

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรส่งออกของไทยไปยังประเทศจีนครั้งนี้ ได้แบ่งเอกสารหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ประเภท คือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือ สำหรับการทบทวนในเรื่องการค้าระหว่างประเทศของไทยกับจีน จะนำเสนอในบทที่ 4

#### 2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

##### 2.1.1 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

วิธีการวัดความสามารถในการส่งออกสามารถทดสอบได้หลายแนวทาง แต่วิธีการที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ก็คือ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เสนอโดย Leamer และ Stern (1970) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้คำนวณระดับปัจจัยต่างๆที่มีส่วนกำหนดอัตราการขยายตัวของการส่งออก แบบจำลองนี้สร้างขึ้นจากข้อสมมติที่ว่า แต่ละประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในตลาดเดียวกันจะมีส่วนแบ่งตลาดคงที่ ความแตกต่างระหว่างกรณีที่มีการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริง กับ กรณีที่ส่วนแบ่งตลาดคงที่จะทำให้สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากการกระจายตลาด ต่อมาเพื่อให้แบบจำลองสมบูรณ์มากขึ้น Richardson (1971) ได้เพิ่มข้อสมมติอีกข้อหนึ่งคือ ค่าสัมบูรณ์ (Absolute Value) ของความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน จะต้องมากกว่า 1 นั่นคือ สินค้าจะต้องมีลักษณะ และคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน

ข้อดีของการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่คือ สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับการส่งออกที่มีการมุ่งเน้นสินค้าและตลาด สามารถพิจารณาได้ว่าการกระจายสินค้าของการส่งออกนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งอาจจะใช้ในการสนับสนุนการส่งออกสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวที่น้อยกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของตลาดนั้น เพื่อทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้านั้น ได้ อย่างไรก็ตาม การใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในทางปฏิบัติมีปัญหบางประการ คือ ประการแรก เกี่ยวกับการเลือกฐานเวลาในการคำนวณส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณา และการส่งออกของโลก

ประการที่สอง เกี่ยวกับการเลือกลำดับก่อนหลังในการคำนวณผลระหว่างการกระจายตลาด และผล ส่วนประกอบของสินค้า แต่ต่อมาในการศึกษาของ Jeerasak Pongpissanupichit (1974) ได้แก้ไข ปัญหาทั้งสองประการ โดยใช้แบบจำลองที่แยกองค์ประกอบใหม่ 5 ปัจจัยคือ ผลจากการขยายตัว ของการค้าโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน ที่แท้จริง และผลกระทบร่วม ในการศึกษาค้นคว้านี้จะทำการวิเคราะห์ตามพื้นฐานทฤษฎีและแบบ จำลองของ Leamer และ Stren (1970)

### 2.1.2 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative

#### Advantage Index: RCA)

จากแนวคิดการค้าระหว่างประเทศที่ว่า แต่ละประเทศมีทรัพยากรธรรมชาติ ทุน แรงงาน ที่แตกต่างกัน ดังนั้น แต่ละประเทศจึงควรผลิตสินค้าที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ หรือ ที่ตนเองมี ความได้เปรียบ แล้วจึงนำมาแลกเปลี่ยนกัน แต่ในความเป็นจริงนั้นในโลกมีประเทศต่างๆมากมาย และมีสินค้าหลายชนิด จึงเป็นการยากที่จะวัดว่าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าอะไร หรือ ควรส่งออกสินค้าอะไร ดังนั้น นักเศรษฐศาสตร์หลายคนจึงพยายามที่จะคิดเครื่องมือขึ้นมาใช้ ในการอธิบายพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศเหล่านี้ และเมื่อปี 1965 Bela Balassa ได้เสนอเครื่อง มือที่เรียกว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) ซึ่งเป็นดัชนีอย่างหนึ่งที่แสดงถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบทางการผลิตตาม ความเชี่ยวชาญเฉพาะซึ่งเป็นที่ยอมรับเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม ค่า RCA นี้ก็มีข้อจำกัด เช่นกัน คือ ประการแรก การคำนวณค่า RCA นั้นได้ใช้ข้อมูลการส่งออก หรือ นำเข้า ทำให้ไม่ทราบ ถึงกระบวนการผลิต ประการที่สอง เมื่อมีการกีดกันทางการค้าค่า RCA ไม่สามารถแสดงผลของ การกีดกันได้

