

อนาคตสินค้าส่งออกของไทยในเวทีการค้าโลก Prospects of Thai Exports in the World Market

พรเพ็ญ วรสิทธา*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย ด้วยวิธีทางเชิงปริมาณที่ใช้วัดในงานวิจัยนี้ได้แก่ ส่วนแบ่งตลาด (market share) และค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage หรือ RCA) ซึ่งสรุปผลได้ว่า ไทยจัดเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันประเทศหนึ่งของโลก เพราะจาก 12 อุตสาหกรรมที่ศึกษา ไทยมีสินค้าที่ประเทศคู่ค้าสำคัญนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสองอยู่ถึง 99 ตลาด และอย่างน้อยไทยมีสินค้าที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศนำเข้ามากถึง 273 ตลาด จาก 325 ตลาดที่ศึกษา ถึงแม้ว่าสินค้าส่งออกที่ศึกษาจะมีความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นส่วนใหญ่ แต่มีเพียงร้อยละ 43.13 ของจำนวนตลาดทั้งหมดที่ศึกษามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลาดที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสัญญาณของความไม่แน่นอนและลดลง ซึ่งภาครัฐควรให้ความสนใจในการแก้ไขอุปสรรคทางการค้าเพื่อรักษาตลาดที่มีอยู่เดิมไว้

Abstract

This research paper assesses the competitiveness of Thai exporting products. The study measures the competitiveness of Thai export products by means of two indicators: the market share and the revealed comparative advantage (RCA). Both indicators for the 12 Thai major export industries show that Thailand is one of leading countries with high competitiveness on its exports; since 99 out of 325 markets studied was able to claim top ranking or second place in terms of market share. Even though most of the 12 Thai export industries are competitive in the world market during the period of study (1998-2000), there are only 138 out of 325 markets which accounting to 43.1% of total market studied have increasing trend whereas the majority of the markets show sign of uncertainty and declining trend.

* รองศาสตราจารย์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2

1. ความนำ

ภาคส่งออกของไทยเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ โดยสามารถทำรายได้ให้ประเทศเฉลี่ยปีละ 3.7 ล้านล้านบาทในช่วงปี 2543-2547 รายได้จากการส่งออกน่าจะเพิ่มขึ้นได้มากกว่านี้ ถ้าหากไทยจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้มากขึ้น เพราะมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าในเวทีการค้าโลกมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 300 ล้านล้านบาท การศึกษาความสามารถในการส่งออกของไทยในภาพรวม เพื่อแสดงให้เห็นว่าไทยอยู่ที่ไหนในเวทีการค้าโลก และมีทิศทางความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้นหรือเลวลงนับว่าสำคัญสำหรับประเทศไทยซึ่งต้องพึ่งพิงรายได้จากการส่งออกเป็นรายได้หลักของประเทศ ภาคเอกชนและภาครัฐที่ได้รับทราบสถานการณ์ภาพการแข่งขันของไทยในตลาดโลกในช่วงที่ผ่านมา จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการรักษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกในตลาดเดิม และเพิ่มมูลค่าส่งออกในตลาดใหม่ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสถานการณ์ภาพความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในช่วงที่ผ่านมา และแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของไทยในอนาคต

3. ขอบเขตของการวิจัย

รายการสินค้าที่ศึกษาจะจำแนกตามพิกัด Harmonize 6 หลัก ซึ่งเป็นพิกัดสินค้าที่ใช้ในการเจรจาตกลงการค้าระหว่างประเทศ โดยจะใช้ข้อมูลทางการค้าระหว่างปี 2542-2546 แต่ในการคำนวณความสามารถในการแข่งขันด้วยค่าส่วนแบ่งตลาดและ RCA ได้ใช้ข้อมูลปี 2541-2543 ซึ่งปี 2543 เป็นปีที่มีข้อมูลล่าสุดในช่วงเวลาที่ศึกษา และเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ข้อมูลในปี 2540 ซึ่งเป็นปีที่ไทยเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบันไม่น่ากระทบต่อความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา เพราะโครงสร้างการส่งออกของไทยมิได้เปลี่ยนแปลงมากนักจากข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังได้มีการจัดเสวนากลุ่มผู้ส่งออกเป็นรายอุตสาหกรรมเพื่อตรวจสอบแนวโน้มของสินค้าส่งออกให้ตรงกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

อุตสาหกรรมที่ศึกษาได้คัดเลือกจากอุตสาหกรรมที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันจำนวน 12 อุตสาหกรรมเป็นกรณีศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 1

“ความสามารถในการส่งออกของสินค้า” “i” ในตลาด “j” สำหรับงานวิจัยนี้ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า “i” ในตลาด “j”

“ความสามารถในการแข่งขัน” ของสินค้า “i” ในประเทศ “j” ในที่นี้จะพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของสินค้า และค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วยข้อมูลหัตถอุตสาหกรรมและข้อมูลปฐมภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ได้จากการจัดเสวนากับผู้ประกอบการรายอุตสาหกรรม ความสามารถในการแข่งขัน ส่วนข้อมูลหัตถอุตสาหกรรมได้จากเอกสารทางราชการ และจากเว็บไซต์ของกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับตัวเลขสถิติที่นำมาวิเคราะห์เชิงปริมาณนั้น ได้จาก World Trade Atlas

