

## บทที่ 2

### แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการอธิบายแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสัมพัทธ์ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และแนวคิดแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ส่วนที่สองเป็นการอธิบายวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยจะอธิบายงานวิจัยที่กล่าวถึงผลกระทบการค้าของเงินที่มีต่อผู้ส่งออกรายอื่นๆ และงานวิจัยที่กล่าวถึงส่วนแบ่งตลาดคงที่

#### 2.1 แนวคิดทางทฤษฎี

##### 2.1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบสัมบูรณ์ (Absolute advantage)

อดัม สมิท อธิบายแนวคิดทางทฤษฎีความได้เปรียบสัมบูรณ์ (Absolute advantage) ว่า การค้าระหว่างสองประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบสัมบูรณ์ที่แตกต่างกันระหว่างประเทศคู่ค้า เมื่อประเทศหนึ่ง (เช่นประเทศ I) มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหนึ่ง (สินค้าอาหาร: F) มากกว่าอีกประเทศหนึ่ง (U) นั่นคือ I ได้เปรียบสัมบูรณ์ในการผลิตสินค้า F แต่ประเทศ I มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง (สินค้าอุตสาหกรรม: M) ผู้ประเทศ U ไม่ได้ ดังนั้นประเทศ U ได้เปรียบสัมบูรณ์ในการผลิต M แสดงว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ในสินค้าต่างชนิดกันจะได้รับประโยชน์จากการมีความชำนาญพิเศษในการผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสูงกว่า แล้วนำส่วนหนึ่งของสินค้าที่ประเทศผลิตไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าอีกชนิดหนึ่งจากอีกประเทศหนึ่ง ด้วยวิธีการนี้ทรัพยากรของทั้งสองประเทศจะถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจะมีผลผลิตรวมของสินค้าแต่ละชนิดมากขึ้น จำนวนผลิตผลของสินค้าทั้งสองชนิดที่เพิ่มมากขึ้นนี้เป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศตามความชำนาญนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีการค้าระหว่างประเทศ (เยาวเรศ ทับพันธุ์, 2551)

ความได้เปรียบสัมบูรณ์พิจารณาได้โดยการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแรงงานในการผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในสองประเทศ อาจดูได้จากการเปรียบเทียบว่าในการผลิตผลผลิตจำนวนเท่ากัน ประเทศใดใช้ปัจจัยแรงงานน้อยกว่า ประเทศนั้นจะมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ในการผลิตสินค้า แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแรงงานในการผลิตสินค้าถึงแม้ไม่มีการโยกย้ายแรงงาน

ระหว่างสองประเทศ เป็นการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ (International division of labor) หรือเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Complete specialization) จะทำให้มีสินค้าทั้งสองเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ความได้เปรียบสัมบูรณ์จะใช้อธิบายประโยชน์และทิศทางของการค้าได้เฉพาะกรณีที่ประเทศคู่ค้าต่างมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ในสินค้าต่างชนิดกัน แต่มีความเป็นไปได้สูงที่จะพบกรณีที่ประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ในทั้งสองสินค้า ในกรณีนี้ ทิศทางการค้าควรเป็นอย่างไร การค้าจะให้ประโยชน์กับประเทศคู่ค้าทั้งสองหรือไม่ ทฤษฎีความได้เปรียบสัมบูรณ์ไม่สามารถอธิบายได้ จนกระทั่งถึงสมัยของ เดวิด ริคาร์โด จึงสามารถอธิบายพื้นฐานและประโยชน์จากการค้าได้อย่างกว้างขวาง โดยใช้ทฤษฎีของความได้เปรียบสัมพัทธ์หรือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2527)

### 2.1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบสัมพัทธ์หรือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage)

ทฤษฎีการค้าตามความได้เปรียบสัมพัทธ์หรือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage) ของ เดวิด ริคาร์โด เป็นการพัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบสัมบูรณ์ของอดัม สมิท คือ การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าได้จำนวนไม่เท่ากันด้วยปัจจัยผลิตที่เท่ากันหรืออีกในหนึ่งคือประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าอย่างเดียวกันจำนวนเท่ากันด้วยปัจจัยผลิตจำนวนต่างกันหรือด้วยต้นทุนไม่เท่ากัน (Comparative cost) ทั้งนี้เพราะปัจจัยผลิตของแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตเชิงสัมพัทธ์ (Relative productivity) ไม่เท่ากัน ประเทศที่สามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพสูงด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ประเทศนั้นก็จะเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าออก จึงสรุปได้ว่าตามหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การค้าระหว่างประเทศเกิดจากการที่ปัจจัยผลิตของแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตไม่เท่ากัน

ถึงแม้ว่าประเทศใดจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือประเทศอื่น ประเทศนั้นก็ไมควรมีการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดขึ้นบริโภคเอง แต่ควรผลิตเฉพาะสินค้าชนิดที่ประเทศผลิตได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น และส่งออกบางส่วนเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้านำเข้าซึ่งเป็นสินค้าชนิดที่ประเทศผลิตเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น การปฏิบัติตามแนวทางนี้จำทำให้ทุกประเทศต่างได้รับประโยชน์จากการแบ่งงานกันผลิตตามความชำนาญและจากการค้าระหว่างประเทศ และผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นมากกว่ากรณีการพึ่งตนเอง ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจึงเป็นทฤษฎีที่มีผลในการสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศอย่างเสรี

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนแรงงานที่ใช้เพื่อการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วย

	สินค้า F	สินค้า M
ประเทศ I	8	9
ประเทศ U	12	10

ที่มา : สมณี (2538)

ถ้าจำนวนแรงงานต่อการผลิตสินค้า F หรือ M หนึ่งหน่วยประเทศ I และ U แสดงว่าประเทศ I มีความได้เปรียบสัมบูรณ์ในการผลิตทั้งสินค้า F และ M เพราะในการผลิตทั้ง F และ M แต่ละหน่วย ประเทศ I ใช้แรงงานน้อยกว่าประเทศ U แต่จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบสัมบูรณ์จากสินค้า F นั้นมากกว่าความได้เปรียบสัมบูรณ์ในสินค้า M

ดังนั้นประเทศ I ได้เปรียบ U ในการผลิต F มากกว่า M กล่าวได้ว่า ประเทศ I มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า F จึงควรมุ่งผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้า F ส่วนประเทศ U ซึ่งเสียเปรียบ I ในทั้งสองสินค้า แต่เสียเปรียบในสินค้า M น้อยกว่าในสินค้า F กล่าวคือ ประเทศ U มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า M จึงควรมุ่งผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้า M (สมณี แต่งเจริญ, 2538)

