาราที่ไทยส่งออกทั้งหมด จากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะสะท้อนให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและนำเข้าในสินค้าชนิดเดียวกัน เป็นวิธีที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการค้าระหว่างประเทศที่เรียกว่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏวัดจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่ง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้น ๆ ในตลาดซึ่งหากค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศหนึ่ง ๆ มีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบในสินค้านั้น ๆ ของประเทศนั้น ๆ ในตลาด โดย ถ้าค่า  $RCA > 1$  แสดงว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี (Balassa B., 2532) จากผลการวิจัยพบว่ารายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 44.6 กล่าวได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราคิดเป็น 44.6 เปอร์เซนต์เมื่อเทียบกับโลก ตาราง 5 แสดงผลการศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ( $RCAX$ ) รายการพิกัดศุลกากร 56 รายการระหว่างปี พ.ศ 2559 – 2563 พร้อมค่าแปลตามพระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ตอนที่ 40 (กรมศุลกากร, 2530) ระหว่างปี พ.ศ 2559 – 2563 ดังนี้

ตาราง 7 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) รายพิภพอุตสาหกรรม 56 รายการ

| พิภพ   | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                            | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 400110 | น้ำยางธรรมชาติ                                                                                                                          | 55.20 | 55.32 | 56.03 | 52.45 | 51.81 |
| 400121 | ยางแผ่นรมควัน                                                                                                                           | 45.19 | 48.30 | 69.52 | 36.59 | 43.75 |
| 400122 | ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค (ทีเอสเอ็นอาร์)                                                                                       | 20.53 | 15.06 | 18.19 | 17.08 | 15.15 |
| 400129 | ยางธรรมชาติ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ (เช่น ยางแท่ง ยางเครป เป็นต้น)                                             | 3.37  | 7.51  | 7.76  | 3.96  | 2.29  |
| 400130 | บาลาตา กัดตาเปอร์ชา กวายุล ชิเคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกัน ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                            | 22.08 | 8.31  | 10.23 | 2.56  | 0.40  |
| 400211 | น้ำยางสไตรีนบิวทาไดอิน (เอสปีอาร์) และน้ำยางคาร์บอกซีเลเต็ดสไตรีนบิวทาไดอิน (เอกซ์เอสปีอาร์)                                            | 0.06  | 0.04  | 0.08  | 0.11  | 0.06  |
| 400219 | ยางสไตรีนบิวทาไดอิน (เอสปีอาร์) และยางคาร์บอกซีเลเต็ดสไตรีนบิวทาไดอิน (เอกซ์เอสปีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ | 2.24  | 2.51  | 2.77  | 3.11  | 2.69  |
| 400220 | ยางบิวทาไดอิน (ปีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                 | 1.83  | 1.50  | 1.58  | 1.54  | 1.66  |
| 400231 | ยางไอโซบิวทีนไอโซพรีน (บิวทิล) (ไอไออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                              | 0.07  | 0.04  | 0.04  | 0.12  | 0.10  |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                          | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 400239 | ยางฮาโลไอโซพรีนทีนไอโซพรีน (ซีไอไออาร์ หรือบีไอไออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                               | 0.01  | 0.00  | 0.00  | 0.00  | 0.05  |
| 400249 | ยางคลอโรพรีน (คลอโรบิวทาไดอิน) (ซีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                              | 0.27  | 0.17  | 0.19  | 0.14  | 0.21  |
| 400259 | ยางอะครีโลไนเทรลบิวทาไดอิน (เอ็นบีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                              | 0.12  | 0.22  | 0.29  | 0.24  | 0.34  |
| 400260 | ยางไอโซพรีน (ไออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                                                 | 1.07  | 0.21  | 0.77  | 0.84  | 1.20  |
| 400270 | ซาเพลล                                                                                                                                                                                                | 0.34  | 0.31  | 0.35  | 0.40  | 0.52  |
| 400280 | ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ | 27.49 | 32.04 | 36.50 | 35.21 | 32.52 |
| 400291 | น้ำยางสังเคราะห์อื่นๆ (นอกจากน้ำยางสไตรีนบิวทาไดอิน น้ำยางคาร์บอซิลเตดีสไตรีนบิวทาไดอิน น้ำยางคลอโรพรีน น้ำยางอะครีโลไนเทรลบิวทาไดอิน)                                                                | 0.03  | 0.00  | 0.00  | 0.16  | 0.52  |
| 400299 | ไอโรโค                                                                                                                                                                                                | 0.06  | 0.03  | 0.01  | 0.09  | 0.16  |
| 400510 | ยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา ชนิดอันวัลแคนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                | 5.48  | 6.02  | 5.29  | 4.47  | 5.24  |
| 400591 | ยางผสมอื่นๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดิสเปอร์ซัน) ชนิดอันวัลแคนซ์ เป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                        | 2.62  | 1.85  | 5.93  | 2.30  | 2.01  |
| 400599 | ยางผสมอื่นๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดิสเปอร์ซัน) ชนิดอันวัลแคนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม                                                                   | 4.36  | 1.54  | 0.12  | 0.46  | 0.57  |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                                                             | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 400690 | ยางอันวัลแคนไนท์ในลักษณะอื่น เช่น เส้น หลอดหรือท่อ และรูปทรงไฟร์ไฟล์ เป็นต้น (นอกจากในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ) และที่เป็น ของสำเร็จรูป (เช่น แผ่นกลมและวงแหวน เป็นต้น) นอกจากแถบ "คาเมลแบล็ก" สำหรับหลอดดอกยางนอก | 0.70 | 0.53 | 0.58 | 0.82 | 0.75 |
| 400811 | แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                                 | 1.35 | 1.15 | 1.78 | 1.91 | 1.64 |
| 400819 | เส้นและรูปทรงไฟร์ไฟล์ ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                               | 0.20 | 0.23 | 0.19 | 0.28 | 0.20 |
| 400821 | แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                             | 0.30 | 0.50 | 0.49 | 0.50 | 0.59 |
| 400829 | เส้นและรูปทรงไฟร์ไฟล์ ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                           | 1.20 | 0.84 | 0.72 | 0.50 | 0.38 |
| 400912 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือไม่มีวัตถุอื่นอยู่ด้วย มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                                                                       | 0.50 | 0.61 | 1.48 | 1.52 | 0.53 |
| 400921 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                                                                 | 4.04 | 3.54 | 3.27 | 3.09 | 3.26 |
| 400922 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนท์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                                                                    | 0.87 | 0.17 | 0.11 | 0.11 | 0.17 |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                 | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 400931 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                 | 2.33 | 3.09 | 3.26 | 3.28 | 3.41 |
| 400932 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                    | 0.90 | 1.02 | 1.17 | 1.65 | 1.39 |
| 400941 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) ไม่มี อุปกรณ์ติดตั้ง                                                     | 1.65 | 1.52 | 1.53 | 1.48 | 1.87 |
| 400942 | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) มี อุปกรณ์ติดตั้ง                                                        | 2.04 | 2.32 | 2.20 | 2.49 | 2.07 |
| 401011 | สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยโลหะเท่านั้น                                                                                              | 2.89 | 4.40 | 4.91 | 2.35 | 2.57 |
| 401012 | สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยวัตถุทอเท่านั้น                                                                                           | 0.14 | 0.07 | 0.19 | 0.12 | 0.09 |
| 401019 | อื่นๆ                                                                                                                                                                                        | 0.32 | 0.40 | 0.42 | 0.24 | 0.17 |
| 401120 | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก                                                                                                                                | 3.51 | 4.45 | 5.31 | 6.49 | 7.04 |
| 401161 | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการเกษตร หรือการป่าไม้                                                   | 2.15 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401162 | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อไม่เกิน 61 เซนติเมตร | 2.66 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                                      | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 401163 | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อเกิน 61 เซนติเมตร                              | 0.48 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401192 | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการเกษตรหรือการป่าไม้                                                              | 1.58 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401193 | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อไม่เกิน 61 เซนติเมตร           | 1.65 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401194 | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงโบน หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อเกิน 61 เซนติเมตร              | 0.71 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401199 | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงโบนหรือแบบที่คล้ายกัน) ไม่รวมของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4011.10 ถึง 4011.50 หรือ 4011.92 ถึง 4011.94)                                 | 1.56 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 401212 | ยางนอกชนิดอัดลม ที่หล่อดอกใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก                                                                                                                                                     | 0.70 | 0.37 | 0.24 | 0.17 | 0.11 |
| 401219 | ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น (นอกจากของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13) | 3.43 | 6.43 | 6.99 | 5.00 | 2.66 |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                                                          | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 401220 | ยางนอกชนิดอัดลมที่ใช้แล้ว (เช่นของดังกล่าวนิตที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น)                                                                                                | 0.17 | 0.15 | 0.24 | 0.23 | 0.12 |
| 401290 | ยางตัน หรือยางคูชั่น ดอกยางชนิดสับเปลี่ยนได้และยางรองยางใน                                                                                                                                                                            | 2.66 | 3.13 | 1.87 | 1.87 | 1.86 |
| 401310 | ยางในชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสแตชันแวกอนและรถแข่ง) รถบัส หรือรถบรรทุก                                                                                                                                                          | 2.37 | 3.27 | 3.68 | 3.63 | 3.18 |
| 401390 | ยางในชนิดอื่น ๆ เช่น ยางในชนิดที่ใช้กับอากาศยาน หรือใช้กับรถจักรยานยนต์ เป็นต้น (นอกจากยางในที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4013.10 ถึง 4013.20)                                                                                           | 1.64 | 2.42 | 2.72 | 2.76 | 1.82 |
| 401490 | ของใช้เพื่อการรอนามัยหรือใช้ในทางเภสัชกรรมอื่น ๆ เช่น ถุงน้ำแข็ง และถุงน้ำร้อน หุ่นมัลเลียงทารก หลอดสำหรับฉีดยา ถุงนิ้วมือยาง เป็นต้น (นอกจากถุงยางคุมกำเนิด) ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง มีหรือไม่มีอุปกรณ์ติดตั้งทำด้วยยางแข็ง | 0.62 | 0.72 | 0.74 | 0.80 | 0.51 |
| 401590 | เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง (ไม่รวมถุงมือทุกชนิด)                                                                                           | 1.30 | 0.93 | 1.10 | 1.09 | 2.41 |
| 401610 | ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางเซลลูลาร์ เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15)                                                      | 0.44 | 0.53 | 0.49 | 0.62 | 0.90 |

ตาราง 7 (ต่อ)

| พิกัด  | คำแปลภาษาไทย                                                                                                                                                                                                         | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 401691 | สิ่งปูพื้นและเสื่อ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดเนียนเซลลูลาร์                                                                                                                                              | 1.20 | 1.27 | 1.09 | 1.21 | 1.12 |
| 401692 | ยางลบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดยางเนียนเซลลูลาร์                                                                                                                                                        | 0.48 | 0.49 | 0.56 | 0.50 | 0.49 |
| 401693 | ปะเก็น แหวนรอง และซีลอื่นๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดยางเนียนเซลลูลาร์                                                                                                                                   | 0.64 | 0.63 | 0.68 | 0.68 | 0.73 |
| 401699 | ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางเนียนเซลลูลาร์ เช่น กระเบื้องติดผนัง ยางรัด เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4016.91 ถึง 4016.95 และตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15) | 3.20 | 3.39 | 3.47 | 3.06 | 2.76 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 7 แสดงถึงดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของรายการสินค้าหมวดยางพาราทั้ง 56 รายการของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 และพิกัดคำแปลภาษาไทยตามพระราชกำหนดพิกัดศุลกากร (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2559 (พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากรฉบับที่ 6 พ.ศ. 2559, 2559) จากการวิเคราะห์รายการยางพาราไทยที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากตาราง 5 พบว่า พิกัด 400110 เป็นรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด อันดับสองพิกัด 400121 และอันดับที่สามพิกัด 400280 แสดงให้เห็นว่าน้ำยางธรรมชาติและยางแผ่นรมควันหรือของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ จากน้ำยางธรรมชาติและยางแผ่นรมควันเป็นรายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกซึ่งสอดคล้องกับบทที่ 1 ที่ไทยส่งออกในพิกัด 400110 400121 และ 400280 เป็นรายการที่ไทยส่งออกที่อยู่ใน 10 อันดับรายการแรกที่ไทยส่งออกตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 – 2563 สอดคล้องกับวิจัยที่เกี่ยวข้องกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในบทที่ 2 จากงานวิจัยของสุรเกียรติ์ ปรินาตินนท์ กมลทิพย์ ใหม่ชุม และ อนุพงศ์ วงไชย (2563) ได้ศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ผลการวิจัยเรื่องนี้ พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่มีศักยภาพความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ

ส่งออกน้ำยางชั้นยางแผ่นรมควัน และยางแท่งเนื่องจากมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเฉพาะยางแผ่นรมควันและยางแท่งเท่านั้น ส่วนน้ำยางชั้นเห็นได้ว่าอินโดนีเซียมีความเสียเปรียบ เนื่องจากค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 จึงทำให้อินโดนีเซียอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันการผลิตยางพาราในตลาดโลกต่อไป และประเทศมาเลเซียมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ในการส่งออกน้ำยางชั้นและยางแท่ง ยกเว้นยางแผ่นรมควันมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบและมีศักยภาพมากที่สุดจึงควรที่จะเร่งทำการผลิตน้ำยางชั้นยางแผ่นรมควันและยางแท่งเพื่อส่งขายไปยังตลาดโลก นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญและสนับสนุนการผลิตยางพาราภายในประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นและเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต (สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์ กมลทิพย์ ใหม่ชุม และอนุพงศ์ วงไชย, 2563) รายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ( $RCAX_{TH} > 1$ ) จำนวนทั้งหมด 25 รายการพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบรายการที่แสดงค่า  $RCAX$  มากกว่า 1 มากกว่า 2 ปีหรือรายการที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า 1 มากกว่าร้อยละ 50 ใน 5 ปีย้อนหลัง ดังนี้

400110 น้ำยางธรรมชาติ

400121 ยางแผ่นรมควัน

400122 ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค (ทีเอสเอ็นอาร์)

400129 ยางธรรมชาติ ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ (เช่น ยางแท่ง ยางเครป เป็นต้น)

400219 ยางสไตรีนบิวทาไดอีน (เอสบีอาร์) และยางคาร์บอออกซีเลเตดสไตรีนบิวทาไดอีน (เอกซ์เอสบีอาร์) ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400220 ยางบิวทาไดอีน (บีอาร์) ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400260 ยางไอโซพรีน (ไออาร์) ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400280 ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400510 ยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา ซินดอันวัลแคนไนซ์ ในลักษณะชั้นปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400591 ยางผสมอื่นๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดิสเปอร์ซัน) ชนิดอันวัลแคนไนซ์ เป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ

400811 แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)

400921 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง

400931 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง

400932 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง

400941 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง

400942 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) มีอุปกรณ์ติดตั้ง

401011 สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยโลหะเท่านั้น

401120 ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก

401219 ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น (นอกจากของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13)

401290 ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น (นอกจากของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13)

401290 ยางตัน หรือยางคูชัน ดอกยางชนิดสับเปลี่ยนได้และยางรองยางใน

401310 ยางในชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสเตรชั่นแวกอนและรถแข่ง) รถบัส หรือรถบรรทุก

401390 ยางในชนิดอื่น ๆ เช่น ยางในชนิดที่ใช้กับอากาศยาน หรือใช้กับรถจักรยานยนต์ เป็นต้น (นอกจากยางในที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4013.10 ถึง 4013.20)

401590 เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง (ไม่รวมถุงมือทุกชนิด)

401691 สิ่งปูพื้นและเสื่อ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดนอนเซลลูลาร์

401699 ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางนอนเซลลูลาร์ เช่น กระเบื้องติดผนัง ยางรัด เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4016.91 ถึง 4016.95 และตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15)

ดังนั้น ไทยมีรายการยางพาราตามรหัสศุลกากร 6 หลักที่ไทยส่งออกที่ไม่มีควมได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก จำนวน 31 รายการ จาก 56 รายการ ซึ่งอ้างอิงจากงานวิจัยของธานินทร์ ไชยเย็น ปนัดดา อ่ำใจ วชิราภรณ์ สาดท่าโพ และกฤษฎา ธนานุวัฒนกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นผู้แช่แข็งและเครื่องอุปกรณ์อื่นๆ สำหรับทำความเย็นหรือทำให้เย็นจนแข็งของประเทศไทย ด้วยการทำแผนที่ผลิตภัณฑ์ ที่พบว่า ไทยเป็นผู้ส่งออกสุทธิและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลก ญี่ปุ่นและเวียดนาม ส่วนจีนเป็นผู้ส่งออกสุทธิและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลกและญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามแม้จีนเป็นผู้ส่งออกสุทธิแต่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังเวียดนาม สำหรับสหรัฐอเมริกาในภาพรวมเป็นผู้นำเข้าสุทธิและมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังทั้งตลาดโลก ญี่ปุ่นและเวียดนาม จากผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าแม้ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นผู้แช่แข็งฯ ไปยังตลาดโลก ประเทศญี่ปุ่นและประเทศเวียดนาม แต่เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันผู้ผลิตผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นผู้แช่แข็งฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยควรร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นผู้แช่แข็งฯ (ธานินทร์ ไชยเย็น ปนัดดา อ่ำใจ วชิราภรณ์ สาดท่าโพ และกฤษฎา ธนานุวัฒนกุล , 2563) เช่นเดียวกับยางพาราแต่ผลการวิจัยจะพบว่าไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก 25 รายการแต่ยังมีอีก 31 รายการที่เป็นยางพาราที่ไทยส่งออกแต่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า

## ส่วนที่ 4.2 การกรอกรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า

จากข้อมูลในขอบเขตการศึกษาใช้จาก Trade map ซึ่งพัฒนาโดย The International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) ข้อมูลที่ใช้ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 (the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC), 2559-2563) โดยศึกษาประเทศผู้นำเข้ารายการยางพาราตามพิกัดศุลกากรทั้ง 25 รายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก รายการตามขอบเขตการวิจัยจัดเรียงเฉพาะ 30 อันดับแรกของประเทศผู้นำเข้ายางพาราแต่ละชนิด พบว่ามี 82 ประเทศทั่วโลกที่นำเข้ายางพารา 25 รายการที่ไทยส่งออกเพื่อจำแนกประเทศคู่ค้าที่สร้างการค้าและความสามารถในการนำเข้ายางพาราแต่ละรายการเมื่อเทียบกับโลกโดยการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 ทั้งหมด 82 ประเทศ พบว่า 78 ประเทศที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าตามรายละเอียดจากตาราง 15 แสดงถึงประเทศ จำนวน และพิกัดศุลกากรที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าทั้ง 78 ประเทศจากดัชนีดังกล่าวที่ศึกษาประเทศทั้งหมดที่เป็นผู้นำเข้า 82 ประเทศคิดเป็นร้อยละ 95.1 แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่มีสัดส่วนมากหรือใกล้เคียงของจำนวนประเทศคู่ค้า ดังนั้น ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ามากคิดเป็นมากกว่าร้อยละ 95 ของประเทศคู่ค้าทั้งหมด ดังนี้

ตาราง 8 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400110

|                 |       |       |       |       |       |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
| มาเลเซีย        | 33.52 | 31.53 | 28.38 | 30.06 | 32.08 |
| จีน             | 2.93  | 3.10  | 3.21  | 3.21  | 2.94  |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.24  | 0.23  | 0.24  | 0.24  | 0.20  |
| อิหร่าน         | 9.55  | 11.47 | 11.53 | 2.96  | 3.62  |
| บราซิล          | 2.26  | 2.30  | 2.09  | 2.14  | 2.09  |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.97  | 0.83  | 0.60  | 0.62  | 0.51  |
| เบลเยียม        | 0.82  | 0.88  | 0.72  | 0.72  | 0.88  |
| เม็กซิโก        | 0.92  | 0.73  | 0.72  | 0.77  | 0.60  |
| อิตาลี          | 0.86  | 0.73  | 0.70  | 0.65  | 0.59  |
| เวียดนาม        | 0.66  | 1.72  | 1.70  | 1.34  | 1.24  |
| อินโดนีเซีย     | 1.99  | 1.73  | 1.51  | 1.56  | 2.03  |
| สหราชอาณาจักร   | 0.50  | 0.42  | 0.41  | 0.38  | 0.31  |
| ตุรกี           | 1.14  | 1.15  | 1.17  | 1.36  | 1.13  |
| ปากีสถาน        | 4.34  | 4.36  | 4.48  | 5.22  | 3.77  |
| เยอรมนี         | 0.25  | 0.21  | 0.19  | 0.18  | 0.13  |
| เดนมาร์ก        | 0.07  | 0.05  | 3.28  | 3.86  | 3.93  |
| ศรีลังกา        | 12.72 | 9.48  | 8.30  | 7.09  | 3.81  |
| เนเธอร์แลนด์    | 0.65  | 0.76  | 0.56  | 1.95  | 3.18  |
| สเปน            | 0.41  | 0.38  | 0.37  | 0.34  | 0.35  |
| โคลัมเบีย       | 2.80  | 2.77  | 2.73  | 2.08  | 2.34  |
| ญี่ปุ่น         | 0.17  | 0.17  | 0.15  | 0.14  | 0.12  |
| โปแลนด์         | 0.45  | 0.33  | 0.43  | 0.53  | 0.35  |
| รัสเซีย         | 0.12  | 0.12  | 0.14  | 0.12  | 0.14  |
| อียิปต์         | 1.27  | 1.79  | 0.84  | 0.93  | 0.79  |
| ไทเป            | 1.19  | 1.16  | 0.95  | 0.92  | 1.03  |
| ฝรั่งเศส        | 0.12  | 0.13  | 0.10  | 0.11  | 0.13  |
| อินเดีย         | 0.17  | 0.08  | 0.19  | 0.22  | 0.15  |
| ฮังการี         | 0.35  | 0.37  | 0.33  | 0.71  | 0.44  |
| แคนาดา          | 0.13  | 0.11  | 0.11  | 0.10  | 0.08  |
| อาร์เจนตินา     | 0.64  | 0.51  | 0.55  | 0.55  | 0.61  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 9 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400121

| ประเทศคู่ค้า                      | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563   |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| จีน                               | 2.25  | 3.00  | 2.30  | 1.81  | 1.98   |
| ญี่ปุ่น                           | 3.51  | 3.38  | 3.39  | 4.10  | 4.14   |
| สหรัฐอเมริกา                      | 0.92  | 0.92  | 1.03  | 1.16  | 1.00   |
| อินเดีย                           | 3.74  | 1.98  | 4.29  | 3.41  | 3.34   |
| มาเลเซีย                          | 3.56  | 3.81  | 3.59  | 4.22  | 3.87   |
| ไทเป                              | 8.07  | 9.29  | 8.22  | 10.95 | 14.82  |
| ฝรั่งเศส                          | 0.88  | 0.86  | 0.92  | 0.98  | 0.88   |
| บราซิล                            | 3.02  | 3.00  | 3.04  | 3.87  | 3.82   |
| เยอรมนี                           | 0.38  | 0.45  | 0.41  | 0.48  | 0.49   |
| ตุรกี                             | 2.00  | 2.10  | 2.32  | 2.40  | 3.02   |
| อิตาลี                            | 1.11  | 1.04  | 1.13  | 1.32  | 1.52   |
| ศรีลังกา                          | 49.80 | 32.93 | 9.91  | 7.66  | 1.07   |
| สเปน                              | 0.95  | 0.98  | 0.99  | 1.27  | 1.65   |
| แคนาดา                            | 0.64  | 0.58  | 0.86  | 1.22  | 0.62   |
| เวียดนาม                          | 1.72  | 1.97  | 1.36  | 1.17  | 1.72   |
| สาธารณรัฐเกาหลี                   | 0.84  | 0.47  | 0.35  | 0.54  | 0.63   |
| ลักเซมเบิร์ก                      | 15.69 | 10.09 | 17.35 | 8.05  | 6.55   |
| เบลเยียม                          | 0.76  | 0.57  | 0.65  | 0.35  | 0.37   |
| โปแลนด์                           | 1.08  | 0.82  | 0.44  | 0.76  | 0.57   |
| ปากีสถาน                          | 2.15  | 1.37  | 1.98  | 2.50  | 4.65   |
| บังคลาเทศ                         | 2.81  | 2.73  | 3.33  | 5.14  | 0.40   |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี | 20.64 | 20.09 | 52.22 | 31.61 | 102.21 |
| รัสเซีย                           | 0.07  | 0.06  | 0.16  | 0.08  | 0.06   |
| เม็กซิโก                          | 0.13  | 0.14  | 0.21  | 0.07  | 0.00   |
| สิงคโปร์                          | 0.48  | 0.23  | 0.01  | 0.01  | 0.01   |
| โรมาเนีย                          | 0.51  | 0.43  | 0.57  | 0.41  | 0.52   |
| เปรู                              | 0.49  | 0.61  | 0.65  | 0.80  | 0.89   |
| แอฟริกาใต้                        | 0.36  | 0.21  | 0.27  | 0.37  | 0.48   |
| สโลวีเนีย                         | 0.36  | 0.46  | 0.60  | 0.69  | 0.76   |
| ชิลี                              | 0.25  | 0.19  | 0.31  | 0.38  | 0.53   |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 10 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400122