ในปัจจุบันนอกจากค่า RCA แล้วยังมีการประยุกต์ใช้ ค่าพลวัตความได้เปรียบ โดย เปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) เนื่องจากค่า RCA ยังเป็นค่าเชิงสถิตจึง ไม่สามารถบอกถึงการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ดังนั้นจึงมีการใช้พลวัต ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ว่ามาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วน การส่งออกสินค้าของประเทศผู้ส่งออก และมาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการนำเข้าของ ประเทศผู้นำเข้า โดยมีการเริ่มใช้ Dynamic RCA เมื่อประมาณปี ค.ศ. 2000 (Valentine and Krasnik, 2000) ส่วนในประเทศไทยนั้นยังมีการใช้เครื่องมือนี้น้อยชิ้นอยู่ เช่น โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรม รายสาขา (สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ) และ โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรม รายสาขา (สาขาเซรามิกและแก้ว) (มิ่งสรรพ และคณะ, 2545)

## 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือ

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยมีการศึกษาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาสินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดโลกโดยรวม หรือ ส่งออกไปกลุ่มประเทศ หรือ รายประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ในการทบทวนเอกสารครั้งนี้จะแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ระหว่างปีพ.ศ. 2519-2528 ช่วงที่ 2 ระหว่างปีพ.ศ. 2528-2533 และช่วงที่ 3 หลัง ปีพ.ศ. 2533 ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ดังนี้

ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2519 – 2528 เศรษฐกิจโลกเริ่มตกต่ำ เนื่องจากวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 ทำให้การค้าโลกไม่ขยายตัวมากนัก ส่งผลทำให้การส่งออกของไทยลดลงด้วย อย่างไรก็ตามจากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ (Constant Market Share) พบว่า สินค้าส่งออกของไทยก็สามารถส่งออกไปแข่งขันกับตลาดโลกได้ดีมีการส่งออกได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมใหม่ๆ ของประเทศไทยสามารถส่งออกได้มากขึ้นนี้เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า อัญมณี-ไข่มุก-เครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง รองเท้า ของเล่นเด็ก เครื่องนุ่งห่ม ผ้าผืน-เส้นด้าย ผลิตภัณฑ์ยาง (อมรรวรรณ, 2530) อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้า สัตว์ทะเลกระป๋อง ดอกไม้ประดิษฐ์ ผักสดหรือแช่เย็น ของเล่นเด็ก กระเบื้องปูพื้นและผนัง เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประกอบ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไบยาซูบ (นิสิต, 2538) นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ส่งออกได้มากขึ้นซึ่งเป็นผลมาจากการกระจายตลาด ได้แก่ ตลับลูกปืนอิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประกอบ ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ท่อเหล็ก (อมรรวรรณ, 2530)

จะเห็นได้ว่า การส่งออกสินค้าของไทยทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมมีการส่งออกมากขึ้นเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาดเป็นส่วนใหญ่ ส่วนปัจจัยส่วนประกอบของสินค้าและผลของการขยายตัวในตลาดโลกไม่มีผลมากนัก เนื่องจากเศรษฐกิจโลกตกต่ำสินค้าส่งออกดั้งเดิมเป็นที่ต้องการลดลง

จากการศึกษาแนวคิดความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) พบว่า ได้ผลสอดคล้องกับผลของแนวคิดส่วนแบ่งตลาดคงที่ กล่าวคือ ประเทศไทยมีความได้เปรียบสัมพัทธ์มากในสินค้าอุตสาหกรรม 7 ประเภทคือ ดังนี้ อัญมณี-ไข่มุก-เครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง รองเท้า ของเล่นเด็ก เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า ตลับลูกปืน อิเล็กทรอนิกส์ (อมรรวรรณ, 2530) โดยสินค้าเหล่านี้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอเนื่องจากสินค้าอุตสาหกรรมดังกล่าวอาศัยความได้เปรียบในด้านต้นทุน ฝีมือความชำนาญงาน และพัฒนาเทคโนโลยี ประกอบกับการสนับสนุนจากรัฐบาล ทำให้สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ นอกจากนี้ราคาก็ยังสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งรายอื่นได้อีกด้วย ส่วนสินค้าอีก