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีความได้เปรียบสัมพัทธ์หรือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ เดวิด ริคาร์โด ยังมีข้อบกพร่องคือ การใช้ปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาต้นทุนการผลิต ซึ่งในสภาวะที่แท้จริงนั้นแรงงานภายในประเทศเดียวกันมีประสิทธิภาพในการผลิตที่แตกต่างกัน นอกจากนี้การผลิตสินค้าจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิตชนิดอื่นๆ เช่น ที่ดิน และทุน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถใช้ทดแทนกันได้ เพราะฉะนั้นปริมาณแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าจึงไม่ใช่เครื่องวัดมูลค่าของสินค้านั้นอย่างถูกต้อง

### 2.1.3 ทฤษฎีสภาพปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศของเฮคเซอร์-โอห์ลีน (Heckscher - Ohlin of factor endowment )

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นทฤษฎีที่อธิบายว่าความได้เปรียบเกิดจากประสิทธิภาพของแรงงานเป็นหลัก ได้มีการพัฒนาทฤษฎีทางการค้าระหว่างประเทศโดยคำนึงถึงปัจจัยการผลิตอื่นๆ ด้วย จึงทำให้เกิดทฤษฎีสภาพปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ (Factor endowment theory) ผู้เสนอแนวความคิดนี้คือ อีล เฮคเซอร์ (Eli Heckscher) และแนวคิดของเบอร์ทิล โอห์ลีน (Bertil Ohlin) ซึ่งแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ทั้งสองมีความคล้ายคลึงกันทำให้มีการ

เรียกแนวคิดนี้ว่าทฤษฎีสภาพปัจจัยผลิตที่มีอยู่ในประเทศของเฮคเชอร์-โอห์ลิน (Heckscher - Ohlin of factor endowment )

เฮคเชอร์-โอห์ลินเสนอแนวคิดว่า ประเทศต่างๆ ควรมุ่งผลิตสินค้าชนิดที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่อย่างมากที่สุดเหลือเฟือ (Abundant factor) เพราะต้นทุนค่าเสียโอกาสในการใช้ปัจจัยการผลิตนั้นต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนค่าเสียโอกาสในการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่อย่างขาดแคลน และประเทศควรส่งออกสินค้าที่ผลิตไปแลกเปลี่ยนกับสินค้านำเข้าที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่อย่างขาดแคลนเป็นจำนวนมากในการผลิต เช่น ประเทศจีนมีแรงงานในประเทศมากที่สุดเหลือเฟือเมื่อเทียบกับปัจจัยทุน ทำให้ได้เปรียบในการผลิตสินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากในการผลิต (Labor-intensive goods) เช่น สิ่งทอจึงควรผลิตและส่งออกส่งออกไปขายที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่ประเทศเนเธอร์แลนด์มีปัจจัยทุนมากที่สุดเหลือเฟือเมื่อเทียบกับแรงงาน (Capital-intensive goods) และส่งออกไปขายที่ประเทศจีน เมื่อประเทศทั้งสองทำการค้าขายระหว่างกัน แต่ละประเทศก็จะได้สินค้าชนิดที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตที่ตนมีอยู่อย่างขาดแคลนเป็นจำนวนมากในการผลิตสินค้านั้นในต้นทุนที่ต่ำกว่าการผลิตขึ้นเอง ทำให้ประเทศคู่ค้าต่างได้รับประโยชน์จากการผลิตตามสภาพปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ และจากการค้าระหว่างประเทศ

อย่างไรก็ตามทฤษฎีของเฮคเชอร์-โอห์ลินค่อนข้างจะมีเหตุผลสนับสนุนการอธิบายแบบแผนการค้าระหว่างประเทศ เพราะได้มีการคำนึงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เกิดจากปัจจัยการผลิตอื่นๆ ด้วย ไม่ได้พิจารณาเฉพาะความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เกิดจากประสิทธิภาพของแรงงานเท่านั้น และค่อนข้างสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง (รัตนและพุทธกาล, 2549)

#### 2.1.4 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed comparative advantage) ของ

เบลา บาลาสซา (Balassa,1965) เป็นวิธีที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการค้าระหว่างประเทศที่เรียกว่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ วัดจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดซึ่งหากค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศหนึ่งๆ มีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบในสินค้านั้นของประเทศนั้นๆ ในตลาด การวัดความสามารถในการแข่งขันโดย RCA นั้นเป็นการวัดที่ทำให้ง่ายและสามารถแสดงถึงผลความได้เปรียบของสินค้าได้ระดับหนึ่ง โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อการส่งออกสินค้าสามารถคำนวณโดย

$$RCAX_{ij} = (X_{ij}/X_{i'})/(X_{iw}/X_{w'})$$

โดยที่  $RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อการส่งออกสินค้า  $i$  โดยประเทศ  $j$

$X_{ij}$  = คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  โดยประเทศ  $j$

$X_{ij}$  = คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $j$

$X_{iw}$  = คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ในตลาดโลก

$X_{iw}$  = คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดในตลาดโลก

ถ้าค่า  $RCA > 1$  หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $j$  มากกว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้านั้นๆ ในตลาดโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือ ประเทศ  $j$  มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า  $i$  ในตลาดโลก

ถ้าค่า  $RCA < 1$  หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $j$  น้อยกว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้านั้นๆ ในตลาดโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือ ประเทศ  $j$  เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า  $i$  ในตลาดโลก

การใช้  $RCA$  ในการแสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เนื่องจาก  $RCA$  ที่คำนวณได้จากสถิติมูลค่าทางการค้าในอดีตไม่ได้วัดศักยภาพที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ตัวดัชนีนอกจากจะสะท้อนถึงต้นทุนเปรียบเทียบของประเทศแล้ว ยังรวมถึงการกีดกันทางการค้าและปัจจัยอื่นๆ ที่จะทำให้การค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น การเก็บภาษีศุลกากร การให้การอุดหนุนในลักษณะต่างๆ และค่าขนส่ง ดังนั้น การวัดศักยภาพนี้ไม่ได้เปรียบเทียบกับกรณีที่ไม่มีการบิดเบือนทางตลาดดังนั้น สัดส่วนของสินค้าหนึ่งๆ ที่มีค่าสูงมาก อาจไม่ได้แสดงว่าสินค้านั้นมีความได้เปรียบสูงมากก็ได้ อย่างไรก็ตามข้อมูล  $RCA$  ที่เป็นอนุกรมเวลา (Time series) จะสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มความสามารถการแข่งขันของสินค้านั้น (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2545)