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| จีน             | 2.65  | 2.53  | 2.14  | 2.09  | 2.05  |
| สหรัฐอเมริกา    | 1.02  | 1.03  | 1.09  | 1.12  | 1.09  |
| ญี่ปุ่น         | 2.17  | 2.30  | 2.27  | 2.42  | 2.35  |
| อินเดีย         | 2.62  | 2.09  | 2.83  | 2.47  | 2.84  |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 2.10  | 2.00  | 1.86  | 1.86  | 1.85  |
| เยอรมนี         | 0.70  | 0.65  | 0.62  | 0.54  | 0.57  |
| มาเลเซีย        | 3.73  | 3.92  | 2.76  | 2.82  | 2.72  |
| ตุรกี           | 1.52  | 1.59  | 2.23  | 2.34  | 2.49  |
| บราซิล          | 2.62  | 2.48  | 2.38  | 2.41  | 2.26  |
| รัสเซีย         | 0.49  | 0.51  | 0.52  | 0.53  | 0.59  |
| ฝรั่งเศส        | 0.58  | 0.61  | 0.61  | 0.58  | 0.53  |
| เวียดนาม        | 1.52  | 1.90  | 1.83  | 2.04  | 0.54  |
| สเปน            | 0.87  | 0.92  | 0.82  | 0.85  | 1.07  |
| โปแลนด์         | 1.08  | 1.23  | 1.32  | 1.33  | 1.28  |
| แคนาดา          | 0.62  | 0.60  | 0.69  | 0.71  | 0.67  |
| อิตาลี          | 0.63  | 0.73  | 0.65  | 0.61  | 0.71  |
| ลักเซมเบิร์ก    | 12.22 | 10.99 | 13.60 | 12.95 | 10.87 |
| สโลวาเกีย       | 2.71  | 2.95  | 2.93  | 2.94  | 3.08  |
| โรมาเนีย        | 2.50  | 2.93  | 2.78  | 2.61  | 2.70  |
| เบลเยียม        | 0.44  | 0.42  | 0.62  | 0.67  | 0.65  |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 1.41  | 1.37  | 1.29  | 1.30  | 1.42  |
| เนเธอร์แลนด์    | 2.23  | 2.08  | 2.26  | 2.21  | 1.88  |
| เม็กซิโก        | 0.48  | 0.41  | 0.43  | 0.48  | 0.32  |
| สิงคโปร์        | 0.47  | 0.43  | 0.33  | 0.51  | 0.82  |
| ฮังการี         | 1.09  | 1.29  | 1.18  | 1.32  | 1.41  |
| อาร์เจนตินา     | 1.77  | 1.61  | 1.67  | 2.08  | 2.11  |
| แอฟริกาใต้      | 0.99  | 0.96  | 1.41  | 1.28  | 1.41  |
| โปรตุเกส        | 1.03  | 1.11  | 1.06  | 1.08  | 1.22  |
| เซอร์เบีย       | 3.38  | 3.72  | 3.47  | 3.66  | 3.98  |
| ปากีสถาน        | 1.13  | 1.24  | 1.49  | 1.62  | 2.09  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 11 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพืช 400129

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| มาเลเซีย        | 19.78 | 24.60 | 26.65 | 31.51 | 34.52 |
| จีน             | 3.08  | 2.91  | 1.89  | 2.45  | 2.08  |
| ไทเป            | 18.35 | 19.94 | 19.09 | 18.08 | 17.25 |
| สเปน            | 2.93  | 3.23  | 3.48  | 3.65  | 2.49  |
| เวียดนาม        | 0.95  | 1.78  | 2.56  | 3.71  | 11.20 |
| บราซิล          | 5.54  | 4.19  | 4.45  | 3.19  | 1.29  |
| แคนาดา          | 1.15  | 1.24  | 1.59  | 1.21  | 1.04  |
| อิหร่าน         | 7.85  | 18.25 | 19.46 | 0.02  | 0.02  |
| ญี่ปุ่น         | 0.60  | 0.52  | 0.71  | 0.49  | 0.34  |
| อินเดีย         | 1.36  | 0.83  | 0.28  | 0.33  | 0.20  |
| ฝรั่งเศส        | 0.42  | 0.36  | 0.45  | 0.39  | 0.19  |
| ฟิลิปปินส์      | 1.09  | 2.26  | 2.25  | 3.07  | 0.56  |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.52  | 0.35  | 0.40  | 0.34  | 0.25  |
| อียิปต์         | 0.74  | 0.68  | 4.79  | 4.55  | 1.57  |
| เยอรมนี         | 0.35  | 0.09  | 0.10  | 0.05  | 0.09  |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.09  | 0.07  | 0.08  | 0.04  | 0.03  |
| เม็กซิโก        | 0.45  | 0.48  | 0.76  | 0.02  | 0.01  |
| แอฟริกาใต้      | 2.20  | 2.02  | 0.90  | 0.77  | 0.90  |
| อิตาลี          | 0.26  | 0.11  | 0.31  | 0.14  | 0.40  |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 0.91  | 0.41  | 0.58  | 0.30  | 0.53  |
| โรมาเนีย        | 0.69  | 0.50  | 1.71  | 1.80  | 0.45  |
| ตุรกี           | 0.71  | 0.46  | 0.44  | 0.28  | 0.11  |
| อินโดนีเซีย     | 0.06  | 0.05  | 0.82  | 0.04  | 1.08  |
| โปแลนด์         | 0.89  | 0.26  | 0.01  | 0.28  | 0.01  |
| เบลเยียม        | 0.23  | 0.12  | 0.13  | 0.09  | 0.09  |
| ฮ่องกง          | 0.10  | 0.07  | 0.08  | 0.06  | 0.03  |
| สหราชอาณาจักร   | 0.06  | 0.04  | 0.06  | 0.07  | 0.07  |
| คอस्टา ริก้า    | 4.43  | 2.83  | 3.57  | 0.98  | 0.21  |
| เอธิโอเปีย      | 3.41  | 1.27  | 5.83  | 2.54  | 0.30  |
| ออสเตรเลีย      | 0.16  | 0.07  | 0.17  | 0.18  | 0.15  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 12 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400219

| ประเทศคู่ค้า    | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| จีน             | 1.63 | 1.44 | 1.22 | 1.20 | 1.21 |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.77 | 0.74 | 0.81 | 0.92 | 0.82 |
| เยอรมนี         | 0.83 | 0.85 | 0.88 | 0.86 | 0.82 |
| ไทย             | 3.77 | 4.16 | 3.71 | 3.42 | 4.14 |
| อินโดนีเซีย     | 4.81 | 4.95 | 4.08 | 4.22 | 4.23 |
| โปแลนด์         | 2.94 | 2.96 | 2.81 | 3.17 | 2.83 |
| อินเดีย         | 1.91 | 1.64 | 1.47 | 1.21 | 1.71 |
| ตุรกี           | 2.53 | 2.54 | 2.86 | 2.73 | 2.87 |
| เวียดนาม        | 2.16 | 2.85 | 2.45 | 2.82 | 3.16 |
| บราซิล          | 3.29 | 3.35 | 3.12 | 3.11 | 4.73 |
| ฝรั่งเศส        | 0.87 | 0.80 | 0.93 | 0.93 | 0.82 |
| อิตาลี          | 1.12 | 1.24 | 1.16 | 1.25 | 1.23 |
| แคนาดา          | 1.22 | 1.06 | 1.18 | 1.24 | 1.17 |
| สเปน            | 1.30 | 1.17 | 1.33 | 1.24 | 1.44 |
| ญี่ปุ่น         | 0.61 | 0.57 | 0.60 | 0.68 | 0.65 |
| เบลเยียม        | 0.94 | 0.98 | 1.15 | 1.00 | 0.89 |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.99 | 0.86 | 0.74 | 0.75 | 0.63 |
| เม็กซิโก        | 0.68 | 0.72 | 0.85 | 0.84 | 0.66 |
| ไทเป            | 3.76 | 5.09 | 4.03 | 3.82 | 4.71 |
| เนเธอร์แลนด์    | 2.33 | 2.49 | 3.86 | 3.83 | 3.02 |
| ฮังการี         | 2.47 | 3.04 | 2.56 | 2.32 | 1.92 |
| โรมาเนีย        | 2.80 | 2.92 | 3.17 | 3.08 | 2.65 |
| มาเลเซีย        | 1.23 | 1.19 | 1.05 | 1.03 | 1.11 |
| โปรตุเกส        | 2.78 | 2.92 | 2.71 | 2.22 | 2.05 |
| รัสเซีย         | 0.29 | 0.28 | 0.30 | 0.33 | 0.33 |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 0.97 | 1.21 | 1.13 | 1.15 | 1.08 |
| สหราชอาณาจักร   | 0.25 | 0.22 | 0.24 | 0.24 | 0.22 |
| ปากีสถาน        | 1.86 | 1.94 | 2.50 | 2.09 | 2.94 |
| แอฟริกาใต้      | 0.85 | 0.89 | 1.68 | 2.00 | 1.76 |
| เซอร์เบีย       | 4.05 | 3.91 | 4.47 | 5.09 | 4.84 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 13 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพืช 400220

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|------|
| จีน             | 1.33  | 1.44  | 1.02  | 1.05  | 1.24 |
| ไทย             | 5.36  | 5.51  | 5.61  | 6.25  | 6.50 |
| เยอรมนี         | 0.87  | 0.82  | 0.80  | 0.89  | 0.80 |
| อินโดนีเซีย     | 6.29  | 6.37  | 5.53  | 5.70  | 6.71 |
| อินเดีย         | 1.93  | 1.90  | 2.19  | 1.99  | 2.50 |
| เวียดนาม        | 3.35  | 4.20  | 3.64  | 3.94  | 4.95 |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.37  | 0.30  | 0.32  | 0.32  | 0.28 |
| บราซิล          | 5.03  | 4.39  | 4.13  | 3.92  | 4.71 |
| เบลเยียม        | 1.57  | 1.68  | 1.58  | 1.45  | 1.21 |
| เม็กซิโก        | 1.22  | 1.21  | 1.30  | 1.20  | 0.94 |
| ฝรั่งเศส        | 0.84  | 0.76  | 0.88  | 0.85  | 0.82 |
| สเปน            | 1.39  | 1.40  | 1.39  | 1.65  | 1.38 |
| อิตาลี          | 4.84  | 4.22  | 5.28  | 4.41  | 3.11 |
| ตุรกี           | 1.71  | 1.87  | 2.33  | 2.55  | 2.23 |
| อิตาลี          | 0.92  | 0.96  | 1.02  | 1.09  | 1.10 |
| แคนาดา          | 0.97  | 0.95  | 1.17  | 1.01  | 0.70 |
| โปแลนด์         | 2.17  | 1.74  | 1.59  | 1.77  | 1.67 |
| โรมาเนีย        | 4.26  | 4.46  | 4.84  | 4.74  | 4.39 |
| ไทเป            | 3.69  | 5.58  | 4.67  | 5.47  | 7.42 |
| เนเธอร์แลนด์    | 3.40  | 3.14  | 4.32  | 3.51  | 2.76 |
| ลักเซมเบิร์ก    | 14.92 | 14.26 | 16.64 | 15.96 | 8.87 |
| สโลวาเกีย       | 3.30  | 3.51  | 3.82  | 3.44  | 3.10 |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 1.42  | 1.53  | 1.86  | 1.91  | 2.07 |
| ญี่ปุ่น         | 0.47  | 0.39  | 0.31  | 0.34  | 0.35 |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.63  | 0.59  | 0.46  | 0.44  | 0.51 |
| โปรตุเกส        | 2.91  | 2.62  | 2.35  | 2.12  | 2.93 |
| มาเลเซีย        | 0.97  | 0.92  | 1.08  | 1.21  | 1.05 |
| ฮ่องกง          | 0.32  | 0.29  | 0.34  | 0.34  | 0.37 |
| รัสเซีย         | 0.24  | 0.26  | 0.27  | 0.27  | 0.25 |
| อาร์เจนตินา     | 2.70  | 2.47  | 2.33  | 2.59  | 2.46 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 14 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400260

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ไทย             | 8.07  | 7.09  | 6.54  | 8.65  | 10.99 |
| จีน             | 0.88  | 0.85  | 0.75  | 0.68  | 0.86  |
| โปแลนด์         | 7.19  | 7.24  | 6.06  | 6.11  | 4.74  |
| มาเลเซีย        | 5.7   | 4.61  | 6.6   | 8.36  | 8.51  |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.61  | 0.6   | 0.64  | 0.42  | 0.29  |
| ญี่ปุ่น         | 1.93  | 1.43  | 1.44  | 1.79  | 1.47  |
| เยอรมนี         | 0.88  | 0.96  | 0.92  | 0.82  | 0.79  |
| บราซิล          | 3.24  | 4.23  | 4.08  | 4.24  | 3.82  |
| เบลเยียม        | 1.62  | 1.91  | 1.47  | 0.92  | 1     |
| ตุรกี           | 1.93  | 2.07  | 2.51  | 2.64  | 2.16  |
| โรมาเนีย        | 4.9   | 5.45  | 4.93  | 5.68  | 6.24  |
| แคนาดา          | 1.41  | 0.94  | 0.91  | 0.99  | 0.92  |
| ยูเครน          | 11.11 | 11.99 | 8.98  | 5.17  | 5.5   |
| ฮังการี         | 4.78  | 4.25  | 3.74  | 3.36  | 3.29  |
| เบลารุส         | 9.85  | 15.44 | 13.33 | 14.67 | 9.01  |
| สเปน            | 1.12  | 1.13  | 1.1   | 1.21  | 1.22  |
| เวียดนาม        | 1.32  | 1.81  | 1.56  | 1.66  | 2.11  |
| เม็กซิโก        | 0.59  | 0.72  | 0.93  | 0.98  | 0.71  |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.91  | 0.71  | 0.63  | 0.6   | 0.33  |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 1.81  | 2.04  | 1.9   | 1.83  | 1.34  |
| สโลวาเกีย       | 2.89  | 3.55  | 3.34  | 3.89  | 3.81  |
| อินเดีย         | 0.34  | 0.49  | 0.81  | 0.66  | 0.97  |
| ฝรั่งเศส        | 0.42  | 0.41  | 0.46  | 0.43  | 0.48  |
| ไทเป            | 3.56  | 3.16  | 3.04  | 3.3   | 5.53  |
| อิตาลี          | 0.53  | 0.53  | 0.64  | 0.53  | 0.62  |
| ลักเซมเบิร์ก    | 8.75  | 7.89  | 9.12  | 9.31  | 7.03  |
| ศรีลังกา        | 9.5   | 8.03  | 5.93  | 7.36  | 6.31  |
| อินโดนีเซีย     | 0.67  | 0.57  | 0.52  | 0.9   | 1.82  |
| สโลวีเนีย       | 3.94  | 3.75  | 3.43  | 3.13  | 2.61  |
| โปรตุเกส        | 1.28  | 1.62  | 1.22  | 1.21  | 1.31  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 15 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400280

| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| จีน                | 9.82 | 9.47 | 9.01 | 9.02 | 8.40 |
| อิตาลี             | 0.36 | 0.25 | 0.31 | 0.31 | 0.26 |
| อินเดีย            | 0.11 | 0.07 | 0.08 | 0.09 | 0.07 |
| เวียดนาม           | 0.25 | 0.18 | 0.12 | 0.11 | 0.01 |
| โปแลนด์            | 0.10 | 0.11 | 0.17 | 0.12 | 0.02 |
| อินโดนีเซีย        | 0.29 | 0.10 | 0.15 | 0.14 | 0.11 |
| มาเลเซีย           | 0.12 | 0.18 | 0.07 | 0.06 | 0.09 |
| คอซงต้า ริก้า      | 0.94 | 1.77 | 1.72 | 0.56 | 0.25 |
| เนเธอร์แลนด์       | 0.15 | 0.14 | 0.07 | 0.20 | 0.19 |
| โปรตุเกส           | 0.57 | 0.16 | 0.11 | 0.10 | 0.10 |
| สหรัฐอเมริกา       | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.01 |
| ฝรั่งเศส           | 0.03 | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.02 |
| เบลเยียม           | 0.02 | 0.02 | 0.03 | 0.04 | 0.03 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.02 | 0.01 |
| สาธารณรัฐเกาหลี    | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.02 | 0.01 |
| โรมาเนีย           | 0.09 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.03 |
| เยอรมนี            | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| บัลแกเรีย          | 0.18 | 0.09 | 0.09 | 0.09 | 0.05 |
| สาธารณรัฐเช็ก      | 0.06 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | 0.00 |
| เม็กซิโก           | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 |
| แคนาดา             | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.00 |
| อิหร่าน            | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.21 | 0.04 |
| ไทเป               | 0.03 | 0.02 | 0.03 | 0.02 | 0.03 |
| ออสเตรเลีย         | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| สิงคโปร์           | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| ฟิลิปปินส์         | 0.01 | 0.03 | 0.02 | 0.01 | 0.00 |
| ฮังการี            | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.02 | 0.02 |
| แอลจีเรีย          | 0.02 | 0.01 | 0.04 | 0.04 | 0.01 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 |
| สเปน               | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 16 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400510

|               |      |      |      |      |      |
|---------------|------|------|------|------|------|
| ประเทศคู่ค้า  | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
| สหรัฐอเมริกา  | 0.81 | 0.83 | 0.93 | 1.02 | 0.95 |
| จีน           | 1.08 | 0.89 | 0.78 | 0.67 | 0.65 |
| โปแลนด์       | 6.51 | 6.33 | 5.74 | 6.01 | 5.94 |
| สเปน          | 3.8  | 3.34 | 3.47 | 3.24 | 2.88 |
| เยอรมนี       | 1    | 1.08 | 0.9  | 0.88 | 0.86 |
| เม็กซิโก      | 2.45 | 2.62 | 2.54 | 2.6  | 3.02 |
| ฝรั่งเศส      | 1.56 | 1.58 | 1.56 | 1.49 | 1.51 |
| แคนาดา        | 2.07 | 2.03 | 1.83 | 2.25 | 1.94 |
| อิตาลี        | 2.07 | 2.12 | 1.67 | 1.55 | 1.84 |
| เบลเยียม      | 1.8  | 1.76 | 1.95 | 1.87 | 1.63 |
| โรมาเนีย      | 5.56 | 6    | 6.58 | 7.15 | 6.4  |
| สาธารณรัฐเช็ก | 2.74 | 3.4  | 3.51 | 2.84 | 2.52 |
| อินเดีย       | 0.84 | 0.87 | 0.91 | 1.35 | 1.91 |
| สหราชอาณาจักร | 0.51 | 0.73 | 0.96 | 0.68 | 0.35 |
| ฮังการี       | 3.89 | 4.23 | 4.26 | 3.71 | 3.24 |
| สโลวาเกีย     | 4.96 | 5.1  | 4.81 | 5.44 | 3.34 |
| เวียดนาม      | 1.43 | 2.01 | 1.03 | 1.1  | 2.76 |
| ตุรกี         | 1.42 | 1.27 | 1.43 | 1.49 | 1.31 |
| บราซิล        | 1.92 | 1.82 | 1.32 | 1.08 | 0.63 |
| รัสเซีย       | 0.21 | 0.29 | 0.26 | 0.23 | 0.28 |
| สโลวีเนีย     | 3.92 | 4.15 | 4.31 | 4.33 | 4.43 |
| ลักเซมเบิร์ก  | 8.03 | 4.68 | 6.19 | 6.66 | 8.23 |
| ไทย           | 0.29 | 0.39 | 0.63 | 0.87 | 0.88 |
| เซอร์เบีย     | 4.24 | 5.28 | 5.13 | 4.43 | 6.57 |
| โปรตุเกส      | 1.61 | 1.43 | 1.47 | 1.31 | 1.55 |
| ญี่ปุ่น       | 0.14 | 0.14 | 0.14 | 0.18 | 0.24 |
| อินโดนีเซีย   | 0.73 | 0.6  | 0.65 | 0.73 | 0.74 |
| สวีเดน        | 0.54 | 0.67 | 0.59 | 0.66 | 0.69 |
| อียิปต์       | 1.11 | 1.17 | 1.31 | 1.06 | 1.93 |
| ออสเตรเลีย    | 0.3  | 0.3  | 0.27 | 0.31 | 0.47 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 17 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400591

| ประเทศคู่ค้า   | 2559  | 2560 | 2561 | 2562  | 2563  |
|----------------|-------|------|------|-------|-------|
| เยอรมนี        | 2.16  | 2.42 | 2.66 | 2.27  | 2.19  |
| โปแลนด์        | 6.85  | 6.82 | 6.03 | 6.33  | 5.94  |
| ฝรั่งเศส       | 2.25  | 1.85 | 1.92 | 1.89  | 1.55  |
| โรมาเนีย       | 11.42 | 14.4 | 12.5 | 11.16 | 11.16 |
| แคนาดา         | 1.79  | 1.63 | 2    | 2.17  | 1.94  |
| สหรัฐอเมริกา   | 0.23  | 0.28 | 0.32 | 0.33  | 0.27  |
| อิตาลี         | 2.11  | 1.77 | 1.47 | 1.38  | 1.45  |
| สเปน           | 1.84  | 1.91 | 1.41 | 1.75  | 2.35  |
| จีน            | 0.47  | 0.35 | 0.28 | 0.27  | 0.27  |
| สหราชอาณาจักร  | 1.39  | 1.16 | 0.83 | 0.61  | 0.56  |
| เม็กซิโก       | 0.89  | 1.07 | 1.45 | 1.58  | 1.41  |
| สโลวาเกีย      | 5.29  | 4.97 | 5.18 | 4.36  | 4.25  |
| เวียดนาม       | 1.27  | 2.29 | 1.94 | 2.43  | 1.28  |
| รัสเซีย        | 0.51  | 0.48 | 0.56 | 0.61  | 0.71  |
| ฮังการี        | 3.34  | 3.73 | 3.36 | 3.05  | 3.01  |
| สาธารณรัฐเช็ก  | 2.72  | 2.28 | 2.05 | 1.87  | 1.73  |
| อินเดีย        | 0.59  | 0.67 | 0.86 | 0.95  | 0.99  |
| มาเลเซีย       | 0.25  | 0.3  | 0.3  | 2.88  | 4.87  |
| เนเธอร์แลนด์   | 2.58  | 3.48 | 3.34 | 3.44  | 3.11  |
| ออสเตรเลีย     | 1.26  | 1.29 | 1.31 | 1.69  | 1.64  |
| บราซิล         | 2.71  | 1.29 | 1.2  | 1.29  | 1.32  |
| ตุรกี          | 0.79  | 0.97 | 0.97 | 1.47  | 1.28  |
| ไทย            | 1.55  | 0.84 | 0.97 | 0.96  | 0.91  |
| ชาอุดีอาระเบีย | 1.43  | 1.62 | 1.62 | 0.81  | 0.97  |
| สวิตเซอร์แลนด์ | 0.41  | 0.49 | 0.65 | 0.6   | 0.62  |
| เบลเยียม       | 0.34  | 0.42 | 0.36 | 0.28  | 0.36  |
| อินโดนีเซีย    | 0.99  | 1.32 | 0.74 | 0.75  | 0.73  |
| สวีเดน         | 0.83  | 0.84 | 0.99 | 0.88  | 0.91  |
| ไต้หวัน        | 1.32  | 1.62 | 1.42 | 1.64  | 2.93  |
| เบลารุส        | 4.43  | 2.94 | 3.18 | 3.36  | 1.92  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 18 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400811