กลุ่มหนึ่งเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบสัมพัทธ์เพิ่มแต่ไม่มาก และส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มไม่มากเช่นกัน ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ผ้าผืน-เส้นด้าย ผลิตภัณฑ์ยาง ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ท่อเหล็ก (อมรรวรรณ, 2530) สินค้าอุตสาหกรรมทั้ง 6 ประเภทนี้แม้ไทยจะได้เปรียบในค่าจ้างที่ต่ำ แต่วัตถุดิบในการผลิตสินค้าจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีต้นทุนสูง และยังมีปัญหาด้านคุณภาพและรูปแบบของสินค้ายังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาของประเทศผู้นำเข้าบางประเทศ ประกอบกับปัญหาการกีดกันการนำเข้า และขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด จึงทำให้สินค้าที่ผลิตได้ยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ดีเท่าที่ควร ส่วนอุตสาหกรรมน้ำตาลทรายและไม้วีเนียร์ (อมรรวรรณ, 2530) ประเทศไทยได้เสียความได้เปรียบสัมพัทธ์ให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ เนื่องจากผู้ผลิตประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น จึงไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีต้นทุนต่ำได้

ช่วงที่ 2 ระหว่างพ.ศ. 2528-2533 ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงฟื้นตัวและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้การค้าโลกมีการขยายตัวสูงขึ้นและเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ 4 หมวดสินค้าได้แก่ หมวดอาหาร หมวดเครื่องดื่มและยาสูบ หมวดวัสดุดิบ หมวดสินค้าหัตถอุตสาหกรรม ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก (นิสิต, 2538) จากการศึกษาโดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ พบว่า สินค้าส่งออกของประเทศไทยที่ส่งออกได้มากขึ้นก็ยังคงเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด ส่วนผลจากส่วนประกอบของสินค้าและการกระจายตลาด กลับลดบทบาทลงอย่างมากเนื่องจากประเทศคู่แข่งที่เป็นประเทศกำลังพัฒนาได้เริ่มพัฒนาสินค้าแข่งขันกับไทยมากขึ้น ส่วนประเทศที่พัฒนาแล้วที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยก็มีการกีดกันทางการค้ามากขึ้น

จากการศึกษาโดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ในตลาดสหรัฐอเมริกา (อิสระพล, 2534) ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และเป็นตลาดหลักของไทยพบว่า มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นในสินค้า 24 ชนิด ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขัน 16 ชนิด ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์หนัง ผลิตภัณฑ์ยาง รองเท้า เส้นด้าย-ผ้าผืน กระเบื้องเซรามิกส์ ตลับลูกปืนอิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์ และชิ้นส่วน ของเล่นเด็ก เครื่องประดับ กาแฟ ยางพารา สัตว์น้ำสดแช่แข็ง หลอดเหล็กและท่อเหล็ก อัญมณี และดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาด 5 ชนิด ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์พลาสติก สัมภาระกระป๋อง แผงวงจรไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ไม้ อีก 3 ชนิดเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดร่วมกับผลจากส่วนประกอบของสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าว และใบยาสูบ และมีสินค้าอีก 2 ชนิดคือ ดินบุก และน้ำตาลมีการขยายตัวลดลง เพราะสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าลดลง ประกอบกับการกำหนดโควตาน้ำตาล และจัดสรรโควตาให้ไทยลดลง

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปสหภาพยุโรปโดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ (นัฐริยา, 2539) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตลาดหลักของ



ไทยพบว่า สินค้าปลาหมึกกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ และของเล่นเด็ก ส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลทางด้าน การขยายตัวของตลาดควบคู่กับความสามารถในการแข่งขัน ส่วนสินค้ารองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องวิทยุโทรทัศน์ เครื่องวีดีโอ อุปกรณ์และส่วนประกอบนั้นความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยที่ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้น

จะเห็นได้ว่าในช่วงที่ 2 นี้ปัจจัยด้านการขยายตัวของตลาดเริ่มมีผลทำให้การส่งออกของสินค้าไทยไปยังต่างประเทศได้ขยายตัวมากกว่าช่วงแรก อย่างไรก็ตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็ยังคงเป็นปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาแต่ละสินค้าจะเห็นได้ว่า ในช่วงที่สองนี้ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันและในบางสินค้านี้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประกอบ ตลับลูกปืน อิเล็กทรอนิกส์ และท่อเหล็ก