การวัดความสามารถในการแข่งขัน

ตัวบ่งชี้ทางเชิงปริมาณที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดการค้าเสรี ได้แก่ ส่วนแบ่งตลาด (market share) และค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage หรือ RCA) ของสินค้าในแต่ละพิกัด ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}$$

- โดยที่
- RCA_{ij} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้า "i" ที่ส่งไปประเทศ "j"
 - X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j
 - $\sum_j X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j
 - $\sum_i X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้า i จากทั่วโลก
 - $\sum_i \sum_j X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลก
 - i = พิกัดของสินค้าซึ่งจำแนกตามระบบฮาร์โมนี 6 หลัก
 - j = ประเทศที่ไทยส่งออก

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ค่า RCA ของสินค้า "i" ที่ส่งออกไปประเทศ "j" ที่มากกว่า 1 แสดงว่าสินค้านั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการจำหน่ายในประเทศ "j" และค่า RCA ที่น้อยกว่า 1 สะท้อนให้เห็นว่าสินค้านั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการจำหน่ายที่ประเทศ "j" น้อย เพราะค่า RCA ของแต่ละอุตสาหกรรมสามารถบ่งบอกได้ว่าประเทศที่ศึกษามีความเชี่ยวชาญเฉพาะในอุตสาหกรรมไหนมากกว่ากัน

4

การใช้ค่า RCA มาเป็นดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้า จะมีข้อจำกัดในการใช้หลายประการ¹ ในการศึกษานี้จะใช้ดัชนี RCA ของ Balassa ในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกไทย เพราะเป็นสูตรการคำนวณที่แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการค้าในระดับสากล นอกจากนั้นเป้าหมายของการศึกษาก็เพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกภายใต้อุปสรรคทางการค้า และนโยบายส่งเสริมการค้าที่เกิดขึ้นจริง มิได้มีวัตถุประสงค์จะวัดค่า RCA ภายใต้การเปิดเสรีการค้าเต็มที่ในเวทีการค้าโลก ซึ่งเป็นข้อสมมติที่เป็นจริงยาก

เกณฑ์ในการตัดสินว่าสินค้าส่งออกรายการ “i” ของไทยมีความสามารถในการแข่งขันหรือไม่ คือ กำหนดให้สินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดติดอันดับ 1 ใน 5 ของประเทศที่นำเข้าจากไทย และเป็นตลาดที่สินค้านี้มีค่า RCA มากกว่า 1 เป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูง และสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดไม่ติดอันดับ 1 ใน 10 และเป็นตลาดที่สินค้านี้มีค่า RCA น้อยกว่า 1 เป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยให้กรณีอื่นเป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง

การคัดเลือกอุตสาหกรรมที่ศึกษา

การคัดเลือกประเภทของอุตสาหกรรมที่ศึกษา ในขั้นต้น งานวิจัยนี้ได้คัดเลือกอุตสาหกรรมที่ไทยมีความสามารถในการส่งออกสูง 30 อุตสาหกรรม โดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสัดส่วนการส่งออก และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเป็นเกณฑ์ และในจำนวนนี้ได้คัดเลือก 12 อุตสาหกรรม² โดยอุตสาหกรรมที่ผ่านการคัดเลือกทั้ง 12 อุตสาหกรรมรวมกันมีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 43 ของยอดส่งออกโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2541-2546 ดังแสดงในตารางที่ 1

¹ ผู้สนใจสามารถอ่านได้จาก Keld Laursen, 1998. “Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation,” DRUID Working Papers 98-30, DRUID, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy/Aalborg; Frank Barry and Aoife Hannan, FDI and the Predictive Powers of Revealed Comparative Advantage Indicators, Department of Economics and Institute for the Study of Social Change, University College Dublin, March 2001.

² เป็นการคัดเลือกตามความเห็นชอบของคณะที่ปรึกษางานวิจัยนี้

ตารางที่ 1 โครงสร้างการส่งออกสินค้าของไทย เฉลี่ย 2541-46

ลำดับที่	รายการสินค้าส่งออก	มูลค่าเฉลี่ย 2541-46 ล้านบาท	สัดส่วนเฉลี่ย ร้อยละ
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	331,720.27	12.14
2	แผงวงจรไฟฟ้า	146,575.47	5.36
3	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	119,684.88	4.38
4	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	83,578.75	3.06
5	อัญมณีและเครื่องประดับ	82,125.98	3.00
6	เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	76,292.25	2.79
7	ข้าว	73,825.10	2.70
8	เม็ดพลาสติก	66,426.32	2.43
9	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	59,805.20	2.19
10	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	50,401.42	1.84
11	กุ้ง	48,904.27	1.79
12	มันสำปะหลัง	23,444.92	0.86
13	อื่น ๆ	1,570,734.03	57.46
มูลค่ารวม		2,733,518.86	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