|                          |      |      |      |      |      |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| ประเทศคู่ค้า             | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
| เยอรมนี                  | 1.03 | 1.11 | 1.23 | 1.25 | 1.12 |
| จีน                      | 0.91 | 0.75 | 0.68 | 0.63 | 0.57 |
| สหรัฐอเมริกา             | 0.47 | 0.42 | 0.49 | 0.57 | 0.47 |
| แคนาดา                   | 2.49 | 2.28 | 2.07 | 2.57 | 2.58 |
| เม็กซิโก                 | 2.48 | 2.73 | 2.1  | 1.73 | 1.82 |
| อิตาลี                   | 1.56 | 2.11 | 2.08 | 1.69 | 1.73 |
| ฝรั่งเศส                 | 1.2  | 1.3  | 1.24 | 1.2  | 1.19 |
| โปแลนด์                  | 3.11 | 3.01 | 2.36 | 2.12 | 2.49 |
| เวียดนาม                 | 1.99 | 2.55 | 2.5  | 2.88 | 3.56 |
| สหราชอาณาจักร            | 0.77 | 0.74 | 0.73 | 0.74 | 0.55 |
| เบลเยียม                 | 1.13 | 1.07 | 1.14 | 0.98 | 0.99 |
| เนเธอร์แลนด์             | 3.06 | 3.42 | 4.47 | 4.55 | 5.66 |
| สาธารณรัฐเช็ก            | 2.03 | 1.91 | 2.11 | 2.73 | 3.06 |
| สาธารณรัฐเกาหลี          | 0.93 | 0.82 | 0.68 | 0.67 | 0.64 |
| สเปน                     | 0.93 | 1.07 | 1.01 | 0.88 | 1    |
| สวีเดน                   | 1.06 | 1.17 | 1.27 | 1.25 | 1.19 |
| ตุรกี                    | 1.36 | 1.28 | 1.4  | 1.7  | 1.41 |
| ออสเตรเลีย               | 1.75 | 1.75 | 1.6  | 1.55 | 1.82 |
| ไทย                      | 1.31 | 1.19 | 1.26 | 1.18 | 1.1  |
| ออสเตรเลีย               | 1.27 | 1.06 | 1.07 | 1.22 | 1.21 |
| อินโดนีเซีย              | 1.5  | 1.22 | 1.51 | 1.81 | 1.48 |
| ญี่ปุ่น                  | 0.31 | 0.31 | 0.35 | 0.47 | 0.31 |
| รัสเซีย                  | 0.29 | 0.27 | 0.31 | 0.35 | 0.46 |
| สวีเดน                   | 1.41 | 1.36 | 1.44 | 1.37 | 1.58 |
| เดนมาร์ก                 | 1.82 | 2.14 | 2.2  | 2.02 | 2.79 |
| อินเดีย                  | 0.48 | 0.31 | 0.51 | 0.47 | 0.66 |
| นอร์เวย์                 | 2.6  | 2.32 | 2.49 | 2.24 | 2.35 |
| โรมาเนีย                 | 2.01 | 2.21 | 2.45 | 2.22 | 1.92 |
| สหรัฐอเมริกาฮับเอมิเรตส์ | 0.43 | 0.9  | 1.24 | 0.59 | 0.39 |
| โปรตุเกส                 | 2.6  | 2.59 | 2.17 | 2.17 | 2.05 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 19 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400921

| ประเทศคู่ค้า         | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|----------------------|------|------|------|------|------|
| สหรัฐอเมริกา         | 0.88 | 0.92 | 1.03 | 1.16 | 1    |
| เยอรมนี              | 1.87 | 1.55 | 2.33 | 1.82 | 1.61 |
| แคนาดา               | 2.13 | 2.27 | 2.38 | 2.32 | 2.49 |
| จีน                  | 0.49 | 0.46 | 0.47 | 0.45 | 0.5  |
| อิตาลี               | 1.88 | 1.96 | 1.76 | 1.75 | 1.82 |
| เบลเยียม             | 1.58 | 1.5  | 1.48 | 1.45 | 1.22 |
| ฝรั่งเศส             | 1.1  | 1    | 0.96 | 0.85 | 0.96 |
| ออสเตรเลีย           | 2.55 | 2.18 | 2.62 | 3.07 | 3.44 |
| สาธารณรัฐเช็ก        | 3.69 | 3.25 | 3.3  | 2.9  | 3.06 |
| สหราชอาณาจักร        | 0.75 | 0.78 | 0.84 | 0.97 | 0.73 |
| รัสเซีย              | 0.64 | 0.74 | 0.59 | 0.75 | 0.89 |
| บราซิล               | 2.93 | 2.92 | 2.27 | 2.94 | 3.65 |
| โปแลนด์              | 1.48 | 1.34 | 1.51 | 2.15 | 2.11 |
| สวีเดน               | 2.92 | 2.78 | 2.54 | 1.95 | 2.04 |
| เนเธอร์แลนด์         | 2.84 | 3.07 | 2.82 | 3.32 | 3.3  |
| แอฟริกาใต้           | 3.01 | 2.98 | 3.2  | 3.13 | 3.52 |
| เม็กซิโก             | 0.58 | 0.48 | 0.63 | 0.62 | 0.67 |
| สาธารณรัฐเกาหลี      | 0.5  | 0.55 | 0.5  | 0.41 | 0.47 |
| สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ | 0.75 | 0.99 | 0.91 | 0.92 | 0.69 |
| อินโดนีเซีย          | 1.51 | 1.58 | 1.58 | 1.35 | 1.14 |
| อินเดีย              | 0.49 | 0.51 | 0.55 | 0.61 | 0.43 |
| ตุรกี                | 1.44 | 1.12 | 1.01 | 0.82 | 0.95 |
| ออสเตรเลีย           | 1.12 | 1.1  | 1.31 | 1.37 | 1.29 |
| ญี่ปุ่น              | 0.33 | 0.31 | 0.29 | 0.29 | 0.27 |
| สเปน                 | 0.6  | 0.59 | 0.5  | 0.46 | 0.58 |
| สิงคโปร์             | 0.51 | 0.55 | 0.54 | 0.55 | 0.49 |
| ชิลี                 | 3.36 | 2.82 | 2.56 | 2.83 | 2.92 |
| ไทย                  | 0.84 | 0.66 | 0.67 | 0.82 | 0.74 |
| ฟินแลนด์             | 2.66 | 2.13 | 2.03 | 2.31 | 2.61 |
| เวียดนาม             | 0.95 | 0.76 | 0.53 | 0.58 | 1.08 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 20 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400931

|                      |      |      |      |      |      |
|----------------------|------|------|------|------|------|
| ประเทศคู่ค้า         | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
| สหรัฐอเมริกา         | 1.11 | 1.05 | 1.09 | 1.22 | 1.27 |
| เยอรมนี              | 1.72 | 1.66 | 1.79 | 1.48 | 1.29 |
| เม็กซิโก             | 3.59 | 3.59 | 3.59 | 3.83 | 3.74 |
| จีน                  | 0.54 | 0.52 | 0.5  | 0.43 | 0.57 |
| แคนาดา               | 2.09 | 2.27 | 2.18 | 1.75 | 1.8  |
| สหราชอาณาจักร        | 1.52 | 1.53 | 1.38 | 1.06 | 0.76 |
| สาธารณรัฐเช็ก        | 4.83 | 4.57 | 3.97 | 3.99 | 3.85 |
| ญี่ปุ่น              | 0.9  | 0.84 | 0.77 | 0.79 | 0.77 |
| สเปน                 | 1.54 | 1.49 | 1.64 | 1.53 | 1.56 |
| ฮังการี              | 5.77 | 5.18 | 4.61 | 3.12 | 2.91 |
| ฝรั่งเศส             | 0.68 | 0.69 | 0.65 | 0.62 | 0.69 |
| โปแลนด์              | 1.72 | 1.69 | 1.57 | 1.8  | 1.54 |
| สโลวาเกีย            | 3.64 | 3.52 | 4.32 | 4.56 | 4.37 |
| รัสเซีย              | 0.36 | 0.47 | 0.49 | 0.59 | 0.68 |
| เนเธอร์แลนด์         | 2.36 | 2.71 | 2.88 | 5.73 | 4.48 |
| อิตาลี               | 0.69 | 0.77 | 0.73 | 0.77 | 0.94 |
| ไทย                  | 1.4  | 1.32 | 1.46 | 1.52 | 1.27 |
| เบลเยียม             | 0.63 | 0.72 | 0.66 | 0.84 | 0.89 |
| ออสเตรเลีย           | 1.31 | 1.22 | 1.24 | 1.28 | 1.41 |
| อินโดนีเซีย          | 1.41 | 1.48 | 1.76 | 1.89 | 1.51 |
| สวีเดน               | 1.46 | 1.66 | 1.5  | 1.51 | 1.46 |
| บราซิล               | 1.32 | 1.49 | 1.39 | 1.41 | 1.59 |
| อาร์เจนตินา          | 3.31 | 3.25 | 4.06 | 4.69 | 5.07 |
| ออสเตรีย             | 1.23 | 1.16 | 1.04 | 1.06 | 1.05 |
| โรมาเนีย             | 1.9  | 2.07 | 2.15 | 2.07 | 2.24 |
| เวียดนาม             | 0.85 | 1.09 | 1.02 | 0.77 | 0.63 |
| ตุรกี                | 0.51 | 0.59 | 0.65 | 0.64 | 0.73 |
| อินเดีย              | 0.25 | 0.25 | 0.28 | 0.29 | 0.35 |
| สหรัฐอเมริกาแบมเบตส์ | 0.2  | 0.5  | 0.41 | 0.5  | 0.49 |
| สาธารณรัฐเกาหลี      | 0.28 | 0.2  | 0.2  | 0.19 | 0.22 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 21 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400932

| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| สหรัฐอเมริกา       | 2.04 | 2.12 | 2.23 | 2.18 | 2.09 |
| เยอรมนี            | 1.9  | 1.8  | 2.05 | 1.86 | 1.88 |
| จีน                | 0.62 | 0.62 | 0.71 | 0.61 | 0.65 |
| แคนาดา             | 2.91 | 2.95 | 2.74 | 2.86 | 2.37 |
| เม็กซิโก           | 2.05 | 3.69 | 2.14 | 2.37 | 2.25 |
| ฝรั่งเศส           | 0.87 | 0.8  | 0.93 | 1.1  | 1.32 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.67 | 0.88 | 0.84 | 0.71 | 0.68 |
| รัสเซีย            | 0.6  | 0.63 | 0.66 | 0.65 | 0.67 |
| สเปน               | 1.11 | 1.13 | 1.03 | 1.16 | 1.6  |
| บราซิล             | 1.92 | 1.82 | 2.12 | 1.81 | 2.57 |
| ตุรกี              | 1.49 | 1.15 | 1.36 | 1.76 | 1.63 |
| สวีเดน             | 2.04 | 1.87 | 1.92 | 2.11 | 1.93 |
| โรมาเนีย           | 3.48 | 2.59 | 2.82 | 3.55 | 4.4  |
| ออสเตรเลีย         | 2.98 | 1.86 | 1.38 | 0.96 | 0.8  |
| อินเดีย            | 0.49 | 0.55 | 0.56 | 0.53 | 0.53 |
| โปแลนด์            | 1.29 | 0.9  | 0.85 | 0.9  | 0.93 |
| สาธารณรัฐเช็ก      | 1.72 | 1.3  | 1.3  | 1.05 | 1.32 |
| เบลเยียม           | 0.55 | 0.55 | 0.49 | 0.48 | 0.49 |
| อิตาลี             | 0.64 | 0.52 | 0.43 | 0.42 | 0.42 |
| ไทย                | 0.76 | 0.77 | 0.75 | 0.99 | 1.09 |
| ญี่ปุ่น            | 0.35 | 0.26 | 0.25 | 0.23 | 0.17 |
| อาร์เจนตินา        | 2.79 | 2.12 | 2.55 | 2.01 | 1.81 |
| สโลวาเกีย          | 1.03 | 0.95 | 1.43 | 1.65 | 1.64 |
| บัลแกเรีย          | 1.3  | 3.1  | 2.72 | 4.75 | 3.88 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 0.29 | 0.51 | 0.41 | 0.61 | 0.23 |
| เนเธอร์แลนด์       | 0.94 | 1.14 | 1.12 | 0.91 | 1.15 |
| ออสเตรเลีย         | 0.62 | 0.37 | 0.36 | 0.47 | 0.43 |
| ฮังการี            | 0.59 | 0.69 | 0.82 | 0.89 | 1.06 |
| สาธารณรัฐเกาหลี    | 0.14 | 0.15 | 0.13 | 0.12 | 0.19 |
| อินโดนีเซีย        | 0.44 | 0.42 | 0.45 | 0.38 | 0.29 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 22 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400941

| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| สหรัฐอเมริกา       | 1.18 | 1.48 | 1.47 | 1.31 | 1.11 |
| แคนาดา             | 3.03 | 3.42 | 3.13 | 3.15 | 3.34 |
| จีน                | 0.63 | 0.57 | 0.63 | 0.65 | 0.66 |
| เยอรมนี            | 0.92 | 0.89 | 0.87 | 0.83 | 0.79 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.91 | 1.18 | 1.41 | 1.42 | 1.28 |
| อิตาลี             | 1.38 | 1.74 | 1.66 | 1.54 | 1.55 |
| เนเธอร์แลนด์       | 5.72 | 5.06 | 5.28 | 7.21 | 5.22 |
| เม็กซิโก           | 1.19 | 0.97 | 1.17 | 1.24 | 1.05 |
| อินเดีย            | 1.07 | 0.97 | 1.12 | 1.00 | 0.92 |
| ฮังการี            | 4.96 | 4.38 | 4.04 | 3.84 | 3.06 |
| โปแลนด์            | 1.44 | 1.35 | 1.62 | 1.88 | 2.38 |
| ออสเตรเลีย         | 2.14 | 1.98 | 2.01 | 1.49 | 1.73 |
| สเปน               | 1.11 | 1.09 | 0.89 | 0.93 | 1.31 |
| ฝรั่งเศส           | 0.55 | 0.50 | 0.66 | 0.58 | 0.69 |
| โรมาเนีย           | 5.07 | 4.38 | 3.55 | 3.00 | 4.09 |
| ตุรกี              | 2.20 | 1.81 | 1.80 | 0.97 | 0.77 |
| ออสเตรเลีย         | 1.49 | 1.59 | 1.32 | 1.43 | 2.16 |
| เบลเยียม           | 0.59 | 0.70 | 0.54 | 0.70 | 0.60 |
| สวิตเซอร์แลนด์     | 0.82 | 0.89 | 0.88 | 0.78 | 0.89 |
| สาธารณรัฐเกาหลี    | 0.73 | 0.55 | 0.42 | 0.35 | 0.38 |
| บราซิล             | 1.72 | 1.17 | 1.04 | 1.21 | 2.01 |
| สวีเดน             | 1.23 | 1.43 | 1.37 | 1.49 | 1.59 |
| อินโดนีเซีย        | 1.68 | 1.40 | 1.09 | 1.13 | 1.40 |
| รัสเซีย            | 0.28 | 0.28 | 0.27 | 0.33 | 0.38 |
| สิงคโปร์           | 0.34 | 0.33 | 0.57 | 0.80 | 0.80 |
| ญี่ปุ่น            | 0.30 | 0.25 | 0.30 | 0.26 | 0.21 |
| เดนมาร์ก           | 1.36 | 1.53 | 2.08 | 2.12 | 2.06 |
| ฟินแลนด์           | 3.05 | 2.07 | 2.28 | 2.34 | 2.37 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 0.46 | 0.67 | 0.53 | 0.72 | 0.63 |
| แอฟริกาใต้         | 1.67 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 2.25 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 23 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 400942

| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| เยอรมนี            | 1.74 | 1.71 | 1.67 | 1.64 | 1.88 |
| สหรัฐอเมริกา       | 0.5  | 0.57 | 0.63 | 0.67 | 0.61 |
| ฝรั่งเศส           | 1.4  | 1.47 | 1.86 | 1.91 | 1.54 |
| สเปน               | 3.03 | 2.29 | 1.81 | 1.78 | 1.99 |
| จีน                | 0.49 | 0.4  | 0.38 | 0.33 | 0.32 |
| อิตาลี             | 1.32 | 1.51 | 1.79 | 1.56 | 1.42 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.8  | 1.09 | 1.09 | 0.94 | 0.97 |
| ไทย                | 3.26 | 2.9  | 2.7  | 2.61 | 2.64 |
| แคนาดา             | 1.67 | 1.28 | 1.31 | 1.33 | 1.46 |
| โปแลนด์            | 2.38 | 2.76 | 2.87 | 2.65 | 1.98 |
| สาธารณรัฐเช็ก      | 3.62 | 3.49 | 3.29 | 3.36 | 4.04 |
| อินโดนีเซีย        | 3.12 | 3.78 | 3.5  | 2.54 | 2.31 |
| อินเดีย            | 1    | 0.95 | 1.13 | 1.12 | 1.49 |
| เนเธอร์แลนด์       | 4.52 | 4.19 | 4.28 | 4.96 | 3.8  |
| เบลเยียม           | 0.76 | 0.73 | 0.87 | 0.95 | 1.13 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 1.3  | 1.29 | 1.41 | 1.53 | 0.91 |
| สาธารณรัฐเกาหลี    | 1.25 | 0.84 | 0.34 | 0.49 | 0.71 |
| ตุรกี              | 1.82 | 1.62 | 1.39 | 1.3  | 1.33 |
| สิงคโปร์           | 0.67 | 0.73 | 0.9  | 0.7  | 0.88 |
| สโลวาเกีย          | 3.52 | 3.13 | 2.8  | 2.73 | 2.64 |
| สวีเดน             | 0.78 | 0.78 | 1.28 | 1.73 | 2.21 |
| บราซิล             | 1.47 | 1.08 | 1.05 | 1.08 | 1.57 |
| ออสเตรเลีย         | 0.84 | 0.89 | 1.03 | 1.32 | 1.47 |
| ญี่ปุ่น            | 0.26 | 0.26 | 0.29 | 0.29 | 0.32 |
| มาเลเซีย           | 1.06 | 0.89 | 0.94 | 1.06 | 0.95 |
| เม็กซิโก           | 0.33 | 0.4  | 0.4  | 0.52 | 0.52 |
| ออสเตรเลีย         | 0.66 | 1.29 | 0.71 | 0.72 | 0.79 |
| รัสเซีย            | 0.18 | 0.31 | 0.21 | 0.29 | 0.29 |
| ซาอุดีอาระเบีย     | 1    | 0.83 | 1.37 | 1.41 | 1.64 |
| ฮังการี            | 0.84 | 1.68 | 1.44 | 1.76 | 1.86 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 24 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401011

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562   | 2563  |
|-----------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| ชิลี            | 22.48 | 25.01 | 30.39 | 29.4   | 31.82 |
| ออสเตรเลีย      | 6.4   | 8.74  | 5.95  | 5.11   | 8.32  |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.32  | 0.35  | 0.55  | 0.43   | 0.34  |
| แคนาดา          | 1.48  | 1.59  | 1.38  | 3.4    | 2.01  |
| เยอรมนี         | 1.44  | 0.52  | 0.39  | 0.41   | 0.41  |
| จีน             | 0.38  | 0.28  | 0.47  | 0.23   | 0.19  |
| ฝรั่งเศส        | 0.74  | 1.47  | 1.1   | 0.73   | 0.56  |
| ไทย             | 1.86  | 3.75  | 0.74  | 3.38   | 2.15  |
| อินเดีย         | 0.9   | 1.21  | 1.46  | 1.34   | 1.08  |
| อินโดนีเซีย     | 4.78  | 2.43  | 1.83  | 2.68   | 3.81  |
| รัสเซีย         | 0.33  | 0.5   | 0.61  | 0.66   | 1.1   |
| เปรู            | 3.23  | 5.93  | 10.93 | 10.55  | 15.55 |
| เม็กซิโก        | 0.93  | 1.32  | 1.2   | 0.54   | 0.31  |
| ซาอุดีอาระเบีย  | 1.6   | 1.39  | 1.94  | 4.12   | 3.28  |
| คาซัคสถาน       | 7.83  | 7.18  | 11.18 | 10.56  | 13.09 |
| บราซิล          | 1.49  | 3.88  | 0.92  | 1.29   | 2.37  |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.49  | 0.41  | 0.61  | 0.85   | 0.81  |
| เนเธอร์แลนด์    | 3.66  | 5.34  | 3.73  | 1.95   | 1.36  |
| อิหร่าน         | 4.91  | 6.66  | 5.99  | 5.19   | 8.13  |
| แอฟริกาใต้      | 3.43  | 2.72  | 2.93  | 4.43   | 2.33  |
| มาเลเซีย        | 2.79  | 1.06  | 0.84  | 1.54   | 0.44  |
| โมร็อกโก        | 6.9   | 3.5   | 9.93  | 4.4    | 2.18  |
| เวียดนาม        | 2.25  | 1.67  | 0.59  | 0.71   | 1.05  |
| ยูเครน          | 4.56  | 2.36  | 4.85  | 4.94   | 5.14  |
| ออสเตรเลีย      | 1.08  | 1.37  | 0.48  | 1.4    | 1.61  |
| ฟิลิปปินส์      | 3.14  | 0.67  | 2.86  | 1.42   | 2.23  |
| กรีซ            | 7.24  | 5.7   | 3.6   | 2.15   | 0.1   |
| กินี            | 30.98 | 20    | 65.31 | 206.21 | 54.89 |
| เบลเยียม        | 0.68  | 0.52  | 0.32  | 0.44   | 0.46  |
| บัลแกเรีย       | 12.45 | 3.6   | 6.3   | 2.15   | 4.76  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 25 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401120

| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| สหรัฐอเมริกา       | 1.41 | 1.44 | 1.52 | 1.53 | 1.53 |
| เยอรมนี            | 1.10 | 1.03 | 1.03 | 0.94 | 0.90 |
| เม็กซิโก           | 2.34 | 2.37 | 2.33 | 2.29 | 2.10 |
| แคนาดา             | 1.62 | 1.74 | 1.76 | 1.62 | 1.63 |
| ฝรั่งเศส           | 0.93 | 0.99 | 1.05 | 0.97 | 1.00 |
| เบลเยียม           | 1.01 | 1.15 | 1.15 | 1.11 | 1.11 |
| เนเธอร์แลนด์       | 4.81 | 5.07 | 4.89 | 4.85 | 4.39 |
| ออสเตรเลีย         | 2.03 | 1.91 | 2.04 | 1.99 | 2.14 |
| ซาอุดีอาระเบีย     | 3.14 | 2.89 | 2.73 | 3.21 | 3.35 |
| อิตาลี             | 0.99 | 0.95 | 0.94 | 0.93 | 1.02 |
| รัสเซีย            | 0.49 | 0.57 | 0.51 | 0.56 | 0.60 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.42 | 0.52 | 0.54 | 0.49 | 0.49 |
| โปแลนด์            | 1.41 | 1.43 | 1.35 | 1.38 | 1.26 |
| สเปน               | 0.93 | 0.93 | 0.84 | 0.84 | 0.88 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 0.70 | 1.21 | 0.97 | 0.97 | 1.25 |
| ตุรกี              | 1.40 | 1.19 | 1.38 | 1.16 | 1.11 |
| ญี่ปุ่น            | 2.93 | 2.90 | 2.93 | 3.25 | 3.57 |
| สวีเดน             | 1.04 | 1.19 | 1.28 | 1.27 | 1.18 |
| แอฟริกาใต้         | 2.19 | 2.25 | 2.21 | 2.01 | 1.81 |
| สาธารณรัฐเกาหลี    | 0.31 | 0.34 | 0.34 | 0.38 | 0.41 |
| บราซิล             | 0.63 | 1.19 | 1.29 | 1.24 | 0.78 |
| เวียดนาม           | 0.66 | 0.86 | 0.72 | 0.68 | 1.05 |
| อินโดนีเซีย        | 0.87 | 0.89 | 1.03 | 0.98 | 1.07 |
| อิรัก              | 2.85 | 3.29 | 4.04 | 5.40 | 4.51 |
| แอลจีเรีย          | 3.09 | 2.35 | 3.16 | 3.01 | 2.59 |
| ปากีสถาน           | 4.00 | 3.54 | 1.90 | 1.00 | 3.45 |
| โคลัมเบีย          | 2.89 | 3.09 | 3.04 | 2.83 | 2.84 |
| มาเลเซีย           | 0.58 | 0.65 | 0.79 | 0.75 | 0.77 |
| ฮังการี            | 1.50 | 1.24 | 1.20 | 1.01 | 1.05 |
| ชิลี               | 2.52 | 2.24 | 2.10 | 1.97 | 1.95 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 26 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401219