### 2.1.5 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant market share model: CMS)

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ หมายถึง สัดส่วนปริมาณสินค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งที่ทำการผลิตสินค้านิดใดชนิดหนึ่งสามารถจำหน่ายได้หมดในตลาด ถ้าสัดส่วนนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตรายนี้จะประสบผลสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น มีแนวคิดในการวิเคราะห์ คือ ต้องพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมุติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิมในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศใดในตลาดโลกที่กำหนดให้คงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและ ผลจากการกระจายตลาด โดยพิจารณาการขยายตัวในแต่ละสินค้าของประเทศในสอง

ช่วงเวลาที่แตกต่างกันและถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศเปลี่ยนแปลงไป แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก ในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก

1) ผลของการขยายตัวของตลาดโลก (World trade effect) ซึ่งอาจเป็นเพราะ การส่งออกมีการขยายตัวต่ำกว่าการขยายตัวของตลาดโลกโดยเฉลี่ย

2) ชนิดของการส่งออก อาจเป็นประเภทที่มีการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย (Commodity – composition effect)

3) ทิศทางการส่งออกได้มุ่งไปยังตลาดที่มีการขยายตัวต่ำกว่าการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย (Market – distribution effect)

4) มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Competitiveness effect) ในที่นี้จะหมายถึงสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน หรือการสูญเสียส่วนแบ่งการค้าในตลาดโลก ซึ่งอาจเป็นเพราะปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในของประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาทางด้านอุปทาน โดยมีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนสมมติฐานทั่วไปว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกปัจจัยกำหนด 2 ด้าน คืออุปสงค์และอุปทาน ซึ่งอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของปัจจัยที่กำหนดทางด้านอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้า และอุปทานจะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของปัจจัยที่กำหนดทางด้านอุปทานการส่งออก การส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจจะไม่สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วเท่ากับการขยายตัวการส่งออกเฉลี่ยของโลกเนื่องมาจาก

- 1) การส่งออกจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่ความต้องการมีอัตราการขยายตัวต่ำ
- 2) การส่งออกอาจมุ่งเน้นไปยังตลาดที่ซบเซาหรือมีการขยายตัวต่ำ
- 3) ประเทศที่ส่งออกอาจจะไม่สามารถหรือไม่ต้องการที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกจากประเทศอื่นได้

ทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกกำหนดได้ดังนี้ (เสาวนีย์ บุญประดับ, 2552)

$$S = q/Q \quad (2.1)$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} S &= \text{ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศที่พิจารณา} \\ q &= \text{มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศที่พิจารณา} \\ Q &= \text{มูลค่าการส่งออกหรือการค้าของโลกทั้งหมด} \end{aligned}$$

จาก (2.1) สามารถแสดงได้ว่า

$$q = SQ$$

ซึ่งสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกทั้งหมดเท่ากับ

$$dq = SdQ + QdS \quad (2.2)$$

สมการที่ (2.2) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศใดประเทศหนึ่ง ประกอบไปด้วยปัจจัย 2 ประการคือ

ประการแรกคือ  $SdQ$  เป็นปัจจัยที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของโลก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในการส่งออกมีค่าคงที่ เรียกปัจจัยนี้ว่าผลการขยายตัวการส่งออกของโลก (World Growth Effect) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก

ประการที่สองคือ  $QdS$  แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกภายใต้เงื่อนไขอุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่พิจารณามีปริมาณหรือมูลค่าคงที่เรียกว่าเป็นผลทางแข่งขัน (Competitive or Share Effect) การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงต้องทำการเปรียบเทียบการส่งออก 2 ช่วงเวลาคือ ปีฐาน (Base Year: 0) และปีสุดท้าย (Final Year: 1) ใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีฐาน และใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีสุดท้ายสามารถเขียนสมการดังนี้

$$dq' = S^0dQ + Q^1dS \quad (2.3)$$

หรือใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีสุดท้าย และใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีฐานสามารถเขียนสมการดังนี้

$$dq'' = S^1dQ + Q^0dS \quad (2.4)$$

ซึ่ง  $S^1 = S^0 + \Delta S$  นำไปแทนในสมการที่ (2.4) ได้ดังนี้

$$dq''' = S^0dQ + Q^0dS + \Delta SdQ \quad (2.5)$$

ดังนั้นการส่งออกทั้งหมดของโลกและโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกเป็นปีฐานทั้งคู่ และ  $dSdQ$  แสดงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกทั้งหมดของโลกในช่วงปีเดียวกันหรือผลกระทบร่วม (Interaction effect) ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

การวิเคราะห์แบบชั้นเดียว (One level analysis) ของแบบจำลอง CMS ซึ่งแบ่งการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก และอีกส่วนเป็นผลมาจากการแข่งขันจากสมการเอกลักษณ์ (2.2) สามารถเขียนได้เป็น

$$\Delta q_i = S_i \Delta Q_i + Q_i \Delta S_i \quad (2.6)$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} i &= \text{ประเทศผู้ส่งออก} \\ \Delta &= \text{การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่อยู่หลังเครื่องหมายนี้} \\ Q_i &= \text{การส่งออกทั้งหมดของประเทศที่พิจารณา} \\ q_i &= \text{การส่งออกของประเทศ } i \\ S_i &= \text{ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ } i \end{aligned}$$

อาจกล่าวได้ว่าการส่งออกแท้จริงแล้ว ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นถ้าเราสนใจเฉพาะสินค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สมมติว่าเป็นสินค้า  $k$  สามารถเขียนสมการเอกลักษณ์ ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ik} = S_{ik} \Delta Q_{ik} + Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad (2.7)$$

โดยกำหนดให้  $k =$  ชนิดสินค้า

สามารถหาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ โดยใช้เครื่องหมาย Summation ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงเป็นสมการเอกลักษณ์ CMS ของการส่งออกรวมของประเทศ  $i$  ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ik} = \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$$

และสามารถขยายได้เป็น

$$\Delta q_{ik} = S_i \Delta Q_i + (\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i) + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad (2.8)$$



สมการ (2.8) เป็นการวิเคราะห์แบบสองชั้น (Two level analysis) ของแบบจำลอง CMS โดยการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  เป็นผลมาจากสามส่วนคือ เทอมแรก ( $S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก เทอมที่สองซึ่งเป็นเทอมใหม่ ( $\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i$ ) เป็นผลมาจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของประเทศ  $i$  ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ว่าการส่งออกสินค้ามีอัตราการขยายตัวแตกต่างจากการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากน้อยเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก เป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบถ้าสินค้าส่งออกของประเทศ  $i$  ส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก

นอกจากนี้การส่งออกไปยังประเทศต่างๆ มีอัตราการขยายตัวต่างกัน ดังนั้นการมุ่งเน้นการส่งออกไปยังประเทศหรือตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงหรือต่ำ ย่อมมีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกรวมของประเทศ  $i$  ที่กำลังพิจารณา ด้วยเหตุนี้ จึงควรรวมเอาปัจจัยด้านการกระจายตลาดเข้ามาพิจารณาด้วยในสมการ CMS โดยขยายสมการ (2.6) ซึ่งจะพิจารณาทั้งกรณีสินค้า  $k$  และตลาด  $j$  และสามารถเขียนสมการ ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ijk} = S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad (2.9)$$

จากสมการ (2.9) สามารถแสดงผลรวมหรือการส่งออกรวมที่เพิ่มขึ้นของประเทศ  $i$  ได้เป็น

$$\begin{aligned} \Delta q_i &= \sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + \sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \\ &= S_i \Delta Q_i + (\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i) \\ &\quad + (\sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik}) + \sum_j \sum_k Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \end{aligned} \quad (2.10)$$

สมการ (2.10) เป็นการวิเคราะห์แบบสามชั้น (Three level analysis) ซึ่งต่างจากผลการวิเคราะห์แบบสองชั้นในสมการ (2.8) คือมีเทอมใหม่คือ ผลจากการกระจายตลาด  $\sum_j \sum_k S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik}$  ซึ่งจะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และจะเป็นลบถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

ถ้าใช้วิธีการที่สามในการเลือกปีฐานและปีสุดท้าย นั่นคือ ใช้ทั้ง โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกและการส่งออกรวมในปีฐาน (Base Year) ในแบบจำลอง CMS อาจเพิ่มปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอีกปัจจัยหนึ่งคือ ผลกระทบร่วมหรือผลกระทบจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิด

ทิศทาง ซึ่งสมการของแบบจำลอง CMS ที่ได้จะแสดงถึงผลการอธิบายการขยายตัวของการส่งออก ที่คล้ายกับสมการ (2.10) นำมาขยายได้สมการดังนี้

$$\begin{aligned} \Delta q_i &= s^0 \Delta Q_i + (\sum_k s^0_{ik} \Delta Q_{ik} - s^0_i \Delta Q_i) \\ &+ (\sum_j \sum_k s^0_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k s^0_{ijk} \Delta Q_{ik}) \\ &+ \sum_j \sum_k Q^0_{ijk} \Delta s_{ijk} + \sum_j \sum_k \Delta Q_{ijk} \Delta s_{ijk} \end{aligned} \quad (2.11)$$

สมการ (2.11) เป็นการวิเคราะห์แบบสี่ชั้น (Four level analysis) ซึ่งการส่งออกของประเทศ  $i$  ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น

1. ผลจากการขยายตัวทางการค้าโดยรวมของโลก ( World growth effect ) คือ  $(s^0 \Delta Q_i)$  ความต้องการของโลกเพิ่มสูงขึ้นแสดงว่า ส่งออกได้มากขึ้นเนื่องจากโลกมีความต้องการสินค้าต่างๆเพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการตลาดของโลกยังคงที่อยู่

2. ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (Commodity compositional effect) คือ  $(\sum_k s^0_{ik} \Delta Q_{ik} - s^0_i \Delta Q_i)$  ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ  $i$  ว่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากขึ้นเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ  $i$  ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบ ถ้าสินค้าที่ส่งออกของประเทศ  $i$  มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการกระจายตลาด (Market distribution effect) คือ  $(\sum_j \sum_k s^0_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k s^0_{ijk} \Delta Q_{ik})$  ผลนี้จะมีค่าเป็นบวกถ้าประเทศ  $i$  ส่งสินค้าส่วนใหญ่ของตนไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และจะเป็นลบถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

4. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure competitiveness or share effect) คือ  $\sum_j \sum_k Q^0_{ijk} \Delta s_{ijk}$  ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริงกับการขยายตัวที่อาจเกิดขึ้น ถ้าประเทศ  $i$  ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละตลาดไว้ได้

5. ผลกระทบร่วม ( Interaction effect) คือ  $\sum_j \sum_k \Delta Q_{ijk} \Delta s_{ijk}$  เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่า ถ้าประเทศ  $i$  ขยายการส่งออกในตลาดที่ถูกต้องหรือไม่ ผลนี้จะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ  $i$  เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว และจะมีค่าเป็นลบ ถ้าประเทศ  $i$  เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

แบบจำลองที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ มีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก

2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาในตลาดใดตลาดหนึ่ง จะกำหนดให้มีค่าคงที่ ตราบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่ง เป็นผลเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อม ความสามารถในการแข่งขันนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว

3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดอาเซียนที่ขยายตัวได้เสมอ

4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่างๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างกับผู้บริโภค

5. ไม่มีการร่วมมือระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดอาเซียน  
ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ มีดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่พิจารณาในตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมายว่ามีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงไร

2. ทำให้ทราบว่าการเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของการส่งออกของสินค้าเป็นผลเนื่องมาจากผลประการใด

3. ทำให้ทราบว่าแนวทางในการวางนโยบายที่กำหนดไว้เดิม ถูกหรือผิดทิศทางอย่างไรและควรแก้ไขหรือปรับปรุงอย่างไร

4. ทำให้ทราบถึงลักษณะของตลาดนำเข้าที่ประเทศที่พิจารณาส่งสินค้าออกไปจำหน่ายว่า ลักษณะตลาดนำเข้ามีลักษณะที่ซบเซา เป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ หรือเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง

จากสมการ (2.5)

$$dq''' = S^0 dQ + Q^0 dS + \Delta S dQ$$

การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าที่เกิดขึ้นจริงสามารถแสดงได้ดังนี้

$$A_i = W_i + C_i + D_i + P_i^* + (P_i - P_i^*) \quad (2.12)$$

โดยกำหนดให้

$A_i$	=	การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการนำเข้า
$W$	=	ผลการขยายตัวของการนำเข้าทั้งหมดของประเทศเป้าหมาย
$C$	=	ผลจากส่วนประกอบของสินค้านำเข้า
$D$	=	ผลจากการกระจายตลาด
$P^*$	=	ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง
$P$	=	ผลจากการแข่งขัน
$P - P^*$	=	ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง
$i$	=	ประเทศส่งออกหรือกลุ่มประเทศส่งออก คือ ประเทศไทย