การคัดเลือกสินค้าที่ศึกษา

งานวิจัยนี้ได้จำแนกพิกัดสินค้าตามพิกัดฮาร์โมนิซ (Harmonized System) 6 หลัก สินค้าในแต่ละอุตสาหกรรมจะประกอบด้วยพิกัดสินค้าส่งออกซึ่งจำแนกตามพิกัด HS ไม่เท่ากัน บางพิกัดสินค้ามีสัดส่วนส่งออกสูง และบางพิกัดสินค้ามีสัดส่วนส่งออกต่ำ ในการคัดเลือกจำนวนสินค้าที่จะนำมาคำนวณหาค่าส่วนแบ่งตลาดและ RCA เพื่อให้ผลการศึกษาคอบคลุมสินค้าส่งออกที่สำคัญของแต่ละอุตสาหกรรม งานวิจัยนี้ได้คัดเลือกพิกัดสินค้าที่มียอดส่งออกสูงสุดในแต่ละอุตสาหกรรม โดยจำนวนพิกัดสินค้าในแต่ละอุตสาหกรรมที่ศึกษาจะต้องมียอดส่งออกรวมกันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าส่งออกในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีมูลค่าสินค้าที่ศึกษาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของยอดส่งออก ยกเว้นอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก และอุตสาหกรรมเหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ซึ่งจำนวนสินค้าส่งออกที่จำแนกตาม HS มีเป็นจำนวนมาก และมีมูลค่าส่งออกในแต่ละพิกัดค่อนข้างกระจาย ผลการคัดเลือกด้วยวิธีดังกล่าวทำให้ได้รายการสินค้าที่จะนำมาศึกษาจำนวน 67 พิกัด มีมูลค่าส่งออกร้อยละ 87.42 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดใน 12 อุตสาหกรรม ดังแสดงในตารางที่ 2

6

ตารางที่ 2 จำนวนสินค้าที่เลือกศึกษาในแต่ละอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมที่ศึกษา	จำนวนสินค้าที่ศึกษา (6 หลัก)	% มูลค่าส่งออกเทียบกับทั้งอุตสาหกรรม
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2	97.60%
แผงวงจรไฟฟ้า	5	99.00%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	11	54.30%
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	4	89.40%
อัญมณีและเครื่องประดับ	7	99.00%
เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	6	99.00%
ข้าว	5	77.50%
เม็ดพลาสติก	8	65.00%
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	6	99.00%
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	7	54.00%
กุ้ง	2	84.00%
มันสำปะหลัง	4	99.10%
รวม 12 อุตสาหกรรม	67	87.42%

เกณฑ์ในการพิจารณาตลาดส่งออกของไทย

งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีนับตลาดส่งออกโดยพิจารณาทั้งจำนวนสินค้าและจำนวนประเทศที่นำเข้าจากไทยควบคู่กันไป เช่น สินค้าพิกัดตาม HS คือ 123456 และประเทศสำคัญที่นำเข้าสินค้าดังกล่าวจากไทยมี 5 ประเทศ แสดงว่าสินค้าพิกัด 123456 มี 5 ตลาด ดังนั้นถ้าไทยมีสินค้าส่งออก “i” จำนวน “n” รายการ และประเทศที่นำเข้าจากไทยที่สำคัญมี “m” ประเทศ ก็แสดงว่าสินค้าส่งออก “i” ของไทยมีจำนวนตลาดที่ไทยส่งออกเท่ากับ $m \times n$

5. แนวคิดทางทฤษฎี

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศได้อธิบายถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ ความพยายามที่จะตอบคำถามว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้อย่างไร และอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าประเภทเดียวกัน และต่างประเภทกันได้เริ่มจากการมองว่าการค้าเกิดจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิต และปัจจัยการผลิตตามแนวคิดของ David Ricardo (1817) ในทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (The Principle of Comparative Cost Advantage) Heckscher (1919) และ Ohlin (1933) ในทฤษฎี Factor Proportion ในเวลาต่อมาแนวคิดเรื่องการค้าระหว่างประเทศได้ปรับเปลี่ยนเป็นความเชื่อที่ว่า การค้าระหว่างประเทศเกิดจากนโยบายของประเทศไม่ใช่เกิดจากปัจจัยการผลิต และ

เชื่อว่าความเชี่ยวชาญเฉพาะระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่สามารถยกระดับหรือสร้างขึ้นได้หากไม่มีการปกป้องทางการค้า

แนวคิดที่จะขจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศได้เริ่มเป็นรูปธรรมขึ้นจากข้อตกลงของ GATT ในรอบ Kennedy-Round แต่วิถีทางของการค้าแบบเสรีได้ส่งผลกระทบต่อแบบแผนการค้าระหว่างประเทศ (Trade Pattern) ประเทศสมาชิกจึงต้องทำความเข้าใจในความตกลงในด้านการลดความได้เปรียบเสียเปรียบทางการค้าระหว่างกัน ทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องมีตัวบ่งชี้รูปแบบทางการค้าซึ่งยากแก่การวัด เพราะต้องหาราคาโดยเปรียบเทียบก่อนทำการค้ากันจริง ๆ แต่ข้อมูลที่ได้มักเป็นข้อมูลที่ทำการค้าจริงไปแล้ว Bela Balassa (1965) จึงได้เสนอค่าดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) มาใช้วิเคราะห์แทนการใช้ต้นทุนโดยเปรียบเทียบ โดย Balassa เชื่อว่ามูลค่าสินค้าจะสะท้อนต้นทุนโดยเปรียบเทียบได้ดี เพราะเป็นการสะท้อนถึงต้นทุนจากปัจจัยที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้สมมติฐานของทฤษฎีที่เหมือนกันและภาษีที่เท่ากันในทุก ๆ อุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งหลักการของ RCA คือ การเปรียบเทียบส่วนแบ่งการส่งออกของสินค้าชนิดหนึ่งจากการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นกับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวจากการส่งออกทั้งหมดของโลก