|                                |        |        |         |        |       |
|--------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|
| ประเทศคู่ค้า                   | 2559   | 2560   | 2561    | 2562   | 2563  |
| สหรัฐอเมริกา                   | 0.87   | 1.13   | 1.04    | 1.34   | 1.07  |
| เนเธอร์แลนด์                   | 11.82  | 10.37  | 12.44   | 23.00  | 24.31 |
| ฝรั่งเศส                       | 0.99   | 1.31   | 2.14    | 2.22   | 3.19  |
| สวีเดน                         | 3.01   | 7.53   | 8.22    | 8.56   | 10.46 |
| มาเลเซีย                       | 15.61  | 1.66   | 1.04    | 0.09   | 0.23  |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | 247.50 | 250.72 | 196.93  | 109.47 | 19.45 |
| เยอรมนี                        | 0.76   | 1.32   | 0.27    | 0.35   | 0.58  |
| เม็กซิโก                       | 3.03   | 1.67   | 1.06    | 0.48   | 0.08  |
| สิงคโปร์                       | 1.50   | 1.37   | 1.39    | 2.33   | 2.51  |
| แคนาดา                         | 0.73   | 1.61   | 1.37    | 1.36   | 2.01  |
| เบลเยียม                       | 0.75   | 1.53   | 1.54    | 1.65   | 1.56  |
| สเปน                           | 3.35   | 0.61   | 0.88    | 0.86   | 1.42  |
| พม่า                           | 53.80  | 13.30  | 28.47   | 0.12   | 0.03  |
| ออสเตรเลีย                     | 0.60   | 2.34   | 2.97    | 2.89   | 1.71  |
| สวิตเซอร์แลนด์                 | 0.40   | 0.79   | 1.49    | 1.65   | 1.42  |
| สหราชอาณาจักร                  | 0.47   | 0.23   | 0.78    | 0.39   | 0.24  |
| โปแลนด์                        | 0.46   | 0.98   | 1.60    | 1.38   | 1.52  |
| ปารากวัย                       | 6.61   | 30.94  | 29.40   | 17.51  | 11.06 |
| ฟิลิปปินส์                     | 1.03   | 2.23   | 3.82    | 1.84   | 1.28  |
| เนปาล                          | 35.05  | 27.66  | 16.83   | 12.06  | 1.18  |
| ไอร์แลนด์                      | 2.03   | 1.07   | 0.35    | 3.37   | 2.28  |
| อินโดนีเซีย                    | 0.74   | 1.03   | 0.36    | 1.60   | 2.03  |
| บัลแกเรีย                      | 2.38   | 9.94   | 3.61    | 2.20   | 1.32  |
| นอร์เวย์                       | 0.72   | 1.43   | 1.96    | 1.85   | 2.28  |
| อิตาลี                         | 0.38   | 0.49   | 0.18    | 0.16   | 0.20  |
| ปานามา                         | 4.94   | 13.11  | 0.88    | 2.08   | 2.73  |
| ลัตเวีย                        | 7.21   | 7.73   | 6.83    | 5.99   | 7.23  |
| ชูดานใต้                       | 0.52   | 0.00   | 1240.77 | 0.76   | 0.00  |
| ปาปัวนิวกินี                   | 7.62   | 9.01   | 24.82   | 47.46  | 7.32  |
| เอธิโอเปีย                     | 2.89   | 5.99   | 5.99    | 17.15  | 4.50  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 27 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401290

| ประเทศคู่ค้า  | 2559  | 2560  | 2561  | 2562 | 2563 |
|---------------|-------|-------|-------|------|------|
| สหรัฐอเมริกา  | 1.61  | 1.68  | 1.78  | 1.71 | 1.55 |
| เยอรมนี       | 1.36  | 1.22  | 1.31  | 1.45 | 1.57 |
| แคนาดา        | 2.53  | 2.5   | 2.55  | 2.47 | 2.94 |
| เนเธอร์แลนด์  | 10.05 | 8.75  | 8.06  | 8.62 | 8.39 |
| อิตาลี        | 1.38  | 1.44  | 1.56  | 1.7  | 1.85 |
| เบลเยียม      | 1.42  | 1.31  | 1.51  | 1.53 | 1.48 |
| สหราชอาณาจักร | 0.93  | 0.9   | 1.01  | 0.76 | 0.53 |
| จีน           | 0.25  | 0.28  | 0.27  | 0.3  | 0.3  |
| ฝรั่งเศส      | 0.84  | 0.86  | 0.83  | 0.92 | 0.91 |
| ญี่ปุ่น       | 0.71  | 0.83  | 0.48  | 0.55 | 0.66 |
| ตุรกี         | 1.79  | 1.7   | 1.73  | 1.58 | 1.63 |
| เม็กซิโก      | 0.83  | 0.81  | 0.8   | 0.8  | 0.93 |
| ออสเตรเลีย    | 1.45  | 1.32  | 1.33  | 1.33 | 1.44 |
| สิงคโปร์      | 1.03  | 0.88  | 0.93  | 0.93 | 0.36 |
| นิวซีแลนด์    | 6.6   | 6.63  | 7.38  | 6.08 | 5.78 |
| โปแลนด์       | 0.86  | 0.81  | 0.99  | 1.01 | 1    |
| อาร์เจนตินา   | 3.42  | 3.45  | 3.4   | 3.75 | 6.08 |
| โคลัมเบีย     | 4.35  | 4.94  | 4.52  | 4.39 | 4.54 |
| สเปน          | 0.61  | 0.61  | 0.59  | 0.6  | 0.67 |
| สาธารณรัฐเช็ก | 1.18  | 1.3   | 1.23  | 1.25 | 1.33 |
| อินโดนีเซีย   | 0.99  | 1.23  | 1.39  | 1.3  | 1.22 |
| โปรตุเกส      | 1.48  | 2.91  | 2.37  | 2.54 | 2.54 |
| รัสเซีย       | 0.26  | 0.29  | 0.25  | 0.29 | 0.33 |
| เอกวาดอร์     | 8.97  | 14.05 | 10.32 | 8.89 | 5.9  |
| สวีเดน        | 1.05  | 1.13  | 1.12  | 1.05 | 1.51 |
| แอฟริกาใต้    | 1.31  | 1.97  | 1.56  | 1.66 | 2.12 |
| มาเลเซีย      | 0.49  | 0.61  | 0.62  | 0.81 | 0.69 |
| ชิลี          | 2.29  | 2     | 2.07  | 1.72 | 2.07 |
| ฟิลิปปินส์    | 0.87  | 1.39  | 1.69  | 1.02 | 0.7  |
| ไทย           | 0.53  | 0.56  | 0.45  | 0.48 | 0.5  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 28 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401310

|                |       |       |       |       |       |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ประเทศคู่ค้า   | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
| ญี่ปุ่น        | 1.75  | 1.47  | 1.46  | 1.64  | 1.22  |
| อียิปต์        | 15.92 | 13.74 | 11.86 | 10.48 | 10.74 |
| ไนจีเรีย       | 20.63 | 41.19 | 42.25 | 15.38 | 4.85  |
| สหรัฐอเมริกา   | 1.26  | 3.78  | 2.9   | 4.21  | 4.79  |
| สหรัฐอเมริกา   | 0.35  | 0.33  | 0.41  | 0.33  | 0.4   |
| อินโดนีเซีย    | 4.16  | 3.62  | 6.32  | 4.93  | 6.47  |
| ไทย            | 3.64  | 2.98  | 3.32  | 3.46  | 2.91  |
| ซาอุดีอาระเบีย | 3.21  | 3.09  | 4.39  | 6.04  | 6.78  |
| บราซิล         | 3.58  | 4.42  | 3.74  | 3.57  | 2.81  |
| มาเลเซีย       | 2.23  | 2.54  | 2.22  | 1.9   | 2.2   |
| แอลจีเรีย      | 6.72  | 6.89  | 9.44  | 7.98  | 8.74  |
| เบลเยียม       | 1.67  | 1.72  | 0.72  | 0.31  | 0.09  |
| สวีเดน         | 4.64  | 2.39  | 1.74  | 0.84  | 0.57  |
| รัสเซีย        | 0.44  | 0.55  | 0.39  | 0.48  | 0.34  |
| บังคลาเทศ      | 7.22  | 6.38  | 6.56  | 9.88  | 6.09  |
| แอฟริกาใต้     | 4.48  | 3.64  | 3.05  | 2.57  | 2.76  |
| ปากีสถาน       | 2.38  | 4.51  | 4.62  | 11.77 | 2.33  |
| อิรัก          | 2.7   | 3.71  | 7.35  | 11.67 | 10.69 |
| เวียดนาม       | 0.65  | 0.94  | 0.8   | 0.83  | 3.15  |
| ศรีลังกา       | 15.3  | 10.27 | 17.88 | 12.97 | 8.44  |
| ตุรกี          | 1.3   | 1.1   | 1.02  | 0.95  | 1.25  |
| ชูดาน          | 10.82 | 26    | 12.36 | 35.79 | 31.69 |
| อาร์เจนตินา    | 3.57  | 3.37  | 3.64  | 3.25  | 6.6   |
| เนปาล          | 21.25 | 22.16 | 30.22 | 23.28 | 11.77 |
| พม่า           | 4.03  | 8.77  | 20.02 | 13.11 | 13.91 |
| อิหร่าน        | 2.49  | 3.51  | 3.74  | 10.58 | 1.98  |
| ฟิลิปปินส์     | 0.83  | 1.32  | 1.37  | 2.51  | 4.45  |
| เอธิโอเปีย     | 12.1  | 11.23 | 6.7   | 16.89 | 17.75 |
| เยอรมนี        | 0.2   | 0.16  | 0.17  | 0.14  | 0.11  |
| เยเมน          | 14.31 | 11.52 | 13.75 | 15.87 | 35.6  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 29 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพืช 401390

|                    |       |       |       |       |       |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ประเทศคู่ค้า       | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
| สหรัฐอเมริกา       | 0.98  | 0.98  | 0.97  | 0.86  | 0.89  |
| บราซิล             | 7.57  | 11.53 | 9.12  | 6.46  | 7.71  |
| ฝรั่งเศส           | 1.1   | 1.16  | 1.24  | 1.29  | 1.24  |
| เยอรมนี            | 0.64  | 0.55  | 0.57  | 0.59  | 0.56  |
| เม็กซิโก           | 1.5   | 1.47  | 1.66  | 1.58  | 1.81  |
| แคนาดา             | 1.15  | 1.36  | 1.4   | 1.31  | 1.19  |
| มาเลเซีย           | 3.19  | 2.75  | 3.13  | 2.61  | 1.88  |
| อาร์เจนตินา        | 10.17 | 7.26  | 7.54  | 8.9   | 10.65 |
| สเปน               | 1.44  | 1.26  | 1.38  | 1.47  | 1.26  |
| โคลัมเบีย          | 12.72 | 8.54  | 8.87  | 8.63  | 7.25  |
| อิตาลี             | 0.79  | 0.93  | 0.94  | 0.85  | 0.82  |
| เปรู               | 8.79  | 7.84  | 8.04  | 9     | 10.57 |
| ตุรกี              | 1.98  | 1.52  | 1.61  | 1.33  | 1.44  |
| อียิปต์            | 4.9   | 3.95  | 3.65  | 4.96  | 4.34  |
| ฟิลิปปินส์         | 2.73  | 2.84  | 3.59  | 2.59  | 1.71  |
| ออสเตรเลีย         | 1.27  | 1.08  | 1.36  | 1.2   | 1.11  |
| ญี่ปุ่น            | 0.37  | 0.37  | 0.39  | 0.36  | 0.33  |
| เนเธอร์แลนด์       | 2.45  | 2.66  | 2.56  | 2.33  | 2.01  |
| ออสเตรเลีย         | 1.03  | 1.26  | 1.48  | 1.36  | 1.11  |
| ปารากวัย           | 20.52 | 19.32 | 21.63 | 15.11 | 18.43 |
| สหราชอาณาจักร      | 0.25  | 0.42  | 0.43  | 0.32  | 0.23  |
| ไทย                | 1.19  | 1.05  | 1.06  | 0.79  | 0.52  |
| รัสเซีย            | 0.22  | 0.26  | 0.3   | 0.36  | 0.32  |
| สาธารณรัฐโดมินิกัน | 9.7   | 10.05 | 13.41 | 10.78 | 5.16  |
| แอฟริกาใต้         | 2.09  | 2.33  | 2.23  | 2.64  | 2.2   |
| ศรีลังกา           | 14.07 | 13.91 | 7.71  | 6.68  | 5.43  |
| เคนยา              | 5.24  | 9.06  | 9.85  | 9.09  | 17.36 |
| อินเดีย            | 0.45  | 0.43  | 0.38  | 0.38  | 0.15  |
| สาธารณรัฐเช็ก      | 0.77  | 0.95  | 0.94  | 0.92  | 0.68  |
| อิรัก              | 2.06  | 2.33  | 3.54  | 4.6   | 6.47  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 30 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401590

| ประเทศคู่ค้า    | 2559  | 2560  | 2561  | 2562  | 2563  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| เวียดนาม        | 11.09 | 13.43 | 11.23 | 9.65  | 0.79  |
| สหราชอาณาจักร   | 1.39  | 1.73  | 2.83  | 2.07  | 2.21  |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.4   | 0.34  | 0.33  | 0.33  | 0.26  |
| โปแลนด์         | 11.34 | 3.59  | 1.55  | 0.6   | 1.03  |
| อินเดีย         | 1.42  | 1.67  | 1.54  | 1.78  | 2.15  |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 0.74  | 1.37  | 0.98  | 0.92  | 14.47 |
| สเปน            | 1.6   | 1.66  | 1.44  | 1.84  | 2.6   |
| ฝรั่งเศส        | 0.91  | 1.09  | 1.12  | 1.08  | 0.96  |
| เนเธอร์แลนด์    | 7.23  | 8.65  | 6.49  | 5.74  | 4.78  |
| ชาอุดูอาร์เบีย  | 2.06  | 2.06  | 3.02  | 2.4   | 10.13 |
| จีน             | 0.29  | 0.28  | 0.3   | 0.31  | 0.21  |
| กัมพูชา         | 48.01 | 37.43 | 29.53 | 29.11 | 20.52 |
| เยอรมนี         | 0.36  | 0.5   | 0.35  | 0.48  | 0.4   |
| แคนาดา          | 0.47  | 0.57  | 0.96  | 1.32  | 2.07  |
| อิตาลี          | 1.08  | 1.14  | 1.1   | 1.37  | 0.99  |
| อินโดนีเซีย     | 1.68  | 2.61  | 1.84  | 1.35  | 1.75  |
| ออสเตรเลีย      | 0.82  | 1.06  | 2.2   | 2.25  | 1.27  |
| ออสเตรเลีย      | 1.53  | 1.5   | 1.52  | 1.11  | 0.66  |
| ไอร์แลนด์       | 2.07  | 2.43  | 2.45  | 2.5   | 3.62  |
| สวีเดน          | 1.76  | 1.44  | 1.35  | 1.68  | 2.01  |
| ฮ่องกง          | 0.3   | 0.54  | 0.56  | 0.55  | 0.26  |
| ไทย             | 1.01  | 1.18  | 1.1   | 1.15  | 0.7   |
| เบลเยียม        | 0.42  | 0.51  | 0.54  | 0.75  | 0.53  |
| นิวซีแลนด์      | 5.43  | 4.88  | 6.96  | 6.56  | 4.6   |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.54  | 0.56  | 0.36  | 0.35  | 0.44  |
| นอร์เวย์        | 2.98  | 2.61  | 2.35  | 1.93  | 2.2   |
| สิงคโปร์        | 0.35  | 0.38  | 0.47  | 0.6   | 0.76  |
| ฟิลิปปินส์      | 0.69  | 1.27  | 2.21  | 2.6   | 1.29  |
| เม็กซิโก        | 0.44  | 0.44  | 0.4   | 0.39  | 0.2   |
| สวิตเซอร์แลนด์  | 0.27  | 0.35  | 0.42  | 0.48  | 1.05  |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 31 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401691

|                    |      |      |      |      |      |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| ประเทศคู่ค้า       | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
| สหรัฐอเมริกา       | 1.53 | 1.54 | 1.65 | 1.63 | 1.38 |
| แคนาดา             | 2.93 | 2.95 | 2.84 | 2.70 | 2.60 |
| สหราชอาณาจักร      | 1.65 | 1.84 | 1.90 | 1.79 | 1.60 |
| เยอรมนี            | 0.83 | 0.83 | 0.92 | 0.93 | 0.87 |
| ฝรั่งเศส           | 1.29 | 1.28 | 1.34 | 1.21 | 1.29 |
| เนเธอร์แลนด์       | 4.85 | 5.12 | 5.55 | 7.65 | 8.97 |
| เม็กซิโก           | 1.51 | 1.46 | 1.47 | 1.37 | 1.19 |
| ญี่ปุ่น            | 0.71 | 0.81 | 0.74 | 0.81 | 0.91 |
| เบลเยียม           | 1.10 | 1.16 | 0.96 | 0.99 | 1.45 |
| สวีเดน             | 3.51 | 3.50 | 2.68 | 2.40 | 2.68 |
| ออสเตรเลีย         | 1.97 | 1.72 | 1.73 | 1.78 | 2.27 |
| โปแลนด์            | 1.80 | 1.74 | 1.69 | 1.63 | 1.27 |
| ออสเตรีย           | 1.94 | 1.98 | 2.06 | 1.95 | 1.77 |
| อิตาลี             | 0.79 | 0.77 | 0.74 | 0.70 | 0.75 |
| จีน                | 0.13 | 0.12 | 0.17 | 0.15 | 0.19 |
| รัสเซีย            | 0.41 | 0.45 | 0.40 | 0.42 | 0.54 |
| นอร์เวย์           | 3.17 | 2.87 | 2.91 | 2.85 | 3.21 |
| ฟิลิปปินส์         | 2.00 | 2.86 | 2.35 | 2.12 | 2.54 |
| ฮ่องกง             | 0.42 | 0.42 | 0.38 | 0.35 | 0.32 |
| สวิตเซอร์แลนด์     | 0.68 | 0.73 | 0.78 | 0.74 | 0.78 |
| ไอร์แลนด์          | 1.75 | 1.89 | 2.22 | 2.28 | 2.39 |
| สเปน               | 0.68 | 0.50 | 0.53 | 0.58 | 0.59 |
| เดนมาร์ก           | 2.29 | 1.85 | 1.55 | 1.70 | 1.97 |
| สโลวาเกีย          | 1.38 | 1.74 | 1.92 | 1.51 | 2.23 |
| คาซัคสถาน          | 1.58 | 2.19 | 4.54 | 5.68 | 5.37 |
| สหรัฐอเมริกาบริติช | 0.39 | 0.52 | 0.53 | 0.53 | 0.39 |
| สาธารณรัฐเช็ก      | 0.84 | 0.79 | 0.74 | 0.71 | 0.68 |
| อินโดนีเซีย        | 1.04 | 0.95 | 0.61 | 0.68 | 0.67 |
| โรมาเนีย           | 1.36 | 1.48 | 1.38 | 1.35 | 1.27 |
| ตุรกี              | 0.76 | 0.59 | 0.50 | 0.39 | 0.50 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 32 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าพิกัด 401699

|                 |      |      |      |      |      |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| ประเทศคู่ค้า    | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 | 2563 |
| สหรัฐอเมริกา    | 0.84 | 0.84 | 0.89 | 0.91 | 0.92 |
| เยอรมนี         | 1.73 | 1.78 | 1.79 | 1.72 | 1.63 |
| จีน             | 0.67 | 0.62 | 0.58 | 0.53 | 0.57 |
| เม็กซิโก        | 2.32 | 2.26 | 2.25 | 2.35 | 2.36 |
| ญี่ปุ่น         | 1.01 | 0.96 | 0.92 | 0.92 | 0.95 |
| ไทย             | 2.83 | 2.65 | 2.63 | 2.76 | 2.82 |
| ฝรั่งเศส        | 0.98 | 0.96 | 1.02 | 1    | 1.02 |
| อิตาลี          | 1.17 | 1.24 | 1.17 | 1.09 | 1.26 |
| สาธารณรัฐเช็ก   | 3.2  | 3.17 | 3.07 | 2.81 | 2.46 |
| สหราชอาณาจักร   | 0.72 | 0.76 | 0.74 | 0.68 | 0.66 |
| แคนาดา          | 0.98 | 1.02 | 1.04 | 1.04 | 1.13 |
| โปแลนด์         | 1.93 | 1.86 | 1.81 | 1.94 | 1.72 |
| รัสเซีย         | 0.5  | 0.6  | 0.59 | 0.65 | 0.74 |
| สเปน            | 1.09 | 1.15 | 1.14 | 1.09 | 1    |
| อินเดีย         | 0.92 | 0.76 | 0.75 | 0.72 | 0.85 |
| เนเธอร์แลนด์    | 3.29 | 3.57 | 3.43 | 3.5  | 3.39 |
| ฮังการี         | 3.04 | 3.07 | 2.9  | 2.44 | 2    |
| บราซิล          | 2.06 | 1.89 | 1.75 | 1.59 | 1.7  |
| ตุรกี           | 1.22 | 1.24 | 1.32 | 1.46 | 1.32 |
| เบลเยียม        | 0.6  | 0.65 | 0.66 | 0.66 | 0.73 |
| เวียดนาม        | 1.4  | 1.44 | 1.25 | 1.32 | 0.98 |
| ออสเตรเลีย      | 1.33 | 1.31 | 1.4  | 1.4  | 1.48 |
| ออสเตรเลีย      | 1.17 | 1.06 | 1.08 | 1.1  | 1.23 |
| สวิตเซอร์แลนด์  | 0.68 | 0.78 | 0.87 | 0.83 | 0.83 |
| สโลวาเกีย       | 2.39 | 2.56 | 2.56 | 2.5  | 2.32 |
| อินโดนีเซีย     | 1.3  | 1.35 | 1.34 | 1.3  | 1.23 |
| โรมาเนีย        | 2.22 | 2.22 | 2.42 | 2.21 | 2.09 |
| สาธารณรัฐเกาหลี | 0.42 | 0.37 | 0.39 | 0.43 | 0.46 |
| สวีเดน          | 0.98 | 1.1  | 1.14 | 1.15 | 1.07 |
| มาเลเซีย        | 0.84 | 0.81 | 0.75 | 0.65 | 0.78 |

ที่มา : ผู้วิจัย

### ส่วนที่ 4.3 การกรองรายการโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า (RCAM)

รายการสินค้าที่ไทยส่งออกเฉพาะที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่า 1 ( $RCAX_{TH} > 1$ ) จำนวน 25 รายการจับคู่กับประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ามากกว่า 1 ( $RCAM_{Partner} > 1$ ) จำนวน 78 ประเทศตามวิธี The Wisarn's RCA matching approach จากงานวิจัยของวรรณสินท์ สัตยานุวัตร (2558) เพื่อแสดงรายการที่สร้างการค้าในแต่ละประเทศคู่ค้าตามความมุ่งหมายของงานวิจัยเพื่อการขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย ผลการวิจัยส่วนที่ 3 จะแสดงประเทศคู่ค้าและรายการที่สร้างการค้าตามรายประเทศทั้ง 78 ประเทศที่มีการนำเข้าสินค้าทั้ง 25 รายการของไทยตามรหัสศุลกากร 6 หลักในปี พ.ศ. 2563 เพื่อหาการสร้างการค้าจะเกิดขึ้นเมื่อประเทศคู่ค้าของความตกลงเพิ่มการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าโดยมิได้ลดการนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ แสดงผลการวิจัยที่เจาะจงการนำเข้ายางพาราในแต่ละประเทศทำให้สามารถนำผลการวิจัยประกอบการขยายตลาดเชิงนโยบายของภาครัฐหรือผู้ผลิตยางพาราของไทยมีโอกาสในการพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการรวมทั้งทราบถึงแนวโน้มการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มอัตราส่วนการขยายตลาดการส่งออกยางพาราไทย

เมื่อจับคู่ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ายางพาราแต่ละรายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพื่อวิเคราะห์รายการที่สร้างการค้า พบประเทศคู่ค้าและรายการที่สร้างการค้าดังตาราง 30 แสดงประเทศคู่ค้าที่มีค่า  $RCAM_{Partner} > 1$  จับคู่กับรายการที่สร้างการค้ารายพิภพศุลกากร พบว่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ามากกว่า 1 ( $RCAM_{Thailand} > 1$ ) หมายถึง ไทยมีปริมาณการนำเข้ายางพารามากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นและโลก แต่ผลการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้จะไม่แสดงผลการสร้างการค้าของไทย เนื่องจากความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทยเท่านั้น ดังนั้น ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าจำนวน 78 ประเทศไม่ได้นำประเทศไทยในการแสดงผลการวิจัย

ตาราง 33 ประเทศคู่ค้าและรายการที่สร้างการค้า ในปี พ.ศ 2563

| ประเทศคู่ค้า | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี      |
|--------------|-------|--------------------------------|
| เคนยา        | 1     | 401390                         |
| เซอร์เบีย    | 3     | 400122, 400219, 400510         |
| เดนมาร์ก     | 4     | 400110, 400941, 400811, 401691 |
| เนเธอร์แลนด์ | 18    | 400110, 401390, 401590, 401691 |
|              |       | 400122, 400219, 400220, 400591 |
|              |       | 400811, 400931, 400932, 400941 |
|              |       | 401011, 401120, 401219, 401290 |
|              |       | 401699                         |
| เนปาล        | 2     | 401219, 401310                 |
| เบลเยียม     | 10    | 400220, 400260, 400510, 400811 |
|              |       | 400921, 401120, 401219, 401290 |
|              |       | 401310, 401691                 |
| เบลารุส      | 2     | 400260, 400591                 |
| เปรู         | 2     | 401011, 401390                 |
| เม็กซิโก     | 12    | 400220, 400510, 400591, 400811 |
|              |       | 400931, 400932, 400941, 401011 |
|              |       | 401120, 401219, 401691, 401699 |
| เยเมน        | 1     | 401310                         |
| เยอรมนี      | 10    | 400510, 400591, 400811, 400921 |
|              |       | 400931, 400932, 400942, 401120 |
|              |       | 401290, 401699                 |
| เวียดนาม     | 14    | 400219, 400110, 400510, 400591 |
|              |       | 400811, 400931, 401590, 401699 |
|              |       | 400122, 400121, 400129, 400220 |
|              |       | 400260, 401011                 |
| เอกวาดอร์    | 1     | 401290                         |
| เอลิโดเบีย   | 3     | 400129, 401219, 401310         |