ซึ่งสามารถแสดงในรูปพีชคณิตได้ดังนี้

$$A_i = \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 \quad (2.13)$$

โดยกำหนดให้

$X$	=	มูลค่าการนำเข้า
$j$	=	ประเทศนำเข้า
$k$	=	ชนิดสินค้า
$0$	=	ปีฐาน
$1$	=	ปีสุดท้าย

$$W_i = S_i^0 \sum_j \sum_k (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (2.14)$$

$$C_i = \sum_k [S_{ik}^0 \sum_j (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - S_i^0 \sum_j \sum_k (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (2.15)$$

$$D_i = \sum_j \sum_k [S_{ijk}^0 \sum_i (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - \sum_k [S_{ijk}^0 \sum_j \sum_i (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] \quad (2.16)$$

$$P_i = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) - \sum_i X_{ijk}^1 \quad (2.17)$$

$$P_i^* = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) \sum_i X_{ijk}^0 \quad (2.18)$$

$$P_i - P_i^* = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) \sum_i (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (2.19)$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} S_i &= \sum_j \sum_k X_{ijk} / \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk} \\ &= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศต้นทางในตลาดเป้าหมาย} \\ S_{ik} &= \sum_j X_{ijk} / \sum_j \sum_k X_{ijk} \\ &= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศต้นทางในตลาดเป้าหมายของ} \\ &\quad \text{สินค้า } k \\ S_{ijk} &= X_{ijk} / \sum_i X_{ijk} \\ &= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศต้นทางในสินค้า } k \text{ ในตลาด} \\ &\quad \text{เป้าหมาย} \\ g &= G - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 / \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้ารวมของตลาดเป้าหมาย} \\ g_k &= G_k - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j X_{ijk}^1 / \sum_i \sum_j X_{ijk}^0) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศเป้าหมายใน} \\ &\quad \text{สินค้า } k \\ g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\ &= (\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้าในสินค้า } k \text{ ในตลาดเป้าหมาย} \\ g_{jk}^* &= 1 - G_{jk} \\ &= 1 - [1 / (\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0)] \\ &= 1 - (\sum_i X_{ijk}^0 / \sum_i X_{ijk}^1) \\ &= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของการนำเข้าในสินค้า } k \text{ ใน} \\ &\quad \text{ประเทศเป้าหมาย} \end{aligned}$$

จากสมการของแบบจำลอง CMS อธิบายได้ว่า

1. ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าสินค้า  $k$  ของประเทศปลายทางจากประเทศต้นทาง จากช่วงเวลา  $t = 0$  ไปสู่ช่วงเวลา  $t = 1$  เนื่องจากการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศปลายทาง (General world trade expansion)

2. ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าสินค้า  $k$  ของประเทศปลายทางจากประเทศต้นทาง จากช่วงเวลา  $t = 0$  ไปสู่ช่วงเวลา  $t = 1$  เนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure competitiveness or share effect) ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นบวก หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของสินค้านี้มีค่าเพิ่มขึ้น และถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นลบ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของสินค้านี้มีค่าลดลง หรือชี้ให้เห็นว่าการส่งออกเริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

3. ผลกระทบร่วมหรือผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction effect) ถ้าผลกระทบร่วมมีค่าเป็นบวก หมายถึง การส่งเสริมการส่งออกกระทำได้ดีถูกทิศทางแล้วถ้าผลกระทบร่วมมีค่าเป็นลบ หมายถึง ประเทศเป้าหมายอาจใช้ความพยายามขยายการส่งออกไปยังตลาดเป้าหมายที่หดตัว หรือลดการส่งออกไปในตลาดเป้าหมายที่ขยายตัว ซึ่งเป็นการขยายการส่งออกที่ผิดทิศทาง

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนี้จะกล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนต่อประเทศคู่ค้ารายอื่นๆ และส่วนที่สองเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ส่วนแบ่งตลาดคงที่

### 2.2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบทางการค้าของประเทศจีนต่อประเทศคู่ค้ารายอื่นๆ

การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกในการพัฒนาและนำความรุ่งเรืองมาสู่ประเทศ และมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความสนใจในการศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าของประเทศต่างๆ จีนเริ่มเป็นผู้ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมผลิตตั้งแต่ช่วงปลายค.ศ. 1970 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อเพื่อนบ้านในประเทศแถบเอเชียคือ จีนเป็นประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญต่อประเทศในแถบเอเชีย และเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกสินค้าไปในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป เนื่องจากมีจำนวนแรงงานมากและค่าจ้างแรงงานถูกเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ จากการศึกษาของ

Lee and Plummer (2004) พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้ไปยังจีนมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นระหว่างปีค.ศ. 2001 เทียบกับปีค.ศ. 1989 และมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของจีนไปยังเกาหลีใต้ได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าค่อนข้างมาก แต่เมื่อพิจารณาในตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าการเจริญเติบโตของประเทศจีนส่งผลกระทบต่อประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การส่งออกของเกาหลีใต้มีมูลค่าที่ลดลง

Den et al. (2007) ได้ทำการศึกษาความสำคัญของชิ้นส่วนและส่วนประกอบในการค้าของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และทั่วโลกพบว่า การส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบไปยังทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และการนำเข้าชิ้นส่วนและส่วนประกอบจากประเทศเอเชีย มีการนำเข้ามากที่สุดถึงร้อยละ 58 โดยจีนได้นำเข้าจากประเทศ เกาหลี ใต้ ฮ่องกง และญี่ปุ่น เป็นต้น จะเห็นได้ว่าประเทศในทวีปเอเชียเป็นอุปทานในการส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบไปยังจีนได้เป็นอย่างดี ผลกระทบจากการผลิตชิ้นส่วนของประเทศจีน มีการผลิตชิ้นส่วนประกอบหลายประเภทแล้วนำมาประกอบชิ้นส่วนเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เป็นสาเหตุทำให้จีนมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

Venables and Yueh (2006) ได้ศึกษาผลกระทบของประเทศจีนที่มีผลต่อภาคอุตสาหกรรมและแรงงาน มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในช่วงปีค.ศ. 1980 – 2007 ประมาณร้อยละ 9.4 ในการพิจารณาผลกระทบในด้านการค้าระหว่างประเทศพบว่า การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนได้ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานของสินค้า การบริการและทรัพย์สินต่างๆ ทั่วโลก เนื่องจากจีนเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอันดับที่ 3 ของโลก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคาในประเทศต่างๆ จากการศึกษาการส่งออกที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและสามารถทดแทนได้กับสินค้าของจีนพบว่า จีนเสียผลประโยชน์ในการทำการค้าระหว่างประเทศ แต่ประเทศที่นำเข้าสินค้าจากจีนจะได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากประเทศที่นำเข้าสินค้าของจีนสามารถนำเข้าสินค้าที่มีราคาถูกกว่าอุปทานรายอื่นๆ ในตลาดโลก ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานมาก เช่น เสื้อผ้าและสิ่งทอ จีนจะได้รับผลประโยชน์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก เนื่องจากจีนมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศอื่น