6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นับตั้งแต่ Balassa ได้นำเสนอแนวคิดการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) มาใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออก ปรากฏว่าได้มีงานศึกษาจำนวนมากในระยะต่อมาที่นำค่าดัชนี RCA มาใช้ประโยชน์ในการคำนวณหารูปแบบการค้าว่าควรส่งเสริมสินค้าส่งออกใดจึงจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก เช่น งานวิจัยของ Kaitila (2001) ได้ใช้ RCA เป็นส่วนหนึ่งในการหาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแข่งขันและการใช้ปัจจัยการผลิตในการผลิตสินค้าส่งออกของประเทศคู่ค้าระหว่างกลุ่มประเทศในยุโรปกลางและยุโรปตะวันตก (CEE) และกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป ทำให้ทราบว่าในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ 1993-1998 ประเทศส่วนใหญ่ในกลุ่ม CEE มีความได้เปรียบในการส่งออกในแรงงานฝีมือและสินค้าทุนในตลาด EU มากขึ้น

Sung-chul Lee (2003) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศแคนาดาที่จำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 31 ประเภทด้วย RCA ทำให้ทราบว่าสินค้าที่แคนาดามีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา คือ อาหาร สัตว์มีชีวิตรสำหรับนำไปทำอาหาร และแร่ธาตุ และสินค้าที่มีความเสียเปรียบ (Comparative Disadvantage) ในตลาดสหรัฐอเมริกา คือ สินค้าอุตสาหกรรม

Batra และ Khan (2005) ได้ใช้ดัชนี RCA ของ Balassa ในการคำนวณความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย ผลการศึกษาพบว่าประเทศทั้งสองมีโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าส่งออกที่คล้ายคลึงกัน คือ ใช้แรงงานและทรัพยากรธรรมชาติเข้มข้น นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังได้แสดงให้เห็นว่าการจำแนกรายการสินค้าตามพิกัดฮาร์โมนี 6 หลักจะให้ผลของ RCA ที่แตกต่างจากการจำแนกรายการสินค้าตามพิกัดฮาร์โมนี 4 หลัก ดังนั้นในการใช้ค่า RCA เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ควรระมัดระวังเรื่องการจำแนกพิกัดสินค้าด้วย

ในงานศึกษาของ Addison-Smyth (2005) ที่ใช้ RCA ในการคำนวณหาความได้เปรียบในการส่งออกของประเทศไอร์แลนด์โดยใช้ข้อมูลส่งออกในปี 1997 และ 2002 พบว่าสินค้าที่ไอร์แลนด์มีความได้เปรียบในการส่งออกมักเป็นสินค้าที่เป็นกิจการของชาวต่างชาติ และสินค้าที่มีความได้เปรียบลดลง คือ สินค้าที่เป็นกิจการของชาวไอริช

สำหรับประเทศไทย งานวิจัยที่ผ่านมาก็ได้มีการศึกษาความสามารถในการแข่งขันสินค้าส่งออกหลายรายการ เช่น ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2542) ได้ทำการเปรียบเทียบศักยภาพในด้านการส่งออกของไทยในกลุ่มอาเซียน จีน และเกาหลีใต้ โดยใช้ดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) TDRI (2542) ศึกษาด้านความสามารถในการแข่งขันของสินค้าสำคัญของไทยในตลาดโลก โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญ 3 ตลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ในช่วงปี 2538-2540 โดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกของสินค้าสำคัญของไทย 20 อันดับแรกตามพิกัดสินค้า 4 หลัก (Harmonized System) ทำให้เห็นแนวโน้มของสินค้าที่ศึกษาโดยพิจารณาส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ในขณะเดียวกัน สมจินต์ พรเพ็ญ และคณะ (2542) ในงานวิจัยเรื่อง “การปรับตัวเพื่อการแข่งขันภายใต้องค์การการค้าโลก” ได้ใช้ส่วนแบ่งตลาดและค่า RCA วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยจำนวน 9 อุตสาหกรรม โดยจำแนกรายการสินค้าตามพิกัดสินค้า (HS) 6 หลัก การใช้ตัวบ่งชี้ 2 ตัว คือ ส่วนแบ่งตลาดและค่า RCA ในการวัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกช่วยให้เห็นความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกในภาพรวมได้ชัดเจนขึ้น แต่ยังมีขาดรายละเอียดในการนำผลการศึกษาที่ได้ทั้งหมดมาบูรณาการให้เห็นภาพรวม จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ที่มีเป้าประสงค์จะประเมินความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของไทยเพื่อให้เห็นสถานการณ์ในภาวะปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

งานวิจัยที่ผ่านมามักใช้ดัชนี RCA ของ Balassa ในการศึกษาเพื่อต้องการทราบว่าสินค้าใดบ้างที่ประเทศที่ศึกษามีความได้เปรียบ-เสียเปรียบในการแข่งขัน และสินค้าส่งออกที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตด้านแรงงานหรือทุน การใช้ RCA ในการศึกษาเพื่อให้เห็นภาพรวมสถานการณ์ภาพความสามารถในการแข่งขันของสินค้าออกของประเทศเพื่อเป็น

ประโยชน์ต่อการวางแผนยุทธศาสตร์ในการปกป้องตลาดที่มีอยู่เดิมตั้งเช่นงานวิจัยนี้ยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจังในประเทศไทย

7. ผลการศึกษา

งานวิจัยนี้ได้วัดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ตัวบ่งชี้ 2 ตัว คือ ส่วนแบ่งตลาด และ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออก ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของไทย ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยและแนวโน้ม

การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออก

ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยมี 4 ตลาด ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และ อาเซียน โดยตลาดทั้งสี่รวมกันมีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2547 มากถึงร้อยละ 65.6 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด แยกเป็น อาเซียนมีสัดส่วนสูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 21.7 รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นด้วยสัดส่วนส่งออกร้อยละ 15.9, 14.1 และ 13.9 ตามลำดับ สัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดต่าง ๆ ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการส่งออกของไทยมีการพึ่งพาทลาดของประเทศพัฒนาแล้ว 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นลดลงโดยในปี 2541 สัดส่วนส่งออกของไทยไปประเทศทั้งสามมีมากถึงร้อยละ 53.8 และสัดส่วนดังกล่าวได้ลดลงเหลือร้อยละ 43.9 ในปี 2547 (ตารางที่ 3) โดยทิศทางการค้าของไทยได้หันมาพึ่งตลาดในอาเซียนและตลาดใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อสถานภาพการส่งออกของไทย

เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มอัตราการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดต่าง ๆ ที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 พบว่า อาเซียนเป็นตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสูงกว่าตลาดอื่น ๆ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนในปี พ.ศ. 2536 ในขณะเดียวกัน ผลจากเศรษฐกิจที่ไม่ขยายตัวของประเทศพัฒนาแล้วก็มีส่วนทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกไปยังประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง รายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 โครงสร้างตลาดส่งออกสำคัญของไทย ปี พ.ศ. 2538-2547

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าส่งออกทั้งหมด

ปี พ.ศ.	ญี่ปุ่น	สหรัฐฯ	EU	อาเซียน	อื่นๆ
2538	16.8	17.8	15.1	21.7	28.6
2539	16.8	18.0	15.9	21.7	27.6
2540	15.2	19.4	15.9	21.8	27.7
2541	13.7	22.3	17.8	18.2	28.0
2542	14.1	21.6	16.8	18.6	28.8
2543	14.7	21.4	15.8	19.4	28.8
2544	15.3	20.3	16.2	19.3	29.0
2545	14.6	19.8	15.0	19.9	30.7
2546	14.2	17.0	14.7	20.6	33.5
2547	13.9	15.9	14.1	21.7	34.4
เฉลี่ยปี 2538-2547	14.9	19.4	15.7	20.3	29.7

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ในจำนวน 12 อุตสาหกรรมที่ศึกษา แบ่งออกได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรมีอยู่ 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และมันสำปะหลัง และกลุ่มอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีอยู่ 8 อุตสาหกรรม ได้แก่ (1) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (2) แผงวงจรไฟฟ้า (3) เสื้อผ้าสำเร็จรูป (4) อัญมณีและเครื่องประดับ (5) เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ (6) เม็ดพลาสติก (7) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และ (8) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันในด้านการส่งออกสูงประเทศหนึ่งของโลก เพราะไทยมีสินค้าที่ประเทศคู่ค้าสำคัญนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสองอยู่ถึง 99 ตลาดจาก 325 ตลาดที่ศึกษา (ตารางที่ 4) และอย่างน้อยไทยมีสินค้าที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศนำเข้ามากถึง 278 ตลาด หรือร้อยละ 85.53 ซึ่งเป็นตลาดที่ไทยควรรักษาส่วนแบ่งตลาดและครองความเป็นผู้ส่งออกรายสำคัญในตลาดโลกไว้ให้ได้

อุตสาหกรรมที่มีสินค้าจำหน่ายในต่างประเทศและมีส่วนแบ่งตลาดติดอันดับ 1 ใน 5 เกินร้อยละ 50 ของตลาดที่ส่งออกแสดงว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีความสามารถในการส่งออกสูงในตลาดโลกภายใต้สภาพแวดล้อมปัจจุบัน³ อุตสาหกรรมดังกล่าวมี 7 อุตสาหกรรม ได้แก่ อาหารทะเล

³ คือ ภายใต้อุปสรรคและการส่งเสริมทางการค้าของประเทศไทยและประเทศที่นำเข้าจากไทย

กระป๋องและแปรรูป อัญมณีและเครื่องประดับ ข้าว เม็ดพลาสติก เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ กุ้งสด และมันสำปะหลัง ดังแสดงในตารางที่ 4 ในจำนวนนี้มีอยู่ 4 อุตสาหกรรมที่ไทยสามารถส่งออกได้มากเป็นอันดับที่ 1 หรือ 2 ในตลาดของประเทศที่นำเข้าจากไทยส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนอยู่ในภาคเกษตรและประมง ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่ไทยมีความอุดมสมบูรณ์ในด้านที่ดิน และแรงงาน ผลการศึกษาเป็นการสนับสนุนทฤษฎี Factor Proportion Theory ของ Heckscher-Ohlin ที่กล่าวว่า แต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าที่ผลิตขึ้นจากการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีมากโดยเปรียบเทียบและมีราคาถูก ทั้งนี้ยกเว้นปลาทูน่ากระป๋องในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งไทยต้องนำเข้าปลาทูน่ามาเป็นวัตถุดิบในการผลิต