จากการศึกษาโดยใช้แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดสหรัฐอเมริกา (อิสระพล, 2534) พบว่า สินค้าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ 25 ชนิดซึ่งสอดคล้องกับการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ นั่นคือ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น และเมื่อนำมาอธิบายร่วมกับค่าส่วนแบ่งตลาดแล้วจะสามารถพิจารณาได้ 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 มีค่า RCA และค่าส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข้าว กามแป๋ อาหารทะเลกระป๋อง เครื่องประดับ ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์หนัง เส้นด้าย-ผ้าฝ้าย กระเบื้องเซรามิกส์ หลอดเหล็กและท่อเหล็ก รองเท้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ของเล่นเด็ก อัญมณี และผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มที่ 2 มีค่า RCA แต่ค่าส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม้ มันสำปะหลัง ยาสูบ สัตว์น้ำสดแช่แข็ง ยางพารา ผลิตภัณฑ์พลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า และเสื้อผ้าสำเร็จรูป กลุ่มที่ 3 มีค่า RCA และส่วนแบ่งตลาดลดลง ได้แก่ สับประรด กระป๋อง ดินบุก และน้ำตาล สรุปได้ว่า สินค้าส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันดีขึ้น และสามารถแข่งขันได้ดีกับประเทศกลุ่มอาเซียนด้วยกัน แต่ในสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำ และประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนสินค้าที่ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือ ตลับลูกปืนอิเล็กทรอนิกส์

ช่วงที่ 3 หลัง พ.ศ. 2533 การศึกษาความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปสหภาพยุโรป (ฉวีริยา, 2539) โดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ในช่วงพ.ศ. 2534-2536 ความสามารถในการแข่งขันลดลงเกือบทุกสินค้า ยกเว้น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เครื่องวีดีโอ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เนื่องจากการขยายตัวของตลาดสหภาพยุโรปมีไม่มากเท่ากันในช่วงปีพ.ศ. 2531-2533 ประกอบกับภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น เช่น จีน เวียดนาม ซึ่งมีการจ้างแรงงานถูกกว่าไทย ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าถูก

กว่าไทย ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคาสินค้า ดังนั้นไทยจึงต้องมีการปรับตัวในการผลิต โดยอาศัยการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น

ส่วนการศึกษาความสามารถในการส่งออกสินค้าของไทยไปในประเทศที่พัฒนา (ชัยฤทธิ์, 2541) โดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกที่ดีในประเทศที่พัฒนาแล้ว การส่งออกเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งๆที่ตลาดเหล่านี้มีความต้องการลดลง โดยการส่งออกของไทยที่ขยายตัวเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น สำหรับผลทางด้านส่วนประกอบของสินค้าและการกระจายตลาด โดยส่วนใหญ่ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญจากการวิเคราะห์แต่ละตลาดในแต่ละสินค้า โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ พบว่า สินค้าส่งออกของไทยที่มีแนวโน้มการเติบโตที่มั่นคงในแต่ละตลาดมีดังนี้

ตลาดแคนาดาจำนวน 8 รายการ ได้แก่ อาหาร อัญมณี เครื่องแก้ว ถ้วย ชาม รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเล่นและเครื่องกีฬา เครื่องจักรกลอุตสาหกรรม เครื่องกลที่ใช้ในสำนักงาน คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน

ตลาดสหรัฐอเมริกาจำนวน 19 รายการ ได้แก่ อาหาร ยางดิบ สิ่งทอ เครื่องแก้ว ถ้วย ชาม เครื่องเรือนและเครื่องติดตั้ง เครื่องใช้เดินทางและกระเป๋าถือ รองเท้า สินค้าเบ็ดเตล็ด หัวน้ำหอม และวัตถุดิบปรุงแต่งกลิ่นหอม สิ่งหัตถกรรมโลหะ วิทยุ โทรทัศน์และอุปกรณ์สื่อสารที่เกี่ยวข้อง เสี่ยง รถยนต์และชิ้นส่วน หนังสือและสิ่งพิมพ์ เครื่องประดับ วัสดุพลาสติกและยางสังเคราะห์ เครื่องกลที่ใช้ในสำนักงาน คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน อุปกรณ์จ่ายและตัดกระแสไฟฟ้า และเครื่องจักรกลไฟฟ้าเบ็ดเตล็ด

ตลาดญี่ปุ่นจำนวน 23 รายการ ได้แก่ อาหาร เส้นใยทอผ้า หนังสือและหนังสือพิมพ์ที่ตกแต่งแล้ว ปุ๋ยธรรมชาติและแร่ดิบ เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องเรือน เครื่องใช้เดินทางและกระเป๋าถือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเล่นและเครื่องกีฬา สินค้าเบ็ดเตล็ด สีย้อม สีสำหรับพอกหนังสือ หัตถกรรมโลหะ วิทยุ โทรทัศน์และอุปกรณ์สื่อสารที่เกี่ยวข้อง เสี่ยง รถยนต์และชิ้นส่วน หนังสือและสิ่งพิมพ์ เครื่องประดับ เคมีอินทรีย์ เคมีอนินทรีย์ เครื่องจักรอุตสาหกรรม เครื่องกลที่ใช้ในสำนักงาน คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน อุปกรณ์จ่ายและตัดกระแสไฟฟ้า