Lall (2000) ได้ทำการศึกษาประเภทสินค้าตามระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตของการส่งออก ระหว่างปีค.ศ. 1985 – 1998 ในการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกสินค้ากลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนากับกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว พบว่า สัดส่วนทางการตลาดได้เพิ่มขึ้นมากในสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงของประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก และค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ได้เพิ่มขึ้นจาก 0.848 ในปีค.ศ. 1985 เป็น 1.524 ในปีค.ศ. 1998 ซึ่งค่าดัชนีได้ชี้ถึงความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในตลาดโลก เป็นสาเหตุทำให้ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

Bin XU and Jiangyong LU (2009) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงระดับความซับซ้อนการส่งออกของจีนในภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยมุ่งเน้นเกี่ยวกับ FDI และการประมวลผลการค้าประเทศจีนรวมทั้งการค้าที่สินค้าชั้นกลางที่มีความซับซ้อนจะถูกนำเข้ามาเพื่อประกอบสินค้าขั้นสุดท้ายสำหรับการส่งออก พบว่าการประมวลผลการค้าหรือการลงทุนโดยตรงจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างที่ทับซ้อนกันเพิ่มขึ้นระหว่างโครงสร้างการส่งออกของประเทศจีน ในระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดคือช่วง 2000-2005 ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงของการลงทุนโดยตรงในประเทศจีนที่มีต่อรูปแบบของ WFOEs การเปลี่ยนแปลงนี้มีอัตราส่วนถึง 63% ของการส่งออกของจีนที่มีความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้น และแนวโน้มการลดลงของส่วนแบ่งการประมวลผลการส่งออกในการส่งออกรวม มีอัตราส่วน 25% โครงสร้างของสองแนวโน้มนี้เป็นการอำนวยความสะดวกจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลจีนที่มีต่อการลงทุนโดยตรงและการประมวลผลการค้าในการเปลี่ยนแปลงนโยบายโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับ WTO ของจีนในปี 2001

เสาวนีย์ บุญประดับ (2552) ได้ทำการศึกษาผลกระทบการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของประเทศจีนต่อการส่งออกของไทยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มตามเทคนิคการผลิต โดยใช้ส่วนแบ่งการตลาดคงที่และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนต่อการขยายตัวของการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้วิธี Panel data analysis ในช่วงปีพ.ศ. 2535 – 2550

ผลการศึกษาพบว่า ในทุกช่วงเวลาย่อยการส่งออกของไทยในเกือบทุกกลุ่มสินค้าอาศัยการขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก สินค้าส่วนใหญ่สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศจีน ยกเว้นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน ผลการศึกษาผลกระทบการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่า กลุ่มสินค้าที่มีการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของประเทศจีนในตลาดโลกกระทบต่ออัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทย คือ กลุ่มสินค้าปฐมภูมิ สินค้าทรัพยากรพื้นฐาน สินค้าที่ผลิตโดยใช้แรงงานมากและใช้เทคโนโลยีระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม



ก็ตาม การส่งออกของไทยสามารถขยายตัวควบคู่ไปกับการส่งออกของประเทศจีนในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ยานยนต์ และผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า หากไทยไม่เพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยจะเสียเปรียบประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

ดิชิตา วิจิตร (2553) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศจีน ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542 – 2552 โดยศึกษาสินค้าอุตสาหกรรม 6 หมวดได้แก่ หมวดสินค้าเคมีภัณฑ์อินทรีย์ หมวดสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์ หมวดสินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง หมวดสินค้าเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ หมวดสินค้าเครื่องจักรกล และหมวดสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยและกลุ่มประเทศคู่แข่งในกลุ่มประเทศอาเซียนในประเทศจีน จำแนกตามรายการสินค้า ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศจีน จำแนกตามรายการสินค้า ด้วยส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) และปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศจีน โดยใช้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่าสินค้าที่มีดัชนี RCA เหนือประเทศคู่แข่งส่วนใหญ่คือ สินค้าในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า และอันดับรองลงมาคือ สินค้าในหมวดยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง และมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าของประเทศจีนที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากผลการขยายตัวของตลาดจีน ส่วนผลกระทบร่วมหรือผลการขยายตัวของทิศทางของตลาดส่วนใหญ่คือสินค้าในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า และอันดับรองลงมาคือสินค้าในหมวดยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง เช่นกัน

## 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ส่วนแบ่งตลาดคงที่

อิฐิรัตน์ ตาปวน (2552) ได้ทำการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญและศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการ

ส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้ค่า RCA ร่วมกับ ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจาก U.S. International trade commission ตั้งแต่ปี 2538-2550 โดยใช้ปี พ.ศ.2537 เป็นปีฐานเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงโดยแบ่งช่วงที่ต้องการศึกษาออกเป็น 4 ระยะ พบว่า สถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้ม อัตราการขยายตัวที่ลดลงโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ผลิตภัณฑ์หนังและ ผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด และผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกา มีดังนี้ ประเทศไทยขาดแรงงานที่มี ทักษะในการผลิต ด้านการออกแบบ นักตลาด นักวิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ และขาดแคลน นักวิจัยและพัฒนาเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอขาดเครื่องจักรและ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมหนังฟอก หนังดิบที่มี คุณภาพภายในประเทศ อุปสรรคของการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไป สหรัฐอเมริกาที่สำคัญคือ วิกฤตปัญหา Subprime นโยบายการกีดกันทางการค้าของประธานาธิบดี คนใหม่ของสหรัฐอเมริกาดลดจนระเบียบทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น การตัดสิทธิ พิเศษทางศุลกากร(GSP) การใช้มาตรฐานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรการแรงงานสากล

การวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาด ประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นพบว่า ประเทศไทย มีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออก ผลิตภัณฑ์รองเท้า ไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด ประเทศที่มีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการผลิตรองเท้าและมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดีที่สุด คือประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน และประเทศเวียดนาม เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำและแรงงานที่มีราคาถูก ประเทศ อิตาลีและประเทศบราซิล มีแนวโน้มที่ทรงตัว ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีแนวโน้มความสามารถใน การแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศไทยมีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาด ในผลิตภัณฑ์เครื่องหนังค่อนข้างน้อย และมีแนวโน้มการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศอาร์เจนตินาและประเทศอิตาลี มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเครื่องหนังและ มีส่วนแบ่งทางการตลาดดีที่สุดใน รองลงมาคือประเทศ บราซิล จีน และประเทศเม็กซิโกตามลำดับ

ธีรภาพ วรณรัตน์ (2551) ได้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาโดยเปรียบเทียบกับ ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ที่มีส่วนแบ่งตลาด 4 อันดับแรก สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม โครงสร้างการผลิต สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสิ่งทอ