ตาราง 33 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี                                                                                                                                         |
|--------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |       | 400932, 400941, 401590, 400129, 400219,<br>400220, 400510<br>400591, 400811, 400921<br>400931, 400942, 401011, 401120<br>401219, 401290, 401390, 401691<br>401699 |
| แคนาดา       | 19    |                                                                                                                                                                   |
|              |       | 400219, 400921, 401120, 400122<br>400129, 400941, 401011, 401290<br>401310, 401390                                                                                |
| แอฟริกาใต้   | 10    |                                                                                                                                                                   |
| แอลจีเรีย    | 2     | 401120, 401310                                                                                                                                                    |
| โคลัมเบีย    | 4     | 400110, 401120, 401290, 401390                                                                                                                                    |
|              |       | 400219, 400220, 401590, 401691<br>400122, 400260, 400510, 400591<br>400811, 400921, 400931, 400941<br>400942, 401120, 401219, 401699                              |
| โปแลนด์      | 16    |                                                                                                                                                                   |
|              |       | 400122, 400219, 400220, 400260<br>400510, 400811, 401290                                                                                                          |
| โปรตุเกส     | 7     |                                                                                                                                                                   |
| โมร็อกโก     | 1     | 401011                                                                                                                                                            |
|              |       | 400219, 400220, 400122, 400129<br>400260, 400510, 400591, 400811<br>400931, 400932, 400941, 401691<br>401699                                                      |
| โรมาเนีย     | 13    |                                                                                                                                                                   |
|              |       | 400110, 400121, 400129, 400219<br>400220, 400260, 400591                                                                                                          |
| ไทเป         | 7     |                                                                                                                                                                   |
| ไนจีเรีย     | 1     | 401310                                                                                                                                                            |
| ไอร์แลนด์    | 3     | 401219, 401590, 401691                                                                                                                                            |
| กรีซ         | 1     | 401011                                                                                                                                                            |

ตาราง 33 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า   | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี                                                                                                                                      |
|----------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กัมพูชา        | 1     | 401590                                                                                                                                                         |
| กินี           | 1     | 401011                                                                                                                                                         |
| คอสตาริกา      | 2     | 400129, 400280                                                                                                                                                 |
| คาซัคสถาน      | 2     | 401011, 401691                                                                                                                                                 |
| จีน            | 7     | 400122, 400219, 400220, 400280<br>400121, 400110, 400129                                                                                                       |
| ชิลี           | 4     | 401011, 400921, 401120, 401290                                                                                                                                 |
| ซาอุดีอาระเบีย | 5     | 400591, 401011, 401120, 401310<br>401590                                                                                                                       |
| ซูดาน          | 1     | 401310                                                                                                                                                         |
| ญี่ปุ่น        | 5     | 400121, 401310, 400122, 400260                                                                                                                                 |
| ตุรกี          | 17    | 400122, 400121, 400220, 400932<br>401390, 401699, 400219, 401310<br>401120, 400110, 400260, 400510<br>400591, 400811, 400921, 400941<br>401290                 |
| นอร์เวย์       | 4     | 401590, 400811, 401219, 401691                                                                                                                                 |
| นิวซีแลนด์     | 2     | 401290, 401590                                                                                                                                                 |
| บราซิล         | 19    | 400122, 400121, 400129, 400591<br>400932, 400941, 400942, 400219<br>401310, 401120, 400110, 400220<br>400260, 400510, 400921, 400931<br>401011, 401390, 401699 |
| บังคลาเทศ      | 2     | 400121, 401310                                                                                                                                                 |
| บัลแกเรีย      | 3     | 400932, 401011, 401219                                                                                                                                         |

ตาราง 33 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี                                                                                                    |
|--------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ปากีสถาน     | 6     | 400110, 400122, 400121, 400219<br>401310, 401120                                                                             |
| ปานามา       | 1     | 401219                                                                                                                       |
| ปาปัวนิวกินี | 1     | 401219                                                                                                                       |
| ปารากวัย     | 2     | 401219, 401390                                                                                                               |
| ฝรั่งเศส     | 10    | 401590, 400510, 400591, 400811<br>400932, 401011, 401219, 401390<br>401691, 401699                                           |
| พม่า         | 2     | 401219, 401310                                                                                                               |
| ฟินแลนด์     | 2     | 400921, 400941                                                                                                               |
| ฟิลิปปินส์   | 8     | 400129, 401290, 401310, 401390<br>401011, 401219, 401590, 401691                                                             |
| มาเลเซีย     | 12    | 400110, 400121, 400129, 400219<br>400220, 400260, 401390, 400122<br>400591, 401011, 401219, 401310                           |
| ยูเครน       | 2     | 400260, 401011                                                                                                               |
| ลักเซมเบิร์ก | 5     | 400121, 400122, 400220, 400260<br>400510                                                                                     |
| ลัตเวีย      | 1     | 401219                                                                                                                       |
| ศรีลังกา     | 5     | 400110, 400121, 400260, 401310<br>401390                                                                                     |
| สเปน         | 15    | 400121, 400129, 400219, 400510<br>401590, 400220, 400260, 400591<br>400811, 400931, 400932, 400941<br>401219, 401390, 401699 |
| สโลวาเกีย    | 9     | 400122, 400220, 400260, 400510<br>400591, 400931, 400932, 401691<br>401699                                                   |

ตาราง 33 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า                      | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี                                                                                    |
|-----------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สโลวีเนีย                         | 2     | 400260, 400510                                                                                               |
| สวิตเซอร์แลนด์                    | 2     | 400811, 401219                                                                                               |
| สวีเดน                            | 13    | 400811, 400921, 400931, 400932<br>400941, 400942, 401120, 401219<br>401290, 401310, 401590, 401691<br>401699 |
| สหรัฐอเมริกา                      | 10    | 400121, 400921, 400931, 400932<br>401120, 401691, 400122, 400941<br>401219, 401290                           |
| สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์              | 3     | 400942, 401120, 401310                                                                                       |
| สหราชอาณาจักร                     | 6     | 401590, 401590, 400591, 400931<br>400941, 400942, 401691                                                     |
| สาธารณรัฐเกาหลี                   | 1     | 400122                                                                                                       |
| สาธารณรัฐเช็ก                     | 13    | 400219, 400921, 400931, 400122<br>400220, 400260, 400510, 400591<br>400811, 400932, 400942, 401290<br>401699 |
| สาธารณรัฐโดมินิกัน                | 1     | 401390                                                                                                       |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี | 1     | 400121                                                                                                       |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว    | 1     | 401219                                                                                                       |
| สิงคโปร์                          | 1     | 401219                                                                                                       |
| ออสเตรเลีย                        | 11    | 400941, 401011, 401120, 401290<br>401390, 401590, 401691, 401699<br>400811, 400921, 400931                   |
| ออสเตรีย                          | 12    | 400591, 400811, 400921, 400931<br>400932, 400941, 400942, 401011<br>401219, 401590, 401691, 401699           |

ตาราง 33 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า | จำนวน | รายการที่สร้างการค้ารายปี                                                                                                    |
|--------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| อาร์เจนตินา  | 7     | 400931, 400932, 400122, 400220<br>401290, 401310, 401390                                                                     |
| อิตาลี       | 12    | 400121, 400510, 400921, 400219<br>400220, 400591, 400811, 400941<br>400942, 401290, 401590, 401699                           |
| อินเดีย      | 9     | 400219, 400510, 401590, 400121<br>400122, 400220, 400941, 400942<br>401011                                                   |
| อินโดนีเซีย  | 15    | 400219, 401310, 401120, 400811<br>400931, 400941, 400942, 401290<br>401590, 401699, 400110, 400220<br>400921, 401011, 401219 |
| อิรัก        | 3     | 401120, 401310, 401390                                                                                                       |
| อิหร่าน      | 4     | 400129, 401310, 400110, 401011                                                                                               |
| อียิปต์      | 5     | 400129, 401120, 400110, 400510<br>401310                                                                                     |
| อังกฤษ       | 11    | 400219, 400122, 400220, 400260<br>400510, 400591, 400931, 400941<br>400942, 401120, 401699                                   |

ที่มา : ผู้วิจัย

#### ส่วนที่ 4.4 รายการที่สร้างการค้า (Trade creation)

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจพัฒนาต่อเนื่องมาจากการงานของ Viner (2493) ซึ่งมีแนวคิดว่าการสร้างการค้า (Trade creation) การสร้างปริมาณการค้าเกิดจากการนำเข้าจากประเทศภายในกลุ่มซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแทนการผลิตภายในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าเมื่อภาษีลดลงเหลือศูนย์ ซึ่งทำให้สวัสดิการของประเทศดีขึ้นและการจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างการค้าจึงถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับประเทศสมาชิกและกับโลก จากผลการวิจัยการเพิ่มปริมาณการค้าจากการที่ประเทศสมาชิกสามารถนำเข้าสินค้าสินค้าได้อย่างเสรีจากประเทศสมาชิกอื่น ๆ ภายในกลุ่มที่ผลิตได้ถูกกว่า (Viner J., 2493) ซึ่งในงานวิจัยได้ใช้วิธีการศึกษา The Wisarn's RCA matching approach ในการหารายการสินค้าที่ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจับคู่กับรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าเพื่อสามารถนำไปสู่การสร้างโอกาสทางการค้าได้ โดยใช้ดัชนีชี้วัดทางการค้า (Trade Intensity Index) ความเข้มข้นของการค้าระหว่างประเทศของสองประเทศ แสดงผลการวิจัยรายการที่สร้างการค้า ( $RCAX_{th} > 1$  &  $RCAM_{Partner} > 1$ ) เพื่อแสดงจำนวนสินค้าจำแนกรายประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 ในรายการสินค้าที่สร้างเสริมการค้าโดยประยุกต์ใช้ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้า (Import Intensity Index, MII) แสดงพิกัดสินค้าแบ่งดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้ามากกว่า 1 ( $MI I > 1$ ) หมายถึง รายการที่นำเข้ามากควรรักษาระดับการส่งออก และ ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าน้อยกว่า 1 ( $MI I < 1$ ) หมายถึง รายการที่นำเข้าน้อยควรส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออก โดยในส่วนนี้นำเสนอการวิเคราะห์แบ่งย่อยเป็น 4 ส่วนได้แก่

##### 4.4.1 แสดงจำนวนรายการสินค้าจำแนกรายประเทศ

จากผลการศึกษาที่วิเคราะห์การสร้างการค้าของรายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจับคู่กับประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าในแต่ละพิกัด ในส่วนนี้จะแสดงจำนวนรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากร 6 หลักที่เข้าข่ายการสร้างการค้าในแต่ละประเทศคู่ค้าและแสดงจำนวนรายการพร้อมทั้งร้อยละของดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าที่น้อยกว่าหนึ่งเพื่อพิจารณาสัดส่วนในการเพิ่มการส่งออกของแต่ละประเทศคู่ค้า ดังนี้

ตาราง 34 จำนวนสินค้าจำแนกรายประเทศ ระหว่างปี พ.ศ 2559 – 2563

| ลำดับ | ประเทศ       | Trade creation<br>(2559-2563) | MII_Partner>1<br>(2563) | MII_Partner<1<br>(2563) |
|-------|--------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1     | เคนยา        | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 2     | เซอร์เบีย    | 3                             | 1                       | 2 (66.6%)               |
| 3     | เดนมาร์ก     | 4                             | 2                       | 2 (50.0%)               |
| 4     | เนเธอร์แลนด์ | 18                            | 4                       | 14 (77.7%)              |
| 5     | เนปาล        | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 6     | เบลเยียม     | 10                            | 0                       | 10 (100.0%)             |
| 7     | เบลารุส      | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 8     | เปรู         | 2                             | 2                       | 0                       |
| 9     | เม็กซิโก     | 12                            | 0                       | 12 (100.0%)             |
| 10    | เยเมน        | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 11    | เยอรมนี      | 10                            | 1                       | 9 (90.0%)               |
| 12    | เวียดนาม     | 14                            | 8                       | 6 (42.8%)               |
| 13    | เอกวาดอร์    | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 14    | เอธิโอเปีย   | 3                             | 0                       | 3 (100.0%)              |
| 15    | แคนาดา       | 19                            | 3                       | 16 (84.2%)              |
| 16    | แอฟริกาใต้   | 10                            | 3                       | 7 (70.00)               |
| 17    | แอลจีเรีย    | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 18    | โคลัมเบีย    | 4                             | 0                       | 4 (100.0%)              |
| 19    | โปแลนด์      | 16                            | 4                       | 12 (75.0%)              |
| 20    | โปรตุเกส     | 7                             | 0                       | 7 (100.0%)              |
| 21    | โมร็อกโก     | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 22    | โรมาเนีย     | 13                            | 2                       | 11 (84.6%)              |
| 23    | ไทเป         | 7                             | 4                       | 3 (42.8%)               |
| 24    | ไนจีเรีย     | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 25    | ไอร์แลนด์    | 3                             | 0                       | 3 (100.0%)              |

ตาราง 34 (ต่อ)

| ลำดับ | ประเทศ         | Trade creation<br>(2559-2563) | MII_Partner>1<br>(2563) | MII_Partner<1<br>(2563) |
|-------|----------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 26    | กรีซ           | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 27    | กัมพูชา        | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 28    | กินี           | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 29    | คอสต้า ริกา    | 2                             | 1                       | 1 (50.0%)               |
| 30    | คาซัคสถาน      | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 31    | จีน            | 7                             | 4                       | 3 (42.8%)               |
| 32    | ชิลี           | 4                             | 1                       | 3 (75.0%)               |
| 33    | ซาอุดีอาระเบีย | 5                             | 0                       | 5 (100.0%)              |
| 34    | ตูวาน          | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 35    | ญี่ปุ่น        | 5                             | 2                       | 2 (40.0%)               |
| 36    | ตุรกี          | 17                            | 6                       | 11 (64.7%)              |
| 37    | นอร์เวย์       | 4                             | 1                       | 3 (75.0%)               |
| 38    | นิวซีแลนด์     | 2                             | 2                       | 0                       |
| 39    | บราซิล         | 19                            | 7                       | 12 (63.1%)              |
| 40    | บังคลาเทศ      | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 41    | บัลแกเรีย      | 3                             | 0                       | 3 (100.0%)              |
| 42    | ปากีสถาน       | 6                             | 1                       | 5 (83.3%)               |
| 43    | ปานามา         | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 44    | ปาปัวนิวกินี   | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 45    | ปารากวัย       | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 46    | ฝรั่งเศส       | 10                            | 1                       | 9 (90.0%)               |

ตาราง 34 (ต่อ)

| ลำดับ | ประเทศ                            | Trade creation<br>(2559-2563) | MII_Partner>1<br>(2563) | MII_Partner<1<br>(2563) |
|-------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 47    | พม่า                              | 2                             | 1                       | 1 (50.0%)               |
| 48    | ฟินแลนด์                          | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 49    | ฟิลิปปินส์                        | 8                             | 4                       | 4 (50.0%)               |
| 50    | มาเลเซีย                          | 12                            | 7                       | 5 (41.6%)               |
| 51    | ยูเครน                            | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 52    | ลักเซมเบิร์ก                      | 5                             | 1                       | 4 (80.0%)               |
| 53    | ลัตเวีย                           | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 54    | ศรีลังกา                          | 5                             | 0                       | 5 (100.0%)              |
| 55    | สเปน                              | 15                            | 5                       | 10 (66.6%)              |
| 56    | สโลวาเกีย                         | 9                             | 1                       | 8 (88.8%)               |
| 57    | สโลวีเนีย                         | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 58    | สวิตเซอร์แลนด์                    | 2                             | 0                       | 2 (100.0%)              |
| 59    | สวีเดน                            | 13                            | 0                       | 13 (100.0%)             |
| 60    | สหรัฐอเมริกา                      | 10                            | 6                       | 4 (40.0%)               |
| 61    | สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์              | 3                             | 0                       | 3 (100.0%)              |
| 62    | สหราชอาณาจักร                     | 6                             | 1                       | 5 (83.3%)               |
| 63    | สาธารณรัฐเกาหลี                   | 1                             | 1                       | 0                       |
| 64    | สาธารณรัฐเช็ก                     | 13                            | 3                       | 10 (76.9%)              |
| 65    | สาธารณรัฐโดมินิกัน                | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 66    | สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 67    | สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว    | 1                             | 1                       | 0                       |

ตาราง 34 (ต่อ)

| ลำดับ | ประเทศ      | Trade creation<br>(2559-2563) | MII_Partner>1<br>(2563) | MII_Partner<1<br>(2563) |
|-------|-------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 68    | สิงคโปร์    | 1                             | 0                       | 1 (100.0%)              |
| 69    | ออสเตรเลีย  | 11                            | 8                       | 3 (27.2%)               |
| 70    | ออสเตรเลีย  | 12                            | 0                       | 12 (100.0%)             |
| 71    | อาร์เจนตินา | 7                             | 2                       | 5 (71.4%)               |
| 72    | อิตาลี      | 12                            | 3                       | 9 (75.0%)               |
| 73    | อินเดีย     | 9                             | 3                       | 6 (66.6%)               |
| 74    | อินโดนีเซีย | 15                            | 10                      | 5 (33.3%)               |
| 75    | อิรัก       | 3                             | 0                       | 3 (100.0%)              |
| 76    | อิหร่าน     | 4                             | 1                       | 3 (75.0%)               |
| 77    | อิสราเอล    | 5                             | 2                       | 3 (60.0%)               |
| 78    | ฮังการี     | 11                            | 1                       | 10 (90.91%)             |

ที่มา : ผู้วิจัย

จากตาราง 34 ในคอลัมน์ Trade creation (2559-2563) แสดงจำนวนรายการสินค้าที่สร้างการค้าที่มี  $RCAX_{th} > 1$  &  $RCAM_{Partner} > 1$  ในปี พ.ศ. 2559 – 2563

ในคอลัมน์  $MII_{Partner} > 1$  (2563) แสดงจำนวนรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีการนำเข้าสูงอยู่แล้ว ดังนั้น กลยุทธ์ที่ใช้สำหรับรายการสินค้ากลุ่มนี้ คือ ควรรักษาระดับการส่งออก

ในคอลัมน์  $MII_{Partner} < 1$  (2563) แสดงจำนวนรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีการนำเข้าน้อย ดังนั้น กลยุทธ์ที่ใช้สำหรับรายการสินค้ากลุ่มนี้ คือ เพิ่มหรือส่งเสริมการส่งออก

อ้างอิงจากมูลทางสถิติในบทที่ 1 จากสถาบันพลาสติกกล่าวถึงประเทศผู้นำเข้ายางพารามากที่สุดของไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย และ ญี่ปุ่น ตามลำดับ (สถาบันพลาสติก, 2564) จากการดำเนินการวิจัยพบว่า จีนเป็นผู้นำเข้ายางพาราจากไทยเป็นอันดับหนึ่งแต่ยังมีบางพืชที่ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้ามีจำนวน 3 รายการที่สามารถส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 42.8 มาเลเซียจำนวน 5 รายการคิดเป็นร้อยละ 41.6 และ ญี่ปุ่นจำนวน 3 รายการ คิดเป็นร้อยละ 60 กล่าวได้ว่าญี่ปุ่นมีสัดส่วนดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าในการเพิ่มการส่งออกมากที่สุดในประเทศผู้นำเข้ายางพาราจากไทย 3 อันดับแรกจากสถิติปี พ.ศ. 2563 โดยจีนและมาเลเซียมีรายการที่ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้ามากกว่า 1 จำนวน 7 รายการในทั้งสองประเทศแสดงว่าจีนและมาเลเซียนำเข้ายางพาราจากไทยมากอยู่แล้วจึงควรรักษาระดับการส่งออกต่อไป

#### 4.4.2 แสดงช่วงและร้อยละของรายการสินค้าที่สร้างการค้าจำแนกรายภูมิภาค

สืบเนื่องจากผลการศึกษาในข้อ 4.4.1 แสดงจำนวนรายการสินค้าจำแนกรายประเทศ ในหัวข้อนี้จะแสดงช่วงและร้อยละของรายการสินค้าที่สร้างการค้าจำแนกรายภูมิภาค ข้อค้นพบจากผลการศึกษาที่มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

ภูมิภาคยุโรปเป็นภูมิภาคที่มีประเทศที่เข้าข่ายการสร้างเสริมทางการค้ามากที่สุดจำนวน 28 ประเทศจากทั้งหมด 78 ประเทศ พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 18 รายการและเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 50 ถึงร้อยละ 100 เมื่อวิเคราะห์ดัชนีความเข้มข้นทางการค้าในแต่ละประเทศของภูมิภาคยุโรปแล้ว พบว่า ดัชนีความเข้มข้นทางการค้าน้อยกว่า 1 ( $MII\_Partner < 1$ ) หรือรายการที่ยังนำเข้าจากไทยน้อย เมื่อคิดเป็นสัดส่วนของรายการสินค้าที่สร้างเสริมทางการค้าทั้งหมดมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ในทุกประเทศ แสดงให้เห็นช่องว่างในตลาดในการส่งออกของไทยที่ควรส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าในภูมิภาคยุโรป ในบางประเทศของภูมิภาคยุโรปไม่มีรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากรทั้ง 25 รายการที่นำเข้าจากไทย ได้แก่ ออสเตรีย เบลารุส เบลเยียม บัลแกเรีย ฟินแลนด์ กรีซ ไอร์แลนด์ ลัตเวีย โปรตุเกส สโลวีเนีย สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ และ ยูเครนที่สะท้อนถึงศักยภาพในการขยายตลาดในอนาคตโดยเฉพาะอย่างยิ่งสัดส่วนของดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าของประเทศคู่ค้ายังมีน้อย ไทยจะมีโอกาสการขยายตลาดส่งออกอย่างพوارาที่ไปยังประเทศคู่ค้ามากขึ้น

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 15 รายการและเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 0.00 ถึงร้อยละ 100 โดยสิงคโปร์และกัมพูชามีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 หรือควรส่งเสริมการค้าในทุกรายการ

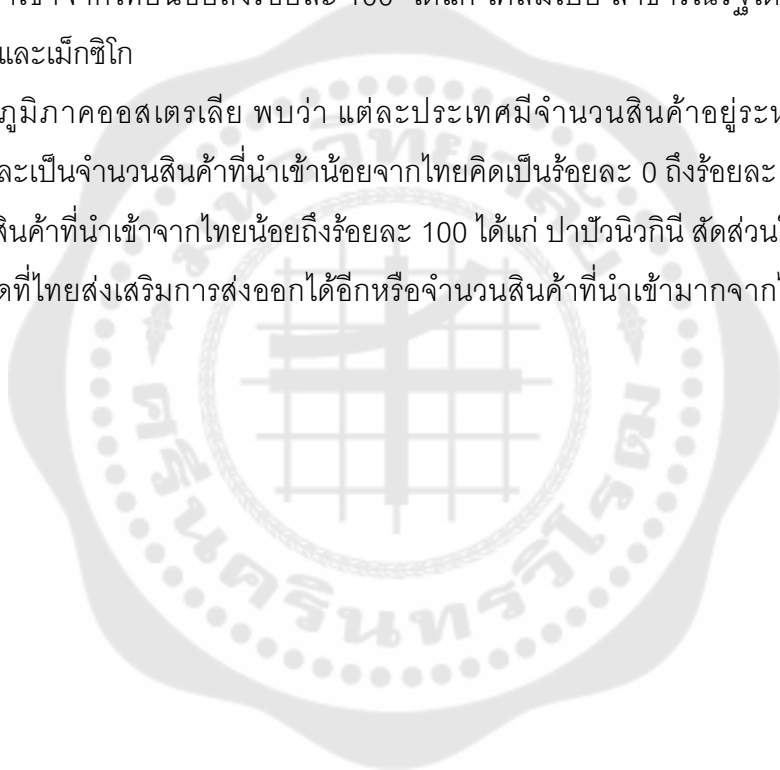
ตะวันออกกลาง พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 5 รายการและเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 60 ถึงร้อยละ 100 โดยประเทศที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 ได้แก่ อิรักและเยเมน

ภูมิภาคเอเชียอื่นๆ พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 17 รายการ และเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 42.8 ถึงร้อยละ 100 โดยประเทศที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 ได้แก่ บังคลาเทศ คาซัคสถาน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เนปาล ซาอุดีอาระเบีย ศรีลังกา และสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก

ภูมิภาคแอฟริกา พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 10 รายการ และเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 70 ถึงร้อยละ 100 โดยประเทศที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 ได้แก่ แอลจีเรีย เอธิโอเปีย กินี เคนยา โมร็อกโก ไนจีเรีย และซูดาน กล่าวได้ว่า ภูมิภาคแอฟริกาเป็นภูมิภาคที่มีประเทศคู่ค้าที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 มากที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ

ภูมิภาคอเมริกา พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 19 รายการ และเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 100 โดยประเทศที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 ได้แก่ โคลัมเบีย สาธารณรัฐโดมินิกัน เอกวาดอร์ ปานามา และเม็กซิโก

ภูมิภาคออสเตรเลีย พบว่า แต่ละประเทศมีจำนวนสินค้าอยู่ระหว่างช่วง 1 ถึง 11 รายการ และเป็นจำนวนสินค้าที่นำเข้าน้อยจากไทยคิดเป็นร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 100 โดยประเทศที่มีจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากไทยน้อยถึงร้อยละ 100 ได้แก่ ปาปัวนิวกินี สัดส่วนในการนำเข้าสินค้ารายการใดที่ไทยส่งเสริมการส่งออกได้อีกหรือจำนวนสินค้าที่นำเข้ามากจากไทยคิดเป็นร้อยละ 100



ตาราง 35 ช่วงจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าและคิดจำนวนสินค้าที่ยังนำเข้าจากไทยน้อย  
คิดเป็นร้อยละของจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าทั้งหมด

| ทวีป<br>จำนวนประเทศ        | ช่วงจำนวน<br>RCAX_th > 1 & RCAM_Partner > 1<br>(2559-2563) | ช่วงร้อยละ<br>MII_Partner < 1<br>(2563) |
|----------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (9) | [1, 15]                                                    | [00.0%, 100.0%]                         |
| ตะวันออกกลาง (4)           | [1, 5]                                                     | [60.0%, 100.0%]                         |
| ภูมิภาคเอเชียอื่นๆ (14)    | [1, 17]                                                    | [00.0%, 100.0%]                         |
| ภูมิภาคแอฟริกา (10)        | [1, 10]                                                    | [70.0%, 100.0%]                         |
| ภูมิภาคยุโรป (28)          | [1, 18]                                                    | [66.6%, 100.0%]                         |
| ภูมิภาคอเมริกา (13)        | [1, 19]                                                    | [00.0%, 100.0%]                         |
| ภูมิภาคออสเตรเลีย (3)      | [1, 11]                                                    | [00.0%, 100.0%]                         |

ที่มา : ผลการคำนวณโดยผู้วิจัย

ตาราง 35 นำรายการสินค้าเฉพาะกรณีสร้างการค้า (RCAX\_th > 1 & RCAM\_Partner > 1) และช่วงร้อยละของรายการสินค้าที่มีดัชนีความเข้มข้นทางการค้าน้อยกว่า 1 MII\_Partner < 1 แสดงช่วงจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้าและจำนวนสินค้าที่ยังนำเข้าไทยน้อยคิดเป็นร้อยละของจำนวนสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้าทั้งหมด ช่วงร้อยละของจำนวนรายการสินค้า MII < 1 ที่นำเข้าจากไทยทั้งหมด ช่วงร้อยละ หมายถึง ช่วงร้อยละของดัชนีความเข้มข้นทางการค้าที่มากที่สุดและน้อยที่สุด

ร้อยละ 0.00 หมายถึง อย่างน้อย 1 ประเทศหรือบางประเทศในประเทศคู่ค้ามีดัชนีความเข้มข้นทางการค้ามากกว่า 1 ในทุกรายการที่สร้างการค้าหรือไม่มีรายการใดที่มีดัชนีความเข้มข้นทางการค้าน้อยกว่า 1

ร้อยละ 100 หมายถึง อย่างน้อย 1 ประเทศหรือบางประเทศในประเทศคู่ค้ามีดัชนีความเข้มข้นทางการค้าที่น้อยกว่า 1 ในทุกรายการ

กล่าวได้ว่าโอกาสในการขยายตลาดที่จะส่งผลดีทั้งต่อประเทศคู่ค้า ซึ่งเป็นรายการสินค้าที่ไทยมีความเปรียบในการส่งออกอยู่แล้วและเป็นรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบในการนำเข้ายังมีอีกมาก รวมทั้งรายการสินค้าส่วนใหญ่ยังมีดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าต่ำแสดงว่าสมาชิกประเทศคู่ค้ายังนำเข้าอย่างพาราจากไทยน้อยเมื่อเทียบกับการนำเข้าจากโลก

#### 4.4.3 แสดงพิกัดศุลกากร

รายการสินค้ายางพารารายการพิกัดศุลกากร 6 หลัก ตามขอบเขตการวิจัยในบทที่ 2 รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของวรรณสินธ์ สัตยานุวัตร (2558) ที่ใช้ The Wisarn's RCA matching approach เพื่อระบุสินค้าที่สร้างการค้าหรือเปี่ยงเบนทางการค้าระหว่างประเทศไทยในพิกัดศุลกากร 6 หลัก (วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร, 2558) เพื่อเจาะจงรายการที่ควรรักษาระดับการส่งออกหรือควรส่งเสริมการส่งออกได้อย่างตรงประเด็น จากผลการวิจัยนำเสนอผลการดำเนินการวิจัยส่วนนี้จะแสดงรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากรการจำแนกในแต่ละประเทศทั้ง 78 ประเทศคู่ค้าในปีพ.ศ 2563 ดังนี้

ตาราง 36 รายการสินค้าตามพิกัดศุลกากรแสดงตามดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้า ปี พ.ศ 2563

| ประเทศ            | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด                                         | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                                                    |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เคนยา (1)         |                                                                        | 401390 (1)                                                                                                        |
| เซอร์เบีย (3)     | 400122 (1)                                                             | 400219, 400510 (2)                                                                                                |
| เดนมาร์ก (4)      | 400110, 400941 (2)                                                     | 400811, 401691 (2)                                                                                                |
| เนเธอร์แลนด์ (18) | 400110, 401390, 401590, 401691 (4)                                     | 400122, 400219, 400220, 400591<br>400811, 400931, 400932, 400941<br>401011, 401120, 401219, 401290<br>401699 (14) |
| เนปาล (2)         |                                                                        | 401219, 401310 (2)                                                                                                |
| เบลเยียม (10)     |                                                                        | 400220, 400260, 400510, 400811<br>400921, 401120, 401219, 401290<br>401310, 401691 (10)                           |
| เบลารุส (2)       |                                                                        | 400260, 400591 (2)                                                                                                |
| เปรู (2)          | 401011, 401390 (2)                                                     |                                                                                                                   |
| เม็กซิโก (2)      |                                                                        | 400220, 400510, 400591, 400811<br>400931, 400932, 400941, 401011<br>401120, 401219, 401691, 401699<br>(12)        |
| เยเมน (1)         |                                                                        | 401310 (1)                                                                                                        |
| เยอรมนี (10)      | 400510 (1)                                                             | 400591, 400811, 400921, 400931<br>400932, 400942, 401120, 401290<br>401699 (9)                                    |
| เวียดนาม (14)     | 400219, 400110, 400510<br>400591, 400811, 400931<br>401590, 401699 (8) | 400122, 400121, 400129, 400220<br>400260, 401011 (6)                                                              |
| เอกวาดอร์ (1)     |                                                                        | 401290 (1)                                                                                                        |

ตาราง 36 (ต่อ)

| ประเทศ          | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด     | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                                                                               |
|-----------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เดริโอเปีย (3)  |                                    | 400129, 401219, 401310 (3)                                                                                                                   |
| แคนาดา (19)     | 400932, 400941, 401590 (3)         | 400129, 400219, 400220, 400510<br>400591, 400811, 400921, 400931<br>400942, 401011, 401120, 401219<br>401290, 401390, 401691, 401699<br>(16) |
| แอฟริกาใต้ (10) | 400219, 400921, 401120 (3)         | 400122, 400129, 400941, 401011<br>401290, 401310, 401390 (7)                                                                                 |
| แอลจีเรีย (2)   |                                    | 401120, 401310 (2)                                                                                                                           |
| โคลัมเบีย (4)   |                                    | 400110, 401120, 401290, 401390<br>(4)                                                                                                        |
| โปแลนด์ (16)    | 400219, 400220, 401590, 401691 (4) | 400122, 400260, 400510, 400591<br>400811, 400921, 400931, 400941<br>400942, 401120, 401219, 401699<br>(12)                                   |
| โปรตุเกส (7)    |                                    | 400122, 400219, 400220, 400260<br>400510, 400811, 401290 (7)                                                                                 |
| โมร็อกโก (1)    |                                    | 401011 (1)                                                                                                                                   |
| โรมาเนีย (13)   | 400219, 400220 (2)                 | 400122, 400129, 400260, 400510<br>400591, 400811, 400931, 400932<br>400941, 401691, 401699 (11)                                              |
| ไทเป (7)        | 400110, 400121, 400129, 400219 (4) | 400220, 400260, 400591 (3)                                                                                                                   |
| ไนจีเรีย (1)    |                                    | 401310 (1)                                                                                                                                   |
| ไอร์แลนด์ (3)   |                                    | 401219, 401590, 401691 (3)                                                                                                                   |
| กรีซ (1)        |                                    | 401011 (1)                                                                                                                                   |
| กัมพูชา (1)     |                                    | 401590 (1)                                                                                                                                   |
| กินี (1)        |                                    | 401011 (1)                                                                                                                                   |
| คอซดัว ริกา (2) | 400129 (1)                         | 400280 (1)                                                                                                                                   |
| คาซัคสถาน (2)   |                                    | 401011, 401691 (2)                                                                                                                           |

ตาราง 36 (ต่อ)

| ประเทศ             | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด                               | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                                             |
|--------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| จีน (7)            | 400122, 400219, 400220, 400280<br>(4)                        | 400121, 400110, 400129 (3)                                                                                 |
| ชิลี (4)           | 401011 (1)                                                   | 400921, 401120, 401290 (3)                                                                                 |
| ซาอุดีอาระเบีย (5) |                                                              | 400591, 401011, 401120, 401310<br>401590 (5)                                                               |
| ชูดาน (1)          |                                                              | 401310 (1)                                                                                                 |
| ญี่ปุ่น (5)        | 400121, 401310 (2)                                           | 400122, 400260 (2)                                                                                         |
| ตุรกี (17)         | 400122, 400121, 400220, 400932<br>401390, 401699 (6)         | 400219, 401310, 401120, 400110<br>400260, 400510, 400591, 400811<br>400921, 400941, 401290 (11)            |
| นอร์เวย์ (4)       | 401590 (1)                                                   | 400811, 401219, 401691 (3)                                                                                 |
| นิวซีแลนด์ (2)     | 401290, 401590 (2)                                           |                                                                                                            |
| บราซิล (19)        | 400122, 400121, 400129, 400591<br>400932, 400941, 400942 (7) | 400219, 401310, 401120, 400110<br>400220, 400260, 400510, 400921<br>400931, 401011, 401390, 401699<br>(12) |
| บังคลาเทศ (2)      |                                                              | 400121, 401310 (2)                                                                                         |
| บัลแกเรีย (3)      |                                                              | 400932, 401011, 401219 (3)                                                                                 |
| ปากีสถาน (6)       | 400110 (1)                                                   | 400122, 400121, 400219, 401310<br>401120 (5)                                                               |
| ปานามา (1)         |                                                              | 401219 (1)                                                                                                 |
| ปาปัวนิวกินี (1)   |                                                              | 401219 (1)                                                                                                 |
| ปารากวัย (2)       |                                                              | 401219, 401390 (2)                                                                                         |
| ฝรั่งเศส (10)      | 401590 (1)                                                   | 400510, 400591, 400811, 400932<br>401011, 401219, 401390, 401691<br>401699 (9)                             |

ตาราง 36 (ต่อ)

| ประเทศ                   | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด                               | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                                                    |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| พม่า (2)                 | 401219 (1)                                                   | 401310 (1)                                                                                                        |
| ฟินแลนด์ (2)             |                                                              | 400921, 400941 (2)                                                                                                |
| ฟิลิปปินส์ (8)           | 400129, 401290, 401310, 401390 (4)                           | 401011, 401219, 401590, 401691<br>(4)                                                                             |
| มาเลเซีย (1)             | 400110, 400121, 400129, 400219<br>400220, 400260, 401390 (7) | 400122, 400591, 401011, 401219<br>401310 (5)                                                                      |
| ยูเครน (2)               |                                                              | 400260, 401011 (2)                                                                                                |
| ลักเซมเบิร์ก (5)         | 400121 (1)                                                   | 400122, 400220, 400260, 400510<br>(4)                                                                             |
| ลัตเวีย (1)              |                                                              | 401219 (1)                                                                                                        |
| ศรีลังกา (5)             |                                                              | 400110, 400121, 400260<br>401310, 401390 (5)                                                                      |
| สเปน (15)                | 400121, 400129, 400219, 400510<br>401590 (5)                 | 400220, 400260, 400591, 400811<br>400931, 400932, 400941, 401219<br>401390, 401699 (10)                           |
| สโลวาเกีย (9)            | 400122 (1)                                                   | 400220, 400260, 400510, 400591<br>400931, 400932, 401691, 401699<br>(8)                                           |
| สโลวีเนีย (2)            |                                                              | 400260, 400510 (2)                                                                                                |
| สวีตเซอร์แลนด์ (2)       |                                                              | 400811, 401219 (2)                                                                                                |
| สวีเดน (13)              |                                                              | 400811, 400921, 400931, 400932<br>400941, 400942, 401120, 401219<br>401290, 401310, 401590, 401691<br>401699 (13) |
| สหรัฐอเมริกา (10)        | 400121, 400921, 400931<br>400932, 401120, 401691 (6)         | 400122, 400941, 401219, 401290<br>(4)                                                                             |
| สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (3) |                                                              | 400942, 401120, 401310 (3)                                                                                        |

ตาราง 36 (ต่อ)

| ประเทศ                                   | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด                                          | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                                             |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สหราชอาณาจักร (6)                        | 401590 (1)                                                              | 400591, 400931, 400941, 400942<br>401691 (5)                                                               |
| สาธารณรัฐเกาหลี (1)                      | 400122 (1)                                                              |                                                                                                            |
| สาธารณรัฐเช็ก (13)                       | 400219, 400921, 400931 (3)                                              | 400122, 400220, 400260, 400510<br>400591, 400811, 400932, 400942<br>401290, 401699 (10)                    |
| สาธารณรัฐโดมินิกัน (1)                   |                                                                         | 401390 (1)                                                                                                 |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี<br>(1) |                                                                         | 400121 (1)                                                                                                 |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (1)       | 401219 (1)                                                              |                                                                                                            |
| สิงคโปร์ (1)                             |                                                                         | 401219 (1)                                                                                                 |
| ออสเตรเลีย (11)                          | 400941, 401011, 401120, 401290<br>401390, 401590, 401691, 401699<br>(8) | 400811, 400921, 400931 (3)                                                                                 |
| ออสเตรเลีย (12)                          |                                                                         | 400591, 400811, 400921, 400931<br>400932, 400941, 400942, 401011<br>401219, 401590, 401691, 401699<br>(12) |
| อาร์เจนตินา (7)                          | 400931, 400932 (2)                                                      | 400122, 400220, 401290, 401310<br>401390 (5)                                                               |
| อิตาลี (12)                              | 400121, 400510, 400921 (3)                                              | 400219, 400220, 400591, 400811<br>400941, 400942, 401290, 401590<br>401699 (9)                             |
| อินเดีย (9)                              | 400219, 400510, 401590 (3)                                              | 400121, 400122, 400220, 400941<br>400942, 401011 (6)                                                       |

ตาราง 36 (ต่อ)

| ประเทศ           | MII_Partner > 1<br>รายการพิกัด                                                          | MII_Partner < 1<br>รายการพิกัด                                                          |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| อินโดนีเซีย (15) | 400219, 401310, 401120, 400811<br>400931, 400941, 400942, 401290<br>401590, 401699 (10) | 400110, 400220, 400921, 401011<br>401219 (5)                                            |
| อิรัก (3)        |                                                                                         | 401120, 401310, 401390 (3)                                                              |
| อิหร่าน (4)      | 400129 (1)                                                                              | 401310, 400110, 401011 (3)                                                              |
| อียิปต์ (5)      | 400129, 401120 (2)                                                                      | 400110, 400510, 401310 (3)                                                              |
| ยังการี (11)     | 400219 (1)                                                                              | 400122, 400220, 400260, 400510<br>400591, 400931, 400941, 400942<br>401120, 401699 (10) |

ที่มา : ผู้วิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานวิจัยในรายการที่สร้างการค้าจำแนกรายพิกัด  
ศุลกากร พบประเด็นสำคัญดังนี้

ประการที่ 1 ประเทศจำนวนทั้งหมด 26 ประเทศจาก 79 ประเทศ นำเข้ายางในพิกัด  
401219 คำแปลภาษาไทย คือ ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังก่อวชนิดที่ใช้  
กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น  
(นอกจากของดังก่อวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13) เป็นรายการสินค้าที่เข้า  
ข่ายการการสร้างการค้า โดยแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ (MII <  
1) ถึง 24 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สเปน โปแลนด์  
แคนาดา ฟิลิปปินส์ เอธิโอเปีย สิงคโปร์ ฝรั่งเศส บัลแกเรีย สวีเดน เบลเยียม เม็กซิโก ออสเตรเลีย  
สวีตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ ปารากวัย เนปาล ไอร์แลนด์ ปานามา ลัตเวีย และปาปัวนิวกินี แสดงให้  
เห็นช่องว่างทางการค้าที่ไทยสามารถส่งเสริมให้เกิดการส่งออกไปยังประเทศข้างต้นในรายการ  
สินค้าพิกัด 401219 ที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอยู่แล้ว ส่วนประเทศที่ต้อง  
รักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ (MII > 1) จำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตย  
ประชาชนลาวและพม่า สินค้าอีก 1 รายการที่มีเข้าข่ายการสร้างการค้า ทั้งหมด 25 ประเทศ

จาก 81 ประเทศ คือ พิกัด 401310 คำแปลภาษาไทย คือ ยางในชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสเตชันแวกอนและรถแข่ง) รถบัส หรือรถบรรทุก โดยแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ ( $MII < 1$ ) จำนวน 22 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย อิหร่าน บราซิล ตุรกี ปากีสถาน ศรีลังกา อียิปต์ บังคลาเทศ อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ เอธิโอเปีย ไนจีเรีย แอลจีเรีย เยเมน สวีเดน เบลเยียม ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิรัก พม่า เนปาล และชูดาน และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ ( $MII > 1$ ) จำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์

ประการที่ 2 บราซิลและแคนาดาเป็นประเทศที่มีรายการยางพาราที่เข้าข่ายการสร้างการค้ามากที่สุด 19 รายการ ไทยควรรักษาระดับการส่งออกไปยังแคนาดาในพิกัด 400932, 400941 และ 401590 ควรส่งเสริมหรือเพิ่มการส่งออกในพิกัด 400129, 400219, 400220, 400510, 400591, 400811, 400921, 400931, 400942, 401011, 401120, 401219, 401290, 401390, 401691 และ 401699 ส่วนบราซิลไทยควรรักษาระดับการส่งออกในพิกัด 400122, 400121, 400129, 400591, 400932, 400941 และ 400942 ควรส่งเสริมหรือเพิ่มการส่งออกในพิกัด 400219, 401310, 401120, 400110, 400220, 400260, 400510, 400921, 400931, 401011, 401390 และ 401699 ประเทศคู่ค้าที่มีรายการที่สร้างการค้าจำนวน 1 รายการหรือรายการที่ประเทศคู่ค้านำเข้าและสามารถสร้างการค้าได้น้อยที่สุดจำนวน 17 ประเทศ ได้แก่ โมร็อกโก ไนจีเรีย กรีซ กัมพูชา กินี ชูดาน ปานามา ปาปัวนิวกินี ลัตเวีย สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐโดมินิกัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สิงคโปร์ ผลการวิจัยพบว่าดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าของประเทศดังกล่าวต่ำกว่า 1 ( $MII < 1$ ) ยกเว้นสาธารณรัฐเกาหลีและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สรุปได้ว่าแม้ว่ารายการที่สร้างการค้าจากทั้ง 17 ประเทศคู่ค้ามีจำนวนเพียง 1 รายการแต่โดยมากเป็นรายการที่ควรส่งเสริมการส่งออก

จากการศึกษาภูมิหลังของการวิจัยในปี 1 กล่าวถึงผลกระทบของผลกระทบวิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยขยายตัวถึง 125.9 เปอร์เซ็นต์ จากผลการศึกษาพบว่าพิกัดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตถุงมือยางหรือถุงมือยางที่ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ได้แก่ 400110 และ 400280 พบประเทศที่เข้าข่ายการสร้างการค้าดังนี้

400110 เข้าข่ายการสร้างการค้าในประเทศ เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม โคลัมเบีย ไทยเป จีน ตุรกี บราซิล ปากีสถาน มาเลเซีย ศรีลังกา อินโดนีเซีย อิหร่าน อียิปต์

400280 เข้าข่ายการสร้างการค้าในประเทศคอซอวอ ริก้าและจีน

ประการที่ 4 กรณีที่ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้า (MII) ที่มีค่าเป็น 0 ยังแสดงถึงลักษณะทางการค้า 2 ประเภทคือ รายการสินค้าที่ไทยยังไม่เคยส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสามารถพัฒนาหรือส่งเสริมเป็นตลาดใหม่ในการเพิ่มการส่งออกและรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้าเคยนำเข้าจากไทยแต่ไม่ได้นำเข้าอย่างพาราในพิกัดนั้น ๆ จากไทยในปี พ.ศ. 2563 นำไปสู่การวิเคราะห์ตลาดหรือประเทศอื่นๆ ที่ประเทศคู่ค้านำเข้าในปัจจุบันและศึกษาข้อตกลงทางการค้าของประเทศนั้นๆ และประเทศคู่ค้าที่เคยนำเข้าสินค้านั้นๆ จากไทยเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้า รวมถึงคุณภาพของสินค้าโดยอ้างอิงจากงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพยางของไทย ดังนี้

ตาราง 37 รายการสินค้าแสดงตามดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าเป็นศูนย์ (MII=0)

| ประเทศคู่ค้า | พิกัดที่ไม่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 | พิกัดที่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 |
|--------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| เซอร์เบีย    | 400219                                      | 400510                                   |
| เดนมาร์ก     |                                             | 400811                                   |
| เนเธอร์แลนด์ | 400591, 401219                              | 400219, 400921                           |
| เนปาล        | 401219                                      | 401310                                   |
| เบลเยียม     | 400260, 401219, 400510                      | 400811, 400921, 401290,<br>401310        |
| เบลารุส      | 400260, 400591                              |                                          |
| เม็กซิโก     | 401219, 401011                              | 400220, 400510<br>401691                 |
| เยเมน        |                                             | 401310                                   |
| เยอรมนี      |                                             | 400591, 400942                           |
| เอกวาดอร์    |                                             | 401290                                   |
| เอธิโอเปีย   | 400129, 401219                              |                                          |
| แคนาดา       | 400510, 400591, 401011                      |                                          |
| แอฟริกาใต้   | 401011                                      | 401310                                   |
| แอลจีเรีย    |                                             | 401310                                   |
| โคลอมเบีย    | 400110                                      | 401290                                   |
| โปแลนด์      | 400510, 400941, 401219,<br>400260           | 400921<br>401699                         |
| โปรตุเกส     | 400260                                      | 400220                                   |
| โมร็อกโก     | 401011                                      |                                          |
| โรมาเนีย     | 400260, 400510, 400591<br>400932, 400931    | 400129, 400941, 401691,<br>401699        |
| ไนจีเรีย     |                                             | 401310                                   |
| ไอร์แลนด์    | 401219                                      | 401691                                   |
| กรีซ         | 401011                                      |                                          |

ตาราง 37 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า       | พิกัดที่ไม่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 | พิกัดที่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 |
|--------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| กินี               | 401011                                      |                                          |
| คอสตาริกา          | 400280                                      |                                          |
| คาสัคสถาน          | 401011, 401691                              |                                          |
| ชิลี               |                                             | 401290                                   |
| ซาอุดีอาระเบีย     | 400591, 401011                              | 401310                                   |
| ชูดาน              |                                             | 401310                                   |
| ญี่ปุ่น            |                                             | 400260                                   |
| ตุรกี              |                                             | 400941, 401310                           |
| นอร์เวย์           | 400811, 401219                              | 401691                                   |
| บราซิล             | 401310, 401011                              | 400510                                   |
| บังคลาเทศ          |                                             | 401310                                   |
| บัลแกเรีย          | 400932, 401011, 401219                      |                                          |
| ประเทศสหรัฐอเมริกา |                                             | 401219                                   |
| ปานามา             | 401219                                      |                                          |
| ปาปัวนิวกินี       | 401219                                      |                                          |
| ปารากวัย           | 401219                                      |                                          |
| ฝรั่งเศส           | 400591, 401011                              |                                          |
| ฟินแลนด์           | 400921                                      |                                          |
| ฟิลิปปินส์         |                                             | 401011, 401219, 401691                   |
| มาเลเซีย           | 401219                                      | 401310                                   |
| ยูเครน             | 400260, 401011                              |                                          |
| ลักเซมเบิร์ก       | 400122, 400260, 400510                      |                                          |
| ลัตเวีย            | 401219                                      |                                          |
| ศรีลังกา           |                                             | 400260                                   |