สำหรับอุตสาหกรรมที่เหลือซึ่ง ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ สินค้าที่ผลิตได้จัดว่าเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎี Factor Proportion Theory ของ Heckscher-Ohlin เช่นกัน สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในอดีตไทยเคยมีข้อได้เปรียบประเทศส่งออกอื่นในด้านวัตถุดิบและแรงงานที่มีฝีมือในด้านเจียรระโน แต่ปัจจุบันไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบ จึงยังคงเหลือไว้ซึ่งแรงงานฝีมือและเทคโนโลยีการเผาผลายหรือการหุงผลอย เป็นความได้เปรียบของไทยด้านการส่งออก ส่วนอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากมาตรการส่งเสริมของรัฐบาลให้ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า จนสามารถกลายเป็นสินค้าส่งออกที่ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากภายในประเทศ แต่ความสามารถในการส่งออกยังอยู่ภายใต้แรงสนับสนุนจากภาครัฐ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบของสินค้าส่งออกของไทย

งานวิจัยนี้ได้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าออกด้วย RCA ผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนสินค้า 67 พิกัดและ 325 ตลาดที่ศึกษา ร้อยละ 78.2 เป็นตลาดที่สินค้าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ดังแสดงในตารางที่ 4 ผลการคำนวณค่า RCA ยืนยันว่าอุตสาหกรรมที่ไทยมีความสามารถในการส่งออกทั้ง 7 ข้างต้นเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขัน เพราะสินค้าส่วนใหญ่หรือเกือบทุกรายการที่ส่งออกนอกจากจะมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 แล้ว ยังเป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดติดอันดับ 1 ใน 5 ของประเทศผู้นำเข้า

เป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าไทยที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ก็ยังเป็นสินค้าที่ไทยสามารถส่งออกได้ สินค้าดังกล่าวมักเป็นสินค้าที่ร่วมทุนกับต่างชาติ และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำเพราะได้รับการยกเว้นภาษี และมีตลาดต่างประเทศรองรับอยู่ จึงทำให้ส่งออกได้ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สินค้าที่ไทยมีความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวอย่าง คือ อุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้าของไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการที่เป็นการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ มีการดำเนินการผลิตตามนโยบายและข้อกำหนดของบริษัทแม่ อีกทั้งการผลิต

ตารางที่ 4 สรุปส่วนแบ่งตลาดและค่า RCA ของอุตสาหกรรมที่ศึกษา (ค่าเฉลี่ย 2541-2543)

ประเภทสินค้า	จำนวนชนิดสินค้าศึกษา	จำนวนชนิดสินค้าที่ศึกษา	จำนวนตลาดที่วิเคราะห์	ส่วนแบ่งของส่วนแบ่งตลาดในตลาดคู่ค้า (ร้อยละของจำนวนตลาดที่วิเคราะห์)				จำนวนตลาดส่งออกจำนวนตาม RCA		
				1 และ 2	3	5	6	10	มากกว่า 10	มากกว่า 1
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	2	17	0.00	35.29	35.29	29.41	4	13	0
2	แผงวงจรไฟฟ้า	5	37	0.00	2.70	64.86	32.43	13	20	4
3	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	11	17	5.88	47.06	29.41	23.53	3	14	0
4	อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป	4	20	65.00	95.00	5.00	0.00	1	19	0
5	ถั่วงอกและ เครื่องประดับ	7	30	33.33	63.33	23.33	13.33	6	18	6
6	เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และ ส่วนประกอบ	6	20	0.00	40.00	30.00	30.00	8	12	0
7	ข้าว	5	35	80.00	85.71	14.29	0.00	0	28	7
8	เม็ดพลาสติก	8	24	12.50	87.50	12.50	0.00	2	22	0
9	เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	6	51	27.45	62.75	31.37	5.88	6	45	0
10	เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	7	27	7.41	33.33	25.93	40.74	5	22	0
11	กุ้ง	2	20	50.00	85.00	15.00	0.00	2	15	3
12	มันสำปะหลัง	4	27	66.67	81.48	11.11	7.41	1	26	0
รวม	จำนวน	67	325	99	192	86	47	51	254	20
	ร้อยละ		100	30.4	59.1	26.40	14.5	15.7	78.2	6.2

ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศในสัดส่วนสูง จึงเป็นอุตสาหกรรมที่บริษัทแม่ในต่างประเทศมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ และอาศัยความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานต่ำในไทยที่ทำให้ไทยมีสินค้าส่งออกในอุตสาหกรรมมากติดอันดับ 1 ใน 10 จำนวน 25 จาก 37 ตลาดที่นำเข้าจากไทย ดังนั้นสินค้าไทยที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ถึงแม้ว่าจะส่งออกได้ตามนโยบายบริษัทข้ามชาติจึงไม่น่าไว้วางใจ เพราะไม่ใช่เป็นความสามารถที่เกิดจากคนไทย บริษัทเหล่านี้สามารถย้ายตลาดไปยังประเทศอื่นได้เสมอ สำหรับสินค้าส่งออกไทยที่ไม่อยู่ภายใต้ นโยบายของบริษัทข้ามชาติ และมีค่า RCA น้อยกว่า 1 การส่งออกมักส่งออกได้เฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันไม่มาก และอาจต้องถอนตัวจากตลาดเมื่อการแข่งขันรุนแรงขึ้น นอกจากนี้มีการปรับตัวให้รับกับสถานการณ์การแข่งขันใหม่