และเครื่องนุ่งห่มของไทย ซึ่งสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ศึกษาแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิซ (Harmonized) ระดับ 2 digit คือ 50 ถึง 63 โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2550 พบว่าประเทศไทยและอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสิ่งทอไปยังสหรัฐอเมริกา โดยที่อินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยมาก ขณะที่ประเทศจีน แคนาดา และเม็กซิโกไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และเมื่อพิจารณาด้านส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยที่ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และหลังจากที่มีการยกเลิกระบบโควตาเมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดพบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอค่อนข้างจะทรงตัว กล่าวคืออาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงเล็กน้อย ขณะที่อินเดียและจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนเม็กซิโกและแคนาดามีแนวโน้มลดลง เมื่อวิเคราะห์การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่ม พบว่าประเทศไทย จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไปยังสหรัฐอเมริกา โดยที่เวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยมาก ขณะที่เม็กซิโกไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และเมื่อพิจารณาด้านส่วนแบ่งตลาดเครื่องนุ่งห่มพบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเครื่องนุ่งห่มน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยที่ประเทศจีนมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และหลังจากที่มีการยกเลิกระบบโควตาเมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด พบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดเครื่องนุ่งห่มค่อนข้างจะทรงตัว ขณะที่จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนเม็กซิโกมีแนวโน้มลดลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย การผลิตเครื่องนุ่งห่มเป็นการผลิตแบบเน้นใช้แรงงานมาก ส่วนการผลิตสิ่งทอจะเน้นการแปรรูปวัตถุดิบโดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรมากกว่า จากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาของ ชีรภาพ วรรณรัตน์ (2551) ได้ทำการศึกษาโดยแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิซ (Harmonized) ระดับ 2 digit คือ 50 ถึง 63 โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2550 โดยใช้ค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด พบว่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา แต่ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทย และเมื่อพิจารณาด้านส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องนุ่งห่มพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ

รวิสรา รูปสวย (2547) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมน้ำตาลของไทยทั้ง 4 ตลาดคือ อินโดนีเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น และมาเลเซีย โดยทำการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบการส่งออกน้ำตาลไปยังตลาดทั้ง 4 แต่ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่ลดลง ผู้วิจัยได้ให้เหตุผลว่า เนื่องจากปัจจุบันได้มีการร่วมมือเพื่อให้เกิดเสรีภาพทางการค้า ทำให้การแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับตลาดน้ำตาลเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์จึงมีการแข่งขันทางด้านราคาสูง โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำนั้นจะส่งผลให้ประเทศเหล่านั้นมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกมากขึ้น

จิราวรรณ โกช่วย (2552) ได้ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่สำคัญของไทยไปยังตลาดกลุ่มอาเซียนบวกสาม โดยเปรียบเทียบในแต่ละประเทศ มีสินค้ารายการใดของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed comparative advantage index: RCA) และพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic revealed comparative advantage) และศึกษาสถานการณ์การส่งออกโดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant market share model: CMS) รวมทั้งศึกษาถึงสภาพทั่วไปของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม นโยบายการค้า สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สินค้าที่สำคัญของไทยเลือกศึกษาจากสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงที่สุด 20 อันดับแรกของปี พ.ศ. 2551 โดยแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนิซ์ (Harmonized) 2007 ระดับ 2 digit และ 4 digit ตามคำนิยามของสินค้า โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2551

พบว่าสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันหลัก ได้แก่ ข้าว อาหารทะเล กระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย เนื่องจากมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันทุกปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 - 2551 และทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม ส่วนสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าในปี พ.ศ. 2551 พบว่า ตลาดประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์มีการขยายตัวการนำเข้าพร้อมทั้งการส่งออกของไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนตลาดประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ส่วนตลาดประเทศบรูไนจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการขยายตัวการนำเข้ามีแนวโน้มที่ลดลงแต่สินค้าไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น และตลาดประเทศสิงคโปร์ การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่อัตราการนำเข้ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการส่งออกของไทยกลับมีแนวโน้มที่ลดลง จากการศึกษาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดประเทศบรูไน ประเทศกัมพูชา ประเทศเกาหลี ประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศสิงคโปร์

ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศเวียดนาม พบว่าปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ความนิยมของผู้บริโภคกลับแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ตลาดในประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย ปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลงพร้อมกับความนิยมของผู้บริโภคก็ลดลงด้วยเช่นกัน

ไพที จงเจริญพิพัฒน์ (2552) ได้ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยในมิติด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าไทยในตลาดซิติ ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และ ตำแหน่งโอกาสการแข่งขันการส่งออกสินค้าไทยในตลาดซิติ ด้วยแบบจำลอง Boston consulting group (BCG) โดยศึกษาสินค้าของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดซิติสูงสุด 10 อันดับแรก ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2549 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันการส่งออกในช่วงปี พ.ศ.2545-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2548-2549 สามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มดาวรุ่ง เป็นสินค้าที่มีทั้งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถทางการแข่งขันสูง ได้แก่ ข้าว 2) กลุ่มดาวโรย เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงแต่มีความสามารถทางการแข่งขันต่ำ ได้แก่ ผลไม้แปรรูป 3) กลุ่มเสียโอกาส เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำ แต่มีความสามารถทางการแข่งขันสูง ได้แก่ ประมงแปรรูป เครื่องซักผ้า ผลิตภัณฑ์ยางรองเท้า และพลาสติก และ 4) กลุ่มถดถอย เป็นสินค้าที่มีทั้งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถทางการแข่งขันที่ต่ำ ได้แก่ ซีเมนต์ ยานยนต์ เสื้อผ้าและสิ่งทอ ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของไทยในตลาดซิติ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการส่งออกสินค้ากลุ่มดาวรุ่ง ทั้งด้านการผลิตเพื่อการส่งออกและคู่ทางการค้าในตลาดซิติ สำหรับสินค้ากลุ่มอื่น ควรมีการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในประเทศซิติ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ส่งออก ในการวางแผนการขยายการส่งออกในตลาดซิติ

ณัฐวดี ไทยเจริญ (2549) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2547 พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศไทยที่มีค่ามากกว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศไทย มีทั้งหมด 35 รายการสินค้า โดยในจำนวนดังกล่าวมีกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นมี 13 รายการสินค้า กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ลดลงมี 17 รายการสินค้า และกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มค่า RCA ไม่แน่นอนมี 5 รายการสินค้า

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันกลุ่มรายการสินค้าของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่า สินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้น มีทั้งสิ้น 23 รายการสินค้า ในขณะที่สินค้าที่มีการขยายตัวการส่งออกลดลงส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากตลาดสหรัฐอเมริกาคัดค้านำเข้า มีทั้งสิ้น 12 รายการสินค้า จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดสหรัฐอเมริกาคือสำคัญ