ตาราง 37 (ต่อ)

| ประเทศคู่ค้า                      | พิกัดที่ไม่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 | พิกัดที่เคยนำเข้าจากไทย<br>MII_Partner=0 |
|-----------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| สเปน                              | 400260, 400591, 401219                      | 400811, 400941                           |
| สโลวาเกีย                         | 400260, 400932                              | 400510, 400931, 401699                   |
| สโลวีเนีย                         | 400510                                      | 400260                                   |
| สวิตเซอร์แลนด์                    | 401219                                      | 400811                                   |
| สวีเดน                            | 400811, 400921, 401219,<br>401310           | 400931, 400941, 400942,<br>401290        |
| สหราชอาณาจักร                     |                                             | 400931, 401691                           |
| สาธารณรัฐเช็ก                     | 400260, 400510                              | 400811                                   |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี |                                             | 400121                                   |
| สิงคโปร์                          |                                             | 401219                                   |
| ฮอสเตเรีย                         | 400591, 400932, 401219,<br>401011           | 400811, 400921, 400942,<br>401691        |
| อาร์เจนตินา                       | 400220, 401310                              | 401290                                   |
| อิตาลี                            | 400591                                      | 400220, 400941, 400942                   |
| อินเดีย                           |                                             | 401011                                   |
| อินโดนีเซีย                       |                                             | 401011                                   |
| อิหร่าน                           | 401011, 401310                              |                                          |
| อิสราเอล                          |                                             | 401310                                   |
| อิตาลี                            | 400260, 400510, 400591,<br>400931           | 400942, 401699                           |

ที่มา : ผู้วิจัย

ประการที่ 5 จีนมีรายการที่สร้างการค้าต่อการส่งออกยางพาราของไทยจำนวน 7 รายการแบ่งเป็นควรรักษาระดับการส่งออก 4 รายการ ได้แก่ 400122, 400219, 400220 และ 400280 ควรส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออก 3 รายการ ได้แก่ 400121, 400110 และ 400129 เนื่องจากจีนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งที่มีความสำคัญในการส่งออกยางพาราของไทยอ้างอิงจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) โดย เดวิด ริคาร์โด กล่าวว่า แม้ประเทศหนึ่งจะอยู่ในฐานะเสียเปรียบการค้าอีกประเทศหนึ่งในเรื่องการผลิตสินค้าทุกชนิดก็ตาม แต่ประเทศทั้งสองสามารถทำการค้าต่อกันได้ โดยแต่ละประเทศจะเลือกผลิตสินค้าซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นแล้ว ประเทศตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำสุด แล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับอีกประเทศหนึ่งทั้ง 2 ประเทศ ต่างก็จะได้รับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศ โดยการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิต แต่ถ้าทั้ง 2 ประเทศต่างมีต้นทุนเปรียบเทียบเท่ากันแล้ว การค้าระหว่างประเทศก็จะไม่เกิดขึ้นเพราะไม่มีฝ่ายใดได้ประโยชน์จากต้นทุนเปรียบเทียบสรุปได้ว่า ประเทศต่าง ๆ ควรมุ่งผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้โดยเสียต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบการกระทำเช่นนี้จะส่งผลให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ หรือปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน ประเทศที่ผลิตสินค้าโดยเสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดจะผลิตสินค้านั้นเพื่อการส่งออก (David Ricardo, 2366) จึงศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเทศคู่ค้าในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศที่จีนนำเข้ายางพาราใน 7 รายการที่เข้าข่ายสร้างการค้ากับไทยเพื่อเปรียบเทียบศักยภาพหรือความสามารถในการส่งออกยางพาราไทยไปจีนต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นในกลุ่มอาเซียน โดยการเปรียบเทียบดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราในพิกัดนั้น ๆ ของประเทศคู่ค้าอาเซียนที่จีนนำเข้ากับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพาราในพิกัดนั้น ๆ ของไทยในปี พ.ศ. 2563 ดังนี้

ตาราง 38 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนในรายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้ามากกว่า 1 ( $MII > 1$ )

| ประเทศอาเซียน                  | 400122 | 400219 | 400220 | 400280 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| บรูไน ดารุสซาลาม               | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| กัมพูชา                        | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| อินโดนีเซีย                    | 40.67  | 0.16   | 0.71   | 4.14   |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | 33.66  | 28.94  | 0.00   | 8.14   |
| มาเลเซีย                       | 7.23   | 0.72   | 1.75   | 10.81  |
| พม่า                           | 3.51   | 2.28   | 0.00   | 23.12  |
| ฟิลิปปินส์                     | 0.67   | 0.00   | 0.00   | 0.07   |
| สิงคโปร์                       | 0.55   | 0.00   | 2.72   | 0.00   |
| เวียดนาม                       | 3.86   | 2.82   | 0.01   | 20.44  |
| ไทย                            | 15.15  | 2.69   | 1.66   | 32.52  |

ที่มา : ผู้วิจัย

จากตารางแสดงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนในรายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้ามากกว่า 1 ( $MII > 1$ ) พบว่าในรายการสินค้าที่จีนนำเข้าจากไทยมากและควรรักษาระดับการส่งออกจำนวน 4 รายการ ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมากกว่าทุกประเทศในอาเซียนเพียง 1 รายการ คือ 400280 คำแปลภาษาไทย ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ แสดงความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในรายการสินค้านี้ไปยังตลาดจีนที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน ส่วนพิกัด 400122 ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า อินโดนีเซีย และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แต่มากกว่ามาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และ เวียดนาม พิกัด 400219 ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พิกัด 400220 ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า มาเลเซียและสิงคโปร์

ตาราง 39 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนในรายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้าน้อยกว่า 1 ( $MII < 1$ )

| ประเทศอาเซียน                  | 400121 | 400110 | 400129 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|
| บรูไน ดารุสซาลาม               | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| กัมพูชา                        | 22.89  | 0.01   | 206.03 |
| อินโดนีเซีย                    | 9.43   | 0.39   | 0.00   |
| สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | 1.40   | 73.21  | 614.54 |
| มาเลเซีย                       | 0.03   | 1.82   | 0.10   |
| พม่า                           | 161.29 | 5.77   | 1.44   |
| ฟิลิปปินส์                     | 0.05   | 0.00   | 18.19  |
| สิงคโปร์                       | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| เวียดนาม                       | 5.58   | 7.13   | 0.11   |
| ไทย                            | 43.75  | 15.15  | 2.29   |

ที่มา : ผู้วิจัย

จากตารางแสดงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) ไปยังจีนของอาเซียนในรายการดัชนีความเข้มข้นในนำเข้าน้อยกว่า 1 ( $MII < 1$ ) พบว่า ในรายการสินค้าที่จีนนำเข้าจากไทยน้อยและควรให้ส่งเสริมการส่งออก เมื่อเปรียบเทียบดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างพาราในพิกัดดังกล่าวกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้อยกว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 3 รายการ โดยพิกัด 400121พม่ามีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างพาราในพิกัดนี้มากกว่าไทย พิกัด 400110 ลาวมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างพาราในพิกัดนี้มากกว่าไทย พิกัด 400129 กัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอย่างพาราในพิกัดนี้มากกว่าไทยสูงถึง 206.03 และ 614.54 ตามลำดับ

จากการศึกษาประเทศผู้ส่งออกยางพาราไปยังจีนดังกล่าว เพื่อศึกษาศักยภาพของ ประเทศผู้ส่งออกอื่นในอาเซียนที่อาจจะส่งผลการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) หรือการ ที่สินค้านำเข้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าที่มาจากประเทศนอกกลุ่มเศรษฐกิจได้ถูกแทนที่โดยสินค้านำเข้า จากประเทศสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มที่มีต้นทุนสูงกว่า (Viner J., 2493) ประเทศคู่ค้าที่นำเข้ายางพารา จากไทยนำเข้าประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีดัชนีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออก (RCAX) น้อยกว่าไทย ตามทฤษฎีของเฮกเชอร์ ออแลง (Heckscher Ohlin Theory) เรื่องความแตกต่างของปัจจัยการผลิตเริ่มต้นที่แต่ละประเทศมีอยู่และราคาปัจจัย การผลิตระหว่างประเทศ จากทฤษฎีนี้แต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าโดยคำนึงถึงปัจจัยการผลิตที่ มีมากโดยเปรียบเทียบส่งผลให้ปัจจัยการผลิตนั้นมีราคาถูกและนำเข้าสินค้าเฉพาะปัจจัยการผลิต ที่หายากโดยเปรียบเทียบ ดังนั้น ปัจจัยการผลิตดังกล่าวจะมีราคาแพง (Heckscher-Ohlin, 2522)



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้จะกล่าวถึงข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย นอกจากนั้นจะกล่าวถึงข้อเสนอแนะสำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต รวมถึงแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพารา อีกทั้งข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้

#### ความมุ่งหมายของงานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การขยายตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

#### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกและนำเข้าในอุตสาหกรรมยางพาราไทย ดังนี้

1. ข้อมูลสถิติภูมิอนุกรมเวลาแบบรายปีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 ปี
2. สินค้าส่งออกในหมวดยางพาราของไทยทั้งหมดตามรหัสศุลกากร 56 รายการ
3. ประเทศที่นำเข้ายางพารามากที่สุด 30 อันดับแรกของโลกในแต่ละรายการสินค้าทั้ง 56 รายการที่ไทยมีการส่งออก

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสถานการณ์นำเข้าและส่งออกที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางพาราของไทยและของโลก
2. ทำให้เกษตรกร ผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องในการผลิตยางพาราของไทยมีโอกาสในการพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการ รวมทั้งทราบถึงแนวโน้มการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มอัตราส่วนการขยายตลาดการส่งออกยางพาราไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออก (RCAX)

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอย่างพาราของประเทศไทย  
รายสินค้าตามพิภคศุลกากรทั้ง 6 หลักทั้งหมด 56 ประเภท

$$RCAX_{TH} = \frac{(XTH,i/XTH)}{(Xwi/Xw)}$$

โดยที่  $XTH,i$ ,  $Xw,i$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า “i” ของ “ไทย” และของ “โลก” ตามลำดับ  
และ  $XTH$ ,  $Xw$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของ “ไทย” และของ “โลก” ตามลำดับ

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการนำเข้า (RCAM)

หาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการนำเข้าของประเทศ 30 อันดับแรกที่  
นำเข้าอย่างพาราตามรายการสินค้าทั้ง 56 รายการที่ไทยส่งออก

$$RCAM_{Partner} = \frac{(Mpartner,i/Mpartner)}{(Mw,i/Mw)}$$

โดยที่  $Mpartner,i$  และ  $Mw,i$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” ของ “คู่ค้า”  
และของ “โลก” ตามลำดับ  
และ  $Mpartner$  และ  $Mw$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมของ “คู่ค้า”  
และของ “โลก” ตามลำดับ

### รายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า (Trade creation)

หลักการในการจับคู่รายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ( $RCAX > 1$ ) กับรายการสินค้าที่รายประเทศคู่ค้า 30 อันดับแรกมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า ( $RCAM\_Partner > 1$ ) จากวิธี The Wisarn's RCA matching approach เพื่อแสดงการค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้าทั้งต่อไทยและต่อประเทศคู่ค้าเมื่อได้รายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมการค้า ลำดับถัดมาประยุกต์ใช้ดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าระหว่างประเทศของสองประเทศ (Import Intensity Index) โดยการจำแนกออกเป็นรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้ามากเมื่อเทียบกับโลก ( $MII > 1$ ) และรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้าน้อยเมื่อเทียบกับโลก ( $MII < 1$ ) ดังนี้

$$MII\_Partner = \frac{(M_{partner,TH,i}/M_{partner,w,i})}{(M_{w,TH,i}/M_{w,w,i})}$$

โดยที่  $M_{partner,TH,i}$  และ  $M_{w,TH,i}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” จากไทย โดยประเทศ “คู่ค้า” และของ “โลก” ตามลำดับ และ  $M_{partner,w,i}$  และ  $M_{w,w,i}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า “i” จากโลก โดยประเทศ “คู่ค้า” และของ “โลก” ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัย

ยางพาราถือเป็นสินค้าทางการเกษตรที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยโดยยางพาราที่ผลิตได้ในประเทศไทยจะถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ มากกว่าร้อยละ 80 ของการผลิตทั้งหมด อีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 ของไทยเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มได้ในการขยายตลาดส่งออกอุตสาหกรรมยางพาราและรักษาระดับการส่งออกในประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ายางพาราอ้างอิงจากข้อมูลสถิติโดย the International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) ข้อมูลที่ใช้ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 เพื่อการวิเคราะห์การขยายตลาดและปริมาณการส่งออกในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ยางพาราตามพิกัดศุลกากร 6 หลักส่งออกไปยังประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าหรือมีการนำเข้ายางพาราตามขอบเขตการวิจัยประเทศผู้นำเข้า 30 อันดับแรกในแต่ละรายการโดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ประเทศคู่ค้าที่ไทยควรขยายตลาดส่งออกยางพารา

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทยโดยศึกษาประเทศผู้นำเข้ารายการสินค้าตามพิกัดศุลกากรทั้ง 56 รายการใน 82 ประเทศผู้นำเข้าทั่วโลกที่นำเข้ารายการสินค้าทั้ง 56 รายการนี้ พบว่า รายการสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจำนวน 25 รายการจาก 56 รายการและ 78 ประเทศจาก 82 ประเทศเป็นที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการนำเข้าแสดงถึงความสามารถในการนำเข้ายางพาราแต่ละรายการเมื่อเทียบกับโลก จำนวนประเทศคู่ค้า 78 ประเทศจำแนกรายประเทศในภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตะวันออกกลาง ภูมิภาคเอเชียอื่นๆ ภูมิภาคแอฟริกา และภูมิภาคออสเตรเลียเพื่อศึกษาว่ารายการสินค้าใดที่สร้างเสริมการค้าแข่งขันนี้ความเข้มข้นในการนำเข้ามากกว่า 1 แสดงถึงรายการที่นำเข้ามากควรรักษาระดับการส่งออกและดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าน้อยกว่า 1 แสดงถึงรายการที่นำเข้าน้อยควรส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออก โดยสรุปประเทศคู่ค้าที่มีดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าน้อยกว่า 1 หรือรายการที่ยังนำเข้าสินค้าจากไทยน้อยในทุกรายการ คิดเป็นร้อยละร้อยละของรายการยางพาราที่นำเข้าทั้งหมดจำนวน 38 ประเทศ จาก 78 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย เบลารุส เบลเยียม บัลแกเรีย ฟินแลนด์ กรีซ ไอร์แลนด์ ลัตเวีย โปรตุเกส สโลวีเนีย สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ โคลัมเบีย ยูเครน สาธารณรัฐโดมินิกัน เอกวาดอร์ ปานามา กัมพูชา สิงคโปร์ อิรัก เยเมน บังคลาเทศ คาซัคสถาน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เนปาล ราชอาณาจักรอาหรับเอมิเรตส์ แอลจีเรีย เอธิโอเปีย กินี เคนยา โมร็อกโก ไนจีเรีย

ชุดาน ปาปัวนิวกินี ฟินแลนด์ เม็กซิโก จะแสดงถึงประเทศคู่ค้าและรายการสินค้าที่ไทยควรส่งเสริมการส่งออก หรือรายการสินค้าที่มีดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าสินค้าจากไทยน้อยกว่า 1 หรือประเทศที่มีโอกาสในการสร้างการค้าในผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทยทั้งหมด 40 ประเทศที่มีความต้องการในการนำเข้ายางพาราในแต่ละรายการดังตาราง 37 ปริมาณมากเมื่อเปรียบเทียบกับโลก หรือมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ามากกว่า 1 อีกทั้งมีรายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างเสริมทางการค้าถึงร้อยละ 100 หรือยังไม่มีรายการสินค้าในหมวดยางพาราใดที่นำเข้าจากไทย ดังนั้น เกษตรกร เอกชน ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญหรือศึกษาการขยายตลาดหรือโควตาในการนำเข้ายางพาราตามพิกัดดังกล่าวไปยังประเทศคู่ค้าทั้ง 40 ประเทศข้างต้น ตลอดจนศึกษาข้อจำกัดในการตกลงทางการค้า การกีดกันทางการค้าทั้งรูปแบบภาษีและไม่ใช่อภาษีหรือปัจจัยที่มีผลกระทบในการส่งออกยางพาราของไทยที่อาจเกี่ยวข้องกับการส่งออกยางพาราของไทยเพื่อให้ไทยมีโอกาสด้านการขยายตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการส่งออกยางพาราของไทยอีกทางหนึ่ง

## **ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์รายการยางพาราตามพิกัดศุลกากรที่ไทยควรส่งเสริมให้ส่งออกหรือสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้ามากที่สุด 10 อันดับ**

จากผลการศึกษารายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้ามากที่สุด 10 อันดับแรกจาก 25 รายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ได้แก่

พิกัด 400122 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าทั้งหมด 21 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 15 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย เวียดนาม ปากีสถาน เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อินเดีย ลักเซมเบิร์ก โปแลนด์ โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก อังการี อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ โปรตุเกส และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ จีน บราซิล ตุรกี สาธารณรัฐเกาหลี สโลวาเกีย เซอร์เบีย

พิกัด 400219 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการสร้างการค้าทั้งหมด 20 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 8 ประเทศ ได้แก่ บราซิล ตุรกี ปากีสถาน เนเธอร์แลนด์ อิตาลี โปรตุเกส เซอร์เบีย แคนาดา และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 12 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย ไทยเป อินเดีย สเปน โปแลนด์ โปแลนด์ โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก อังการี แอฟริกาใต้

พิกัด 400510 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 21 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 16 ประเทศ ได้แก่ บราซิล ตุรกี อียิปต์ ลักเซมเบิร์ก โปแลนด์ สโลวาเกีย โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี โปรตุเกส เซอร์เบีย แคนาดา ฝรั่งเศส เบลเยียม เม็กซิโก สโลวีเนีย และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม อินเดีย อิตาลี สเปน เยอรมนี

พิกัด 400591 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 21 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 19 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ตุรกี เนเธอร์แลนด์ ไทย อิตาลี สเปน โปแลนด์ สโลวาเกีย โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี แคนาดา ฝรั่งเศส เม็กซิโก เบลารุส เยอรมนี สหราชอาณาจักร ออสเตรีย ซาอุดีอาระเบีย และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ บราซิลและเวียดนาม

พิกัด 400811 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 21 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 19 ประเทศ ได้แก่ อิตาลี สเปน โปแลนด์ โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก โปรตุเกส แคนาดา ฝรั่งเศส สวีเดน เบลเยียม เม็กซิโก เม็กซิโก เยอรมนี ออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย นอร์เวย์ และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ เวียดนามและอินโดนีเซีย

พิกัด 401120 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 22 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 17 ประเทศ ได้แก่ บราซิล ตุรกี ปากีสถาน เนเธอร์แลนด์ ไคลอมเบีย โปแลนด์ ฮังการี แคนาดา แอลจีเรีย สวีเดน เบลเยียม เม็กซิโก เยอรมนี ซาอุดีอาระเบีย ชิลี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิรัก และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย อียิปต์ สหรัฐอเมริกา แอฟริกาใต้ ออสเตรเลีย

พิกัด 400220 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 22 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 17 ประเทศ ได้แก่ บราซิล เวียดนาม อินโดนีเซีย เนเธอร์แลนด์ ไทย อินเดีย อิตาลี สเปน ลักเซมเบิร์ก สโลวาเกีย สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี อาร์เจนตินา โปรตุเกส แคนาดา เบลเยียม เม็กซิโก และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย จีน ตุรกี โปแลนด์ โรมาเนีย

พิกัด 401011 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 23 ประเทศจาก 81 ประเทศแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 20 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย อิหร่าน บราซิล เวียดนาม อินโดนีเซีย เนเธอร์แลนด์ อินเดีย แอฟริกาใต้ แคนาดา ฟิลิปปินส์ ฝรั่งเศส บัลแกเรีย เม็กซิโก ยูเครน ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย คาซัคสถาน โมร็อกโก กรีซ จีน และ ประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้ จำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ชิลี เปรู

พิกัด 401219 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 26 ประเทศจาก 81 ประเทศ โดยแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 24 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สเปน โปแลนด์ แคนาดา ฟิลิปปินส์ เอธิโอเปีย สิงคโปร์ ฝรั่งเศส บัลแกเรีย สวีเดน เบลเยียม เม็กซิโก ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ ปารากวัย เนปาล ไอร์แลนด์ ปานามา ลัตเวีย และปาปัวนิวกินี ประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกใน รายการนี้ จำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและพม่า

พิกัด 401310 เป็นรายการสินค้าที่เข้าข่ายการการก่อสร้างการค้าทั้งหมด 26 ประเทศจาก 81 ประเทศ โดยแบ่งเป็นประเทศที่ต้องส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกในรายการนี้ 23 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย อิหร่าน บราซิล ตุรกี ปากีสถาน ศรีลังกา อียิปต์ บังคลาเทศ อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ เอธิโอเปีย ไนจีเรีย แอลจีเรีย เยเมน สวีเดน ไทย เบลเยียม ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิรัก พม่า เนปาล และชูดาน และประเทศที่ต้องรักษาระดับการส่งออกในรายการนี้จำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์

## อภิปรายผลการวิจัย

### อภิปรายผลการวิจัยส่วนที่ 4.1 การกรอกรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของยางพาราไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางพารารายรายการตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก จากข้อมูลสถิติทุติยภูมิอนุกรมเวลาแบบรายปีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง ปี พ.ศ. 2563 จำนวน 25 รายการจาก 56 รายการหรือคิดเป็น 44.6 เปอร์เซนต์เมื่อเทียบกับโลก นอกจากนี้ยังพบว่า พิกัด 400110 เป็นรายการสินค้าที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด อันดับสองพิกัด 400121 และอันดับที่สามพิกัด 400280 ซึ่งรายการดังกล่าวเป็นรายการที่อยู่ใน 10 อันดับยางพาราที่ไทยส่งออกเป็นอันดับแรกตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 – 2563 อภิปรายผลได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราของไทยที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก จึงส่งออกรายการนั้น ๆ มาก สอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ กล่าวไว้ว่า ถ้าพิจารณาการส่งออกและนำเข้าในสินค้าชนิดเดียวกัน เป็นวิธีที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการค้าระหว่างประเทศที่เรียกว่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏวัดจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่ง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้น ๆ ในตลาด (Balassa B., 2532) ด้านศักยภาพการส่งออกยางพาราของไทยในตลาดโลกสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติในบทที่ 1 ที่ไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางพาราในไทยถือเป็นสัดส่วนอันดับหนึ่งในตลาดยางพาราโลก นอกจาก 25 รายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแล้วยังมีรายการยางพาราอีก 31 รายการที่ไทยส่งออกแต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกที่อยู่นอกเหนือขอบเขตของงานวิจัยเล่มนี้

#### อภิปรายผลการวิจัยส่วนที่ 4.2 การกรองรายการสินค้าที่ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า

จากผลการวิจัยพบว่า รายการตามขอบเขตการวิจัยจัดเรียงเฉพาะ 30 อันดับแรกของประเทศผู้นำเข้าอย่างพาราแต่ละชนิด พบว่ามี 82 ประเทศทั่วโลกที่นำเข้าอย่างพารา 25 รายการที่ไทยส่งออกเพื่อจำแนกประเทศคู่ค้าที่สร้างการค้าและความสามารถในการนำเข้าอย่างพาราแต่ละรายการเมื่อเทียบกับโลกโดยการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 ทั้งหมด 82 ประเทศ พบว่า 78 ประเทศที่มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้า อภิปรายผลได้ว่า ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าทั้ง 78 ประเทศจากดัชนีดังกล่าวที่ศึกษาประเทศทั้งหมดที่เป็นผู้นำเข้า 82 ประเทศคิดเป็นร้อยละ 95.1 แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่มีสัดส่วนมากหรือใกล้เคียงของจำนวนประเทศคู่ค้า ดังนั้น ประเทศคู่ค้ามีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการนำเข้ามากคิดเป็นมากกว่าร้อยละ 95 ของประเทศคู่ค้าทั้งหมดหรือผู้นำเข้าอย่างพาราส่วนใหญ่มีความต้องการหรือศักยภาพในการนำเข้าอย่างพารามากเมื่อเทียบกับโลก