ตลาดกลุ่มสหภาพยุโรปจำนวน 22 รายการ ได้แก่ ยางดิบ หนังสือและหนังสือพิมพ์ที่ตกแต่งแล้ว สิ่งทอ เครื่องแก้ว ถ้วย ชาม รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเล่นและเครื่องกีฬา วัสดุที่ใช้ในสำนักงาน สินค้าเบ็ดเตล็ด หัวน้ำหอมและวัตถุดิบปรุงแต่งกลิ่นหอม สิ่งหัตถกรรมยาง กระดาษและกระดาษแข็ง สิ่งหัตถกรรมโลหะ รถยนต์และชิ้นส่วน นาฬิกา หนังสือและสิ่งพิมพ์ เครื่องประดับ เครื่องจักรกลอุตสาหกรรมทั่วไป เครื่องจักรกลที่ใช้ในสำนักงาน คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรกลไฟฟ้าเบ็ดเตล็ด เครื่องมือและอุปกรณ์ถ่ายภาพยนต์

ตลาดกลุ่มเขตการค้าเสรียุโรปจำนวน 13 รายการ ได้แก่ อาหาร ไม้และไม้คอร์ก เยื่อกระดาษและเศษกระดาษ หนังสือปกและหนังสือที่ตกแต่งแล้ว เครื่องเรือน เครื่องใช้เดินทางและกระเป๋าถือ รองเท้า ของเล่นและเครื่องกีฬา กระดาษและกระดาษแข็ง นาฬิกา เครื่องประดับ วัตถุพลาสติก ยางสังเคราะห์ เครื่องจักรกลอุตสาหกรรมทั่วไป

ตลาดออสเตรเลียจำนวน 15 รายการ ได้แก่ อาหาร ยางดิบ เส้นใยทอผ้า หนังสือปกและหนังสือที่ตกแต่งแล้ว อัญมณี ผลิตภัณฑ์และแร่ โลหะที่ใช้ในการก่อสร้าง รองเท้า ของเล่นและเครื่องกีฬา สินค้าเบ็ดเตล็ด หัวน้ำหอมและวัตถุปรุงแต่งกลิ่นหอม กระดาษและกระดาษแข็ง สิ่งหัตถกรรมโลหะ หนังสือและสิ่งพิมพ์ วัตถุพลาสติกและยางสังเคราะห์ เครื่องจักรกลไฟฟ้าเบ็ดเตล็ด

ตลาดนิวซีแลนด์จำนวน 5 รายการ ได้แก่ อาหาร วัตถุจากสัตว์ พืชที่บริโภคไม่ได้ ผลิตภัณฑ์และแร่โลหะที่ใช้ในการก่อสร้าง สินค้าเบ็ดเตล็ด และสิ่งหัตถกรรมโลหะ

จะเห็นได้ว่า การศึกษาในช่วงที่ 3 นี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในช่วงที่ 1 และ 2 นั่นคือ สินค้าส่งออกของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาจากปัจจัยความสามารถในการแข่งขันเป็นหลัก โดยเฉพาะในตลาดอเมริกา สินค้าอาหารและรองเท้านั้นมีความสามารถในการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าในตลาดสหภาพยุโรปสินค้าบางรายการจะมีความสามารถในการแข่งขันลดลงก็ตาม (ปลาหูนากะป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป ของเล่นเด็ก แผงวงจรไฟฟ้า) แต่ก็ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนหลัก

ในปี พ.ศ. 2546 ศูนย์ศึกษาเอเปค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ทำการศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม 9 กลุ่ม 8 ตลาด โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเป็นตัววัดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เช่น ปลาหูนากะป๋อง และอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง เช่น ไข่แช่แข็ง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้ง 8 ตลาด โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่น อุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบค่อนข้างสูง แต่ความได้เปรียบมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะตลาด จีน และ AFTA อุตสาหกรรมเครื่องหนัง ไทยไม่ค่อยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากนักในตลาดขนาดใหญ่ เช่น ตลาดโลก ตลาด ASEM ตลาด APEC อย่างไรก็ตามในช่วงปีพ.ศ. 2535-2544 ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะปรับตัวดีขึ้นเรื่อยๆ ที่ละน้อย อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาด ยกเว้น ตลาด APEC และ จีน อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ค่า RCA มีแนวโน้มลดลง ส่วนหนึ่งเพราะจีนเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดโลกมากขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ อุตสาหกรรมเครื่องประดับ เช่น เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับที่ไม่ใช่เงิน ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาดยกเว้น ตลาด AFTA ซึ่งมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินเดีย นอกจากนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทยมีแนวโน้มลดลง อุตสาหกรรม