คงขวัญ ศิลา (2548) ได้ทำการศึกษาศักยภาพในการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับของไทยช่วงก่อนและหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจโดยใช้วิธี "ส่วนแบ่งตลาดคงที่" โดยทำการเปรียบเทียบช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ (2533-2538) กับช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (2540-2546) ว่า ความสามารถในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด โดยเลือกใช้การวิเคราะห์แบบส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant market share : CMS) มาเป็นเครื่องมือ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนส่วนแรก เพื่อดูภาพรวมในการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ เทียบกับช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจว่าสอดคล้องหรือแตกต่างจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก เป็นผลมาจากสาเหตุใดบ้าง โดยใช้การคำนวณ CMS ในระดับที่ 3 ซึ่งจะประกอบไปด้วยผลจาก

- (1) ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก (World trade effect)
- (2) ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (Commodity-composition effect)
- (3) ผลจากการกระจายตลาด (Market-distribution effect)
- (4) ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect)

ส่วนที่สอง เลือกศึกษาเฉพาะเจาะจงสินค้า ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความสำคัญ ได้แก่ (1) ไข่มุก (2) เพชร (3) พลอย (4) อัญมณีสังเคราะห์ (5) เครื่องประดับเทียม (6) เครื่องประดับแท้โดยใช้การคำนวณ CMS ในระดับที่ 2 ซึ่งจะแสดงผลที่เกิดจาก

- (1) ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก (World trade effect)
- (2) ผลจากการกระจายตลาด (Market-distribution effect)
- (3) ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect)

ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยช่วงก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจพบว่า ช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (2540-2546) ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) ยังคงมีค่าเป็นลบแต่เป็นลบที่

ลดลงจากช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ (2533-2538) แสดงให้เห็นว่าในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (2540-2546) ประเทศไทยยังคงสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันการส่งออกในตลาดโลก แต่เป็นความสูญเสียที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ สาเหตุสำคัญคงเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่มาเป็นแบบลอยตัวเมื่อปี 2540 อีกทั้งรัฐบาลยังใช้มาตรการต่างๆ ในการกระตุ้นการส่งออก ทั้งในเรื่องของสิทธิประโยชน์แก่ผู้ส่งออกและเรื่องอัตรากำไรสุทธการ อย่างไรก็ตาม การผลักดันนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของภาครัฐและเอกชน จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศที่จะมีโอกาสเติบโตขึ้น มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาด้านการออกแบบสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่อย่างต่อเนื่องและหลากหลาย ตรงตามความต้องการสมัยนิยมให้มากขึ้นเพื่อยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพสูง สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และควรมีการทำตลาดเชิงรุกแสวงหาตลาดใหม่ๆ ให้มากขึ้น ในขณะที่ควรรักษาตลาดเดิมไว้ให้ได้อย่างมั่นคง เพื่อให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลกมากขึ้น และสามารถขยายตลาดการส่งออกได้มากขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลกให้สามารถรักษาสัดส่วนการค้าในตลาดโลกได้อย่างมั่นคงในอนาคต

นิสารัตน์ เขียนนิล (2547) ได้ทำการศึกษาการเปรียบเทียบโครงสร้างและความสามารถในการส่งออกของไทย ในช่วงก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ “ส่วนแบ่งตลาดคงที่” (Constant market share : CMS) ซึ่งอธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกในช่วงเวลาดังกล่าวมีสาเหตุมาจากปัจจัยใดบ้าง ขั้นตอนการศึกษาแยกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก เปรียบเทียบภาพรวมของการส่งออกในช่วงก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีการคำนวณทั้ง 3 ระดับ ประกอบด้วย ผลจาก (1) World trade effect (2) Commodity-composition effect (3) Market – distribution effect และ (4) Competitiveness effect ส่วนที่สอง เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของสินค้าออกของไทยที่สำคัญ 14 รายการ (มีมูลค่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขึ้นไปในปี 2538) ในช่วงก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจใช้วิธีการคำนวณใน 2 ระดับ ประกอบด้วยผลจาก (1) World trade effect (2) Market-distribution effect และ (3) Competitiveness effect

ผลการศึกษาส่วนเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกรวมในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ (2533-2538) จะเห็นว่าผลจาก World trade effect, Market-distribution effect และ Competitiveness effect เป็นบวก ยกเว้นผลจาก Commodity-composition effect ติดลบร้อยละ 0.71 และหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (2540-2546) ผลจาก World trade effect เป็นบวกสูงขึ้น ขณะที่ผลจาก Competitiveness effect ไม่

แตกต่างจากช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามผลที่ได้จาก Commodity-composition effect ไม่แตกต่างจากช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามผลที่ได้จาก Commodity-composition effect และ Market-distribution effect มีค่าติดลบ ทางด้านผลการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของสินค้าออกที่สำคัญของไทยเปรียบเทียบช่วงก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจพบว่า สินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (2540-2546) หรือมีผลจาก Competitiveness effect เป็นบวก ได้แก่ น้ำตาลและน้ำผึ้ง ยางดิบ ผลิตภัณฑ์แร่ที่ไม่ใช่โลหะ เครื่องมือในโรงงาน และเครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นลบ ได้แก่ ปลาและวิหตุสื่อสาร เครื่องแต่งกาย รองเท้า และผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอื่นๆ

จากผลการศึกษาในข้างต้นจะพบว่า การที่ค่าเงินบาทลดลงในปี 2540 มีส่วนที่ทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกของไทยยังขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจในเอเชียในปี 2540 นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า การส่งออกของไทยรายสินค้าส่วนใหญ่สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเกิดจากโครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยยังคงเป็นกลุ่มเดิม และตลาดส่งออกของไทยยังคงพึ่งพิงตลาดหลัก 3 แห่ง คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่ขยายตัวช้าในช่วงปี 2540-2546 แม้จะมีการขยายตัวไปยังตลาดอาเซียนสูงขึ้นก็ตาม

จากการศึกษาความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าของไทยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับสินค้าแต่ละชนิดและอุตสาหกรรมแต่ละอุตสาหกรรม เทียบกับคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ โดยได้ทำการศึกษาที่ใช้เครื่องมือดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (CMS) มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาหมวดสินค้า 08 ผลิตภัณฑ์จากและหนังเฟอร์ หมวดสินค้า 09 ไม้และของทำด้วยไม้ หมวดสินค้า 13 หิน ผลิตภัณฑ์เซรามิก เครื่องแก้ว และหมวดสินค้า 16 เครื่องจักร เครื่องกล อุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกและส่วนแบ่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งทางการค้าในการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ จะได้เป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าให้มีคุณภาพและมีการส่งออกได้มากขึ้น