#### อภิปรายผลการวิจัยส่วนที่ 4.3 รายการที่สร้างการค้า (Trade creation)

จากผลการวิจัยพบว่า จากข้อมูลทางสถิติที่สหรัฐอเมริกาและจีนเป็นตลาดหลักในส่งออกอย่างพาราของไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าโดยสหรัฐอเมริกามีรายการอย่างพาราที่เข้าข่ายการสร้างการค้าจำนวน 11 รายการโดย 7 รายการเป็นรายการที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยมากและ 3 รายการที่สามารถส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกเพราะเป็นรายการที่ยังนำเข้าจากไทยน้อย ด้านจีนรายการอย่างพาราที่เข้าข่ายการสร้างการค้าจำนวน 7 รายการโดย 4 รายการเป็นรายการที่จีนนำเข้าจากไทยมากและ 3 รายการที่สามารถส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกเพราะเป็นรายการที่ยังนำเข้าจากไทยน้อย จากผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นโอกาสการขยายตลาดส่งออกอย่างพาราของไทยไปยังตลาดหลักทั้งสองประเทศคิดเป็นน้อยกว่าร้อยละ 50 ดังนั้น ไทยควรรักษาระดับการส่งออกในรายการที่สหรัฐอเมริกาและจีนนำเข้ามาก รวมถึง ส่งเสริมให้เพิ่มการส่งออกไปยังประเทศที่มีรายการที่ยังนำเข้าอย่างพาราจากไทยน้อย เช่น ประเทศในภูมิภาคยุโรปที่ยังมีประเทศไม่มีการนำเข้าอย่างพาราจากไทยจำนวน 13 ประเทศหรือประเทศที่มีการนำเข้าอย่างพาราจากไทยเพียง 1 รายการและยังเป็นรายการที่สามารถส่งเสริมการส่งออกได้ อภิปรายผลได้ว่า ประเทศไทยสามารถขยายตลาดใหม่ในผลิตภัณฑ์อย่างพาราได้ในบางพิกัด เนื่องจากเป็นรายการสินค้าที่ประเทศปลายทางมีการนำเข้าจากตลาดโลกเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่เคยนำเข้าสินค้าในรายการดังกล่าวจากไทย ประเทศคู่ค้าบางประเทศมีดัชนีความเข้มข้นในการนำเข้าในบางพิกัด

เป็น 0 จำนวน 24 รายการจาก 25 รายการที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ยกเว้นพิกัด 401590 เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง (ไม่รวมถุงมือทุกชนิด) ที่ไม่มีดัชนีความเข้มข้นทางการค้าในประเทศคู่ค้าเป็น 0 หรือไทยไม่สามารถขยายตลาดใหม่ได้ในรายการพิกัด 401590

อภิปรายผลโดยสรุปได้ว่าไทยสามารถขยายตลาดใหม่ของยางพาราในพิกัดต่อไปนี้ไปยังประเทศคู่ค้าที่ไม่เคยนำเข้ายางพาราพิกัดดังกล่าวจากไทย

พิกัด 400110 น้ำยางธรรมชาติ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศโคลอมเบีย

พิกัด 400121 ยางแผ่นรมควัน สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี

พิกัด 400122 ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค (ทีเอสเอ็นอาร์) สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศลักเซมเบิร์ก

พิกัด 400129 ยางธรรมชาติ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ (เช่น ยางแท่ง ยางเครป เป็นต้น) สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศโรมาเนียและเอธิโอเปีย

พิกัด 400219 ยางสไตรีนบิวทาไดอีน (เอสบีอาร์) และยางคาร์บอซเลเต็ดสไตรีนบิวทาไดอีน (เอกซ์เอสบีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ เซอร์เบีย

พิกัด 400220 ยางบิวทาไดอีน (บีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศอิตาลี อาร์เจนตินา โปรตุเกสและเม็กซิโก

พิกัด 400260 ยางไอโซพรีน (ไออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศศรีลังกา ญี่ปุ่น สเปน ลักเซมเบิร์ก โปแลนด์ โปแลนด์ โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็กและฮังการี โปรตุเกส เบลเยียม ยูเครน เบลารุส สโลวีเนีย

พิกัด 400280 ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศคอซตาริกา

พิกัด 400510 ยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา ชนิดอันวัลแคนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศบราซิล ลักเซมเบิร์ก โปแลนด์ สโลวาเกีย โรมาเนีย สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี เซอร์เบีย แคนาดา เบลเยียม เม็กซิโกและสโลวีเนีย

พิกัด 400591 ยางผสมอื่นๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดีสเปอร์ชัน) ชนิดอันวัลแคนซ์ เป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ อิตาลี สเปน โรมาเนีย ฮังการี แคนาดา ฝรั่งเศส เบลารุส เยอรมนี ออสเตรียและซาอุดีอาระเบีย

พิกัด 400811 แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น) สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศเดนมาร์ก สเปน สาธารณรัฐเช็ก สวีเดน เบลเยียม ออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์และนอร์เวย์

พิกัด 400921 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ โปแลนด์ สวีเดน เบลเยียม ออสเตรียและฟินแลนด์

พิกัด 400931 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศสโลวาเกีย โรมาเนีย ฮังการี สวีเดนและสหราชอาณาจักร

พิกัด 400932 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุทออยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศสโลวาเกีย โรมาเนีย บัลแกเรียและออสเตรีย

พิกัด 400941 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศตุรกี อิตาลี สเปน โปแลนด์ โรมาเนีย ฮังการีและสวีเดน

พิกัด 400942 หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) มีอุปกรณ์ติดตั้ง สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศอิตาลี สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี สวีเดน เยอรมนีและออสเตรีย

พิกัด 401011 สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยโลหะเท่านั้น สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศอิหร่าน

พิกัด 401120 ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบรรทุกหรือรถบรรทุก สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศบราซิล อินโดนีเซีย อินเดีย แอฟริกาใต้ แคนาดา ฟิลิปปินส์ ฝรั่งเศส บัลแกเรีย เม็กซิโก ยูเครน ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย คาซัคสถาน โมร็อกโก กรีซและกินี

พิกัด 401219 ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของ ตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น (นอกจากของ ดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13) สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศ มาเลเซีย เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สเปน โปแลนด์ ฟิลิปปินส์ เติร์กเมนิสถาน บัลแกเรีย สวีเดน เบลเยียม เม็กซิโก ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ ปารากวัย เนปาล ไอร์แลนด์ ปานามา ลัตเวียและปาปัวนิวกินี

พิกัด 401290 ยางตัน หรือยางคู่ชั้น ดอกยางชนิดสับเปลี่ยนได้และยางรองยางใน สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศโคลอมเบีย อาร์เจนตินา สวีเดน เบลเยียม ชิลีและเอกวาดอร์

พิกัด 401310 ยางในชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสเตชันแวกอนและรถแข่ง) รถบรรทุก หรือรถบรรทุก สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศมาเลเซีย อิหร่าน บราซิล ตุรกี อียิปต์ บังคลาเทศ อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ ไนจีเรีย แอลจีเรีย เยเมน สวีเดน เบลเยียม ซาอุดีอาระเบีย เนปาล และชูดาน

พิกัด 401691 สิ่งปูพื้นและเสื่อ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดนอน เซลลูลาร์ สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศโรมาเนีย ฟิลิปปินส์ เม็กซิโก สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย นอร์เวย์ คาซัคสถานและไอร์แลนด์

พิกัด 401699 ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางนอนเซลลูลาร์ เช่น กระเบื้องติดผนัง ยางรัด เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4016.91 ถึง 4016.95 และตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15) สามารถขยายตลาดใหม่ในประเทศโปแลนด์ สโลวาเกีย โรมาเนีย และฮังการี

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการดำเนินงานวิจัยผลข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการภาคเอกชนและภาครัฐควรขยายตลาดส่งออกยางพาราไปยังตลาดในภูมิภาคยุโรปซึ่งมีความต้องการนำเข้ายางพารามากและยังมีประเทศที่ยังไม่ได้นำเข้ายางพาราจากประเทศไทยสะท้อนถึงศักยภาพในการขยายตลาดในอนาคต

2. รักษาความสามารถในการแข่งขันในรายการยางพาราที่แสดงดัชนีความเข้มข้นทางการค้ามากกว่า 1 เพื่อรักษาตลาดเดิมที่มีการนำเข้ามากอยู่แล้ว

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและประยุกต์ใช้ดัชนีความเข้มข้นทางการค้าในการจำแนกปริมาณสินค้าที่ประเทศคู่ค้านำเข้าจากไทยเพื่อขยายโอกาสในการส่งออกเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade diversity) และความอ่อนไหวในการส่งออก (Export Elasticity)

2. ผลการศึกษานี้พบว่า ทวีปยุโรปมีประเทศที่สร้างการค้ามาก ในงานวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาข้อจำกัดและมาตรการทางการค้ายางพาราในทวีปยุโรปเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเพิ่มขยายตลาดส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศในทวีปยุโรป

## บรรณานุกรม

Adam Smith. (2319). Adam Smith's Theory of Absolute Advantage. สืบค้นจาก

<https://www.shivajicollege.ac.in/sPanel/uploads/econtent/5102deeb71d6bf56ea33c90352cf73dc.pdf>

Balassa B. (2532). Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development.

สืบค้นจาก

[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1867309](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1867309)

David Ricardo. (2366). Comparative advantage. สืบค้นจาก

<https://www.britannica.com/topic/comparative-advantage>

General Administration of Customs of the People's Republic of China. (2561). Customs Clearance Administration. สืบค้นจาก

<http://english.customs.gov.cn/service/guide?c=d9cea880-841c-41a2-b8ef-52e9713c2203&k=51>

Hechscher-Ohlin. (2522). Heckscher-Ohlin Trade Theory. สืบค้นจาก

<https://mitpress.mit.edu/books/heckscher-ohlin-trade-theory>

Richard Hitzemann. (2558). *Trade creation and trade diversion resulting from bilateral trade agreements: An empirical analysis of European Association Agreements.*

((Master's thesis, Erasmus University Rotterdam). สืบค้นจาก <https://thesis.eur.nl>

the international Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC). (2559-2563). Trade statistics for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data.

Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc. สืบค้นจาก

<https://www.trademap.org/Index.aspx>

Viner J. (2493). The Customs Union Issue. สืบค้นจาก

[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1424753](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1424753)

เอก สาดรวิหา. (2555). การนำพิกัดศุลกากรฮาร์โมนีอาเซียน ฉบับปี 2012 มาใช้. สืบค้นจาก

<http://www.km.moc.go.th/download/article/copictc/storytelling762012/%E0%B8%8>

[1%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B8%B3AHTN2012%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89.pdf](#)

โชติมา โชติกเสถียร. (2562). การพัฒนาศักยภาพการส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยสู่กลุ่มประเทศเอเชียใต้ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bkkthon/article/view/175498>

กรมศุลกากร. (2530). พระราชกำหนดพิกัตอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ตอนที่ 40. สืบค้นจาก [http://itd.customs.go.th/igt/th/main\\_frame.jsp?lang=th&top\\_menu=menu\\_homepage&current\\_id=5028](http://itd.customs.go.th/igt/th/main_frame.jsp?lang=th&top_menu=menu_homepage&current_id=5028)

กระทรวงพาณิชย์. (2564). 10 อันดับสินค้าส่งออกไทยปี 63. สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย, 10(2), 1-2. สืบค้นจาก [https://www.efinancethai.com/efinReview/efinReviewMain.aspx?release=y&name=er\\_202102181606](https://www.efinancethai.com/efinReview/efinReviewMain.aspx?release=y&name=er_202102181606)

การยางแห่งประเทศไทย, ฝ. (2563). สถานการณ์ยางพาราปี 2563 และแนวโน้มปี 2564. สืบค้นจาก [http://www.raot.co.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6750](http://www.raot.co.th/ewt_dl_link.php?nid=6750)

ณัฏฐา อนันตกุลนิติกร. (2561). สงครามทางการค้ากับภาษีศุลกากร. สืบค้นจาก <http://www.fpo.go.th/main/Department/Bureau-of-Legal-Affairs/8/9903.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก: This Time is Different. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_18Mar2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx)

ธานินทร์ ไชยเชษฐ์ ปนัดดา อ่ำใจ วชิราภรณ์ สาดท่าโพ และกฤษฎา ธนาวิวัฒน์กุล. (2563). ความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ผู้เลี้ยงตัวแช่แข็งและเครื่องอุปโภคอื่นๆ สำหรับทำความเย็นหรือทำให้เย็นจนแข็งของประเทศไทย ด้วยการทำให้ผลิตภัณฑ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, พิษณุโลก). สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/240992/165540>

นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม, และ วรณสินธ์ สัตยานุวัตร. (2563). ฮาลาลกับความยั่งยืนของประเทศไทย ในโครงการการศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมฮาลาล (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). สืบค้นจาก

[https://service.trf.or.th/fullIP/RDG5910015/RDG5910015\\_full.pdf](https://service.trf.or.th/fullIP/RDG5910015/RDG5910015_full.pdf)

พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากรฉบับที่ 6 พ.ศ. 2559. (2559). ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 133 ตอนที่ 110ก, น. 283-295). สืบค้นจาก

[http://www.customs.go.th/data\\_files/ad5e0129680ac963317538ca8ea02209.PDF](http://www.customs.go.th/data_files/ad5e0129680ac963317538ca8ea02209.PDF)

ภักดีจิรา ทวีกาญจน์. (2563). การวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันน้ำตาลทรายของไทยในตลาดอาเซียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาธารณรัฐประชาชนจีน). สืบค้นจาก <http://ojslib3.buu.in.th/index.php/social/article/view/6965/4139>

วรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร. (2558). การสร้างการค้าและการเบี่ยงเบนทางการค้าของประเทศไทย กรณีศึกษาอิทธิพลสำคัญที่สร้างขึ้นโดยข้อตกลงการค้าระดับภูมิภาค (RTAs). สืบค้นจาก <https://econpapers.repec.org/paper/agsaaea15/205432.htm>

วันทนา รอดบุญ. (2561). วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีนวิเคราะห์ศักยภาพความสามารถในการส่งออกมันสำปะหลังของไทยในตลาดจีน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาธารณรัฐประชาชนจีน). สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org>

สถาบันพลาสติก. (2564). สถิติประเทศผู้นำเข้ารายผลิตภัณฑ์ยางพารา. สืบค้นจาก <http://rubber.oie.go.th/ImExThaiByCountry.aspx?pt=ex>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2559). ภาวะการส่งเสริมการลงทุน. สืบค้นจาก [https://www.boi.go.th/un/statistics\\_condition\\_promotion](https://www.boi.go.th/un/statistics_condition_promotion)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ รายไตรมาส แบบปริมาณลูกโซ่ 4/2563, 4/2562, 4/2561, 4/2560, 4/2559. สืบค้นจาก [https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=qgdp\\_page](https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=qgdp_page)

สุดาร์ตน์ สุขเลิศ. (2564). ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาลีบาบา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สืบค้นจาก <https://research.ku.ac.th/forest/Project.aspx?ProjectNumber=2030722000&BudgetYear=2020>

สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์ กมลทิพย์ ไหมชุม และ อนุพงศ์ วงไชย. (2563). ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, วิทยาเขตสุรินทร์)

ร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สุรินทร์). สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/151695/166069>



ภาคผนวก



ตาราง 40 สินค้าส่งออกในหมวดยางพาราของประเทศไทยแบ่งตามพิกัดศุลกากรทั้ง 6 หลัก  
ทั้งหมด 56 ประเภทและคำแปลภาษาไทยตามความหมายของกรมศุลกากรที่ใช้จำแนกสินค้าเข้า  
หรือออกประเทศ

| รหัสศุลกากร | รายการ                                                                                                                                 |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 400110      | น้ำยางธรรมชาติ                                                                                                                         |
| 400121      | ยางแผ่นรมควัน                                                                                                                          |
| 400122      | ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิค (ทีเอสเอ็นอาร์)                                                                                      |
| 400129      | ยางธรรมชาติ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ (เช่น ยางแท่ง ยางเคป เป็นต้น)                                             |
| 400130      | บาลาตา กัตตาเปอร์ชา กวายุล ชิเคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกัน ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบาง หรือเป็นแถบ                          |
| 400211      | น้ำยางสไตรีนบิวทาไดอิน (เอสปีอาร์) และน้ำยางคาร์บอกซีเลเตดสไตรีนบิวทาไดอิน (เอกซ์เอสปีอาร์)                                            |
| 400219      | ยางสไตรีนบิวทาไดอิน (เอสปีอาร์) และยางคาร์บอกซีเลเตดสไตรีนบิวทาไดอิน (เอกซ์เอสปีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ |
| 400220      | ยางบิวทาไดอิน (ปีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                |
| 400231      | ยางไอโซพรีนไทโอโซพรีน (บิวทิล) (ไอโออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                             |
| 400239      | ยางฮาโลไอโซพรีนไทโอโซพรีน (ซีไอโออาร์ หรือบีไอโออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                 |
| 400249      | ยางคลอโรพรีน (คลอโรบิวทาไดอิน) (ซีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                               |
| 400259      | ยางอะครีโลไนเทรลบิวทาไดอิน (เอ็นบีอาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                               |
| 400260      | ยางไอโซพรีน (ไออาร์) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                  |
| 400270      | ซาเพลล                                                                                                                                 |

## ตาราง 40 (ต่อ)

| รหัสศุลกากร | รายการ                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 400280      | ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.01 (เช่น น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น) ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทที่ 40.02 (เช่น น้ำยางสังเคราะห์ เป็นต้น) ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                  |
| 400291      | น้ำยางสังเคราะห์อื่น ๆ (นอกจากน้ำยางสไตรีนบิวทาไดอิน น้ำยางคาร์บอกซีเลเต็ดสไตรีนบิวทาไดอิน น้ำยางคลอโรพรีน น้ำยางอะครีโลไนไทรล์บิวทาไดอิน)                                                                                             |
| 400299      | ไอโรโค                                                                                                                                                                                                                                 |
| 400510      | ยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา ชนิดอันวัลแคนไนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                                                               |
| 400591      | ยางผสมอื่น ๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดิสเปอร์ซัน) ชนิดอันวัลแคนไนซ์ เป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ                                                                                      |
| 400599      | ยางผสมอื่น ๆ (นอกจากยางผสมที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา และยางผสมที่มีสารละลายรวมทั้งดิสเปอร์ซัน) ชนิดอันวัลแคนไนซ์ ในลักษณะชั้นปฐุม                                                                                                 |
| 400690      | ยางอันวัลแคนไนซ์ในลักษณะอื่น เช่น เส้น หลอดหรือท่อ และรูปทรงโพไฟล์ เป็นต้น (นอกจากในลักษณะชั้นปฐุม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ) และที่เป็น ของสำเร็จรูป (เช่น แผ่นกลมและวงแหวน เป็นต้น) นอกจากแถบ "คาเมลแบล็ก" สำหรับหลอดดอกยางนอก |
| 400811      | แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                               |
| 400819      | เส้นและรูปทรงโพไฟล์ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                               |
| 400821      | แผ่น แผ่นบาง และแถบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                           |
| 400829      | เส้นและรูปทรงโพไฟล์ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (นอกจากยางแข็ง) ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ (เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องติดผนัง เป็นต้น)                                                                                                           |
| 400912      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ไม่เสริมให้แข็งแรงหรือไม่มีวัตถุอื่นอยู่ด้วย มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                                                                  |

## ตาราง 40 (ต่อ)

| รหัสศุลกากร | รายการ                                                                                                                                                                                   |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 400921      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                 |
| 400922      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีแต่โลหะอยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                    |
| 400931      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุอยู่ด้วยเท่านั้น ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                               |
| 400932      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรง หรือมีแต่วัตถุอยู่ด้วยเท่านั้น มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                                  |
| 400941      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) ไม่มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                  |
| 400942      | หลอดหรือท่อและท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง เสริมให้แข็งแรงหรือมีวัตถุอื่นอยู่ด้วย (นอกจากโลหะ วัตถุทอ) มีอุปกรณ์ติดตั้ง                                                     |
| 401011      | สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยโลหะเท่านั้น                                                                                          |
| 401012      | สายพานลำเลียงหรือของที่ใช้เป็นสายพานลำเลียง ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ เสริมให้แข็งแรงด้วยวัตถุทอเท่านั้น                                                                                       |
| 401019      | อื่น ๆ                                                                                                                                                                                   |
| 401120      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก                                                                                                                            |
| 401161      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงเบิน หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการเกษตร หรือการป่าไม้                                                   |
| 401162      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงเบิน หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อไม่เกิน 61 เซนติเมตร |

## ตาราง 40 (ต่อ)

| รหัสศุลกากร | รายการ                                                                                                                                                                                                            |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 401163      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของใหม่ มีดอกยางแบบเฮอริริงไบน์ หรือแบบที่คล้ายกัน ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อเกิน 61 เซนติเมตร                        |
| 401192      | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงไบน์ หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการเกษตรหรือการป่าไม้                                                        |
| 401193      | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงไบน์ หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อไม่เกิน 61 เซนติเมตร     |
| 401194      | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงไบน์ หรือแบบที่คล้ายกัน) ชนิดที่ใช้กับยานบกและเครื่องจักรสำหรับใช้ในการก่อสร้างหรือขนย้ายในทางอุตสาหกรรม และมีขนาดขอบล้อเกิน 61 เซนติเมตร        |
| 401199      | ยางนอกชนิดอัดลมอื่นๆ ที่เป็นของใหม่ (นอกจากที่มีดอกยางแบบเฮอริริงไบน์หรือแบบที่คล้ายกัน) ไม่รวมของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4011.10 ถึง 4011.50 หรือ 4011.92 ถึง 4011.94)                                |
| 401212      | ยางนอกชนิดอัดลม ที่หล่อดอกใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก                                                                                                                                                     |
| 401219      | ยางนอกชนิดอัดลมที่หล่อดอกใหม่อื่น ๆ เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น (นอกจากของดังกล่าวที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4012.11 ถึง 4012.13) |
| 401220      | ยางนอกชนิดอัดลมที่ใช้แล้ว (เช่นของดังกล่าวชนิดที่ใช้กับของตามประเภทที่ 84.25 ถึง 84.30 หรือประเภทที่ 87.01 หรือใช้กับรถจักรยาน เป็นต้น)                                                                           |
| 401290      | ยางตัน หรือยางคูชั่น ดอกยางชนิดสับเปลี่ยนได้และยางรองยางใน                                                                                                                                                        |

## ตาราง 40 (ต่อ)

| รหัสศุลกากร | รายการ                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 401310      | ยางในชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสเดชั่นแวกอนและรถแข่ง) รถบัส หรือรถบรรทุก                                                                                                                                                     |
| 401390      | ยางในชนิดอื่น ๆ เช่น ยางในชนิดที่ใช้กับอากาศยาน หรือใช้กับรถจักรยานยนต์ เป็นต้น (นอกจากยางในที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4013.10 ถึง 4013.20)                                                                                       |
| 401490      | ของใช้เพื่อการรอนามัยหรือใช้ในทางเภสัชกรรมอื่น ๆ เช่น ถู่น้ำแข็งและถู่น้ำร้อน หัวนมเลี้ยงทารก หลอดสำหรับฉีดยา ถู่นิ้วมือยาง เป็นต้น (นอกจากถู่นิ้วมือยาง) ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง มีหรือไม่มีอุปกรณ์ติดตั้งทำด้วยยางแข็ง |
| 401590      | เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง (ไม่รวมถู่นิ้วมือทุกชนิด)                                                                                   |
| 401610      | ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางเซลลูลาร์ เช่น กระเป๋องปูพื้น กระเป๋องติดผนัง เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15)                                                |
| 401691      | สิ่งปูพื้นและเสื่อ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดน็อนเซลลูลาร์                                                                                                                                                            |
| 401692      | ยางลบ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์                                                                                                                                                                      |
| 401693      | ปะเก็น แหวนรอง และซีลอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ นอกจากยางแข็ง ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์                                                                                                                                                |
| 401699      | ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์นอกจากยางแข็ง ชนิดยางน็อนเซลลูลาร์ เช่น กระเป๋องติดผนัง ยางรัด เป็นต้น (นอกจากของที่ระบุไว้ตามประเภทย่อยที่ 4016.91 ถึง 4016.95 และตามประเภทที่ 40.08 ถึง 40.09 หรือ 40.14 ถึง 40.15)                |

ที่มา : กรมศุลกากร. (2530). พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ตอนที่ 40.  
[http://itd.customs.go.th/igtft/main\\_frame.jsp?lang=th&top\\_menu=menu\\_homepage&current\\_id=8](http://itd.customs.go.th/igtft/main_frame.jsp?lang=th&top_menu=menu_homepage&current_id=8)



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

กฤติยาภรณ์ จิตไชยภูมิ

วัน เดือน ปี เกิด

9 ตุลาคม 2537

สถานที่เกิด

สุโขทัย

วุฒิการศึกษา

พ.ศ. 2559

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ (หลักสูตรนานาชาติ)

จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