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยและแนวโน้ม

ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดการค้าเสรี ตัวบ่งชี้ทางเชิงปริมาณที่ใช้วัดในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ส่วนแบ่งตลาด (market share) และค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage หรือ RCA) ของสินค้าไทยแต่ละประเภท เมื่อจำแนกความสามารถในการแข่งขันของสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 5 พบว่าในจำนวน 325 ตลาดที่ศึกษา สินค้าส่งออกในอุตสาหกรรมที่ศึกษาจะมีความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นส่วนใหญ่ โดยมีสินค้าส่งออกที่จัดว่ามีระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำเพียง 47 ตลาดซึ่งส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สำหรับอุตสาหกรรมทั้ง 3 นี้ ถึงแม้ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมที่ตลาดส่งออกส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับปานกลางและต่ำ ก็ไม่น่ามีปัญหาในด้านการแข่งขัน เพราะผู้ผลิตสินค้าส่งออกเหล่านี้เกือบทั้งหมดเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างชาติหรือเป็นบริษัทต่างชาติที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย การส่งออกขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทแม่ต่างชาติ แต่อาจมีปัญหาด้านการพึ่งพาอุตสาหกรรมนี้ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้จากการส่งออก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถโยกย้ายแหล่งที่ตั้งได้ง่าย (Footloose Industry)

ตารางที่ 5 ตลาดส่งออกของไทยจำแนกตามระดับความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 2541-2543)

อุตสาหกรรมที่ศึกษา	จำนวนผลิตภัณฑ์ศึกษา	จำนวนตลาด				ร้อยละ		
		ต่ำ	สูง	ปานกลาง	รวม	ต่ำ	สูง	ปานกลาง
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2	4	6	7	17	23.5	35.3	41.2
แผงวงจรไฟฟ้า	5	13	0	24	37	35.1	0.0	64.9
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	11	2	8	7	17	11.8	47.1	41.2
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	4	0	20	0	20	0.0	100.0	0.0
อัญมณีและเครื่องประดับ	7	5	19	6	30	16.7	63.3	20.0
เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	6	8	7	5	20	40.0	35.0	25.0
ข้าวและข้าวแปรรูป	5	4	30	1	35	11.4	85.7	2.9
เม็ดพลาสติก	8	1	20	3	24	4.2	83.3	12.5
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	6	5	31	15	51	9.8	60.8	29.4
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	7	3	8	16	27	11.1	29.6	59.3
กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	2	2	17	1	20	10.0	85.0	5.0
มันสำปะหลัง	4	0	22	5	27	0.0	81.5	18.5
รวม 12 อุตสาหกรรม	67	47	188	90	325	14.5	57.8	27.7

ถึงแม้ว่าสินค้าส่งออกของไทยในอุตสาหกรรมที่ศึกษาจะมีความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อศึกษาถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดควบคู่กับแนวโน้มความสามารถในการส่งออกด้วยค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2541- 2543 พบว่ามีเพียงร้อยละ 43.13 ของจำนวนตลาดทั้งหมดที่ศึกษามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยตลาดส่วนใหญ่มีสัญญาณของความไม่แน่นอนและลดลง ซึ่งรัฐบาลควรให้ความสนใจ อุตสาหกรรมที่ตลาดส่วนใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาที่ศึกษามีเพียง 4 อุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และมันสำปะหลัง อุตสาหกรรมที่ตลาดส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง คือ อุตสาหกรรมเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และสินค้าส่งออกที่ตลาดมีความไม่ชัดเจนสูงถึงแม้ว่าจะกำลังครองส่วนแบ่งตลาดติดอันดับต้น ๆ ของประเทศผู้นำเข้า คือ ข้าว เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ กุ้ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป⁴ (ตารางที่ 6)

⁴ บหวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม ๑๑ ได้จากรายงานการวิจัยเรื่อง อนาคตสินค้าส่งออกของไทยภายใต้กรอบ WTO สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา 2547, ISBN 947-231-615-5

ตารางที่ 6 แนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออก (ค่าเฉลี่ย 2541-2543)

ประเภทสินค้า	จำนวน ภาค สินค้าที่ ศึกษา	จำนวน ตลาดที่ วิเคราะห์	แนวโน้มความสามารถในการแข่งขัน			
			เพิ่มขึ้น	คงที่	ลดลง	ไม่ชัดเจน
1 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2	17	41.2	0	52.9	5.9
2 แผงวงจรไฟฟ้า	5	37	37.8	5.4	29.7	13.5
3 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	11	17	47.1	0	23.5	29.4
4 อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	4	15	26.7	0	40	33.3
5 ยัธยภูมิต่อและเครื่องประดับ	7	30	33.3	13.3	33.3	20.1
6 เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	6	20	65.0	0	30.0	5.0
7 ข้าว	5	35	28.6	0	25.7	45.7
8 เม็ดพลาสติก	8	24	66.7	0	20.8	12.5
9 เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	6	51	33.3	7.8	27.5	31.4
10 เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	7	27	63.0	7.4	25.9	3.7
11 กุ้ง	2	20	35.0	5.0	35.0	25.0
12 มันสำปะหลัง	4	27	55.6	3.7	33.3	7.4
รวม	67	320	43.1	4.4	30.3	24.1

8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสถานภาพความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยและแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของไทยในอนาคต ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสามารถในการแข่งขันของโลก เพราะไทยมีสินค้าที่ประเทศคู่ค้าสำคัญนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสองอยู่ถึง 99 ตลาดจาก 325 ตลาดที่ศึกษา และอย่างน้อยไทยมีสินค้าที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศนำเข้ามากถึง 273 ตลาด

ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดการค้าเสรีโดยใช้ส่วนแบ่งตลาด (market share) และค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage หรือ RCA) เป็นตัวบ่งชี้ ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 85.5 ของตลาดที่ศึกษาจัดเป็นตลาดที่สินค้าไทยมีความสามารถในการแข่งขันระดับสูงและปานกลาง โดยมีสินค้าส่งออกที่จัดว่ามีระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำเพียง 47 ตลาด ซึ่งประมาณครึ่งหนึ่งของสินค้ากลุ่มนี้กระจุกตัวอยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลการศึกษาในส่วนนี้นำมาซึ่งผลสรุปว่าสินค้าส่งออกที่มีบริษัทต่างชาติมาตั้งฐานการผลิตจะขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทแม่ต่างชาติ และความพึงพอใจในนโยบายส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐเมื่อ

เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ไม่ได้ขึ้นกับความได้เปรียบด้านปัจจัยผลิตหรือต้นทุนตามที่ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศมักกล่าวอ้างถึง

ถึงแม้ว่าสินค้าส่งออกในอุตสาหกรรมที่ศึกษาจะมีความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อศึกษาถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดควบคู่กับแนวโน้มความสามารถในการส่งออกด้วยค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2543 พบว่า มีเพียงร้อยละ 43.13 ของจำนวนตลาดทั้งหมดที่ศึกษามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลาดที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสัญญาณของความไม่แน่นอนและลดลง ซึ่งภาครัฐควรให้ความสนใจในการแก้ไขอุปสรรคทางการค้าเพื่อรักษาตลาดที่มีอยู่เดิมไว้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงพาณิชย์ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2543) กฎเกณฑ์การค้าโลกภายใต้ WTO.
- กระทรวงพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2543) ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้ WTO ต่อสินค้าเกษตรไทย การเปิดเสรีเกษตรภายใต้ WTO มิถุนายน.
- กระทรวงพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2543) โครงการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาวิจัยการค้าและผลกระทบที่เกิดจากข้อตกลงสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ. มีนาคม.
- กระทรวงพาณิชย์ (2547) ผลการเจรจาการค้าสินค้าเกษตรรอบอุรุกวัยและสาระสำคัญของความตกลงว่าด้วยการเกษตรภายใต้ WTO.
- กระทรวงพาณิชย์ สำนักเจรจาการค้าพหุภาคี กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2544) ผลกระทบของการใช้มาตรการ AD/CVD ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา. สรุปจาก "Impact of Anti-Dumping and Countervailing Duty Actions" by the UNCTAD. มกราคม.
- กระทรวงพาณิชย์ สำนักเจรจาการค้าพหุภาคี (2547) โครงการศึกษาการค้าและการลงทุน มกราคม.
- คณะอนุกรรมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ (2538) สมุดปกขาว การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ. มกราคม.
- คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2544) ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2543 และแนวโน้มปี 2544.
- คณะกรรมการการค้าเศรษฐกิจ การพาณิชย์และอุตสาหกรรม วุฒิสภา (2545) บันทึกการประชุม. มกราคม.
- ณัฐวรรณ โหมมานะสิน (2544) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยภายใต้กรอบ WTO. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2541) ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมและแนวโน้มในอนาคต ปี 2541.

- บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2544) **บริษัทบริหารคน**. มกราคม.
- บุญเกิด สิทธิวัฒนา (2544) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และหลอดภาพโทรทัศน์ของไทยภายใต้กรอบ WTO. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญฤทธิ์ สุวรรณปิฎกกุล (2544) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยภายใต้กรอบ WTO. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เบญจวรรณ วาจาเกียรติ (2544) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้าของไทยภายใต้กรอบ WTO. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) **แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยภาคที่สอง : กลยุทธ์อุตสาหกรรมรายสาขา**. กันยายน.
- สภาอุตสาหกรรม (2535) **แนวทางการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายสินค้าชั้นกลางเพื่อเชื่อมโยงและสนับสนุนการผลิตสินค้าสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก**. มิถุนายน.
- สมจินต์ สันถาวรรัช, พรเพ็ญ วรสิทธิ์ และคณะ (2542) **รายงานการศึกษาวิจัย เรื่อง การปรับตัวเรื่องการแข่งขันภายใต้องค์การการค้าโลก**.

ภาษาอังกฤษ

- Addison-Smyth, D. (2005) "Ireland's Revealed Comparative Advantage", *Quarterly Bulletin* 1.
- Balassa, B. (1965) "Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage", *The Manchester School of Economics and Social Science*, no. 33, pp. 99-123.
- Batra, A and Khan, Z. (2005) "Revealed Comparative Advantage: An Analysis For India And China" *Indian Council For Research On International Economic Relations*, Working Paper No. 168, New Delhi, August 2005.
- Kaitila, Ville. (2001) "Accession Countries' Comparative Advantage in the Internal market: A Trade and Factor Analysis" *Institute for Economy in Transition*, Bank of Finland (BOFIT) discussion paper 2001. No.3, ISBN 951-686-948-3.
- Laursen, K. (1998) "Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialization," *DRUID Working Paper* No. 98-30, December.

- Lee, Sung-chul. (2003) "Patterns of Canada's Revealed Comparative Advantage in the United States", Department of Economics, University of Regina, Regina, Saskatchewan, Canada S4S 0A2, ISBN 0-7731-0467-4, December.
- Ohlin, B. (1933) **Interregional and International Trade**. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Ricardo, D. (1817) **Principles of Economy and Taxation**.