เหล็ก ซึ่งในที่นี้เป็นเหล็กรีดร้อน และเหล็กรีดเย็น เป็นอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ดังนั้น ในระยะแรกรัฐจึงดำเนินนโยบายปกป้องอุตสาหกรรม โดยตั้งภาษีนำเข้าสูง นอกจากนี้ประเทศไทยยังไม่มีแหล่งแร่เหล็กที่ใช้เป็นวัตถุดิบ ดังนั้น ไทยจึงไม่มีความได้เปรียบในสินค้าชนิดนี้ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อพิจารณาภาพรวมของอุตสาหกรรมทั้ง 2 ชนิด จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมทั้งสองมีความสามารถในการแข่งขันเกือบทุกตลาด

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการประยุกต์ใช้เครื่องมือ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และ ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ ในการวิเคราะห์การส่งออกของประเทศในภาพรวม กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์การส่งออกของไทยไปยังประเทศ หรือ กลุ่มประเทศต่างๆ ในหลายสินค้า แต่นอกจากนั้นแล้ว ยังมีการใช้เครื่องมือทั้งสองในระดับอุตสาหกรรมอีกด้วย เช่น การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกส์ (มิ่งสรรพและคณะ, 2545) ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ใน 3 ตลาดคือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 สินค้าเครื่องสุขภัณฑ์ และสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารพอร์ซเลนของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป แต่ในตลาดญี่ปุ่นนั้นความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ส่วนสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ซเลนของไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในทุกตลาด และสินค้าของชำร่วยและเครื่องประดับของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีการปรับตัวดีขึ้น แต่ในสหภาพยุโรปไทยได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ส่วนการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกส์ด้วยดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดที่สำคัญ พบว่าในปี พ.ศ. 2543 สินค้าไทยมีความได้เปรียบในการผลิตและส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกามากที่สุด คือ สินค้าเครื่องสุขภัณฑ์ รองลงมาคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารพอร์ซเลน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ซเลน และ ของชำร่วยและเครื่องประดับตามลำดับ ตลาดสหภาพยุโรปมีความแตกต่างจากตลาดสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ สินค้าที่มีความได้เปรียบสูงไม่ใช่เครื่องสุขภัณฑ์ แต่เป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ซเลน รองลงมาคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่พอร์ซเลน ของชำร่วยและเครื่องประดับ ตามลำดับ ตลาดญี่ปุ่น เครื่องสุขภัณฑ์ของไทยมีความได้เปรียบในการผลิตและส่งออกมากที่สุดในบรรดาผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ รองลงมาคือ ของชำร่วยและเครื่องประดับ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ซเลน



ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แบบจำลองส่วนแบบตลาดคงที่

ผู้ที่ศึกษา	ผลการศึกษา
อมรรวรรณ รัตนวิไลวรรณ (2530)	พบว่า การขยายตัวของสินค้า อัญมณี-ไข่มุก-เครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง รองเท้า และของเล่นเด็ก เป็นผลมาจากผลการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาด ส่วนตลาดลูกปัดอัญมณีและเฟอร์นิเจอร์-ชิ้นส่วนประกอบ เป็นผลมาจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ส่วนสินค้าอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ผ้าผืนเส้นด้าย ผลิตภัณฑ์ยาง เป็นผลมาจากผลการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาด ส่วนสินค้าผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ท่อเหล็ก ขยายตัวเป็นผลมาจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของตลาดโลก
อิสรระพล คันสร (2534)	พบว่า การส่งออกสินค้า ไทยไปสหรัฐอเมริกา 26 ชนิดมีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นถึง 24 ชนิด ส่วนอีก 2 ชนิด คือ ดิบุกและน้ำตาลมีการขยายตัวลดลง เพราะ สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าลดลง ประกอบกับมีการกำหนดโควตาน้ำตาลและจัดสรรโควตาให้ไทยลดลง สินค้าที่มีการขยายตัวเป็นผลมาจากการแข่งขัน 16 ชนิด แยกเป็นการปรับตัวการส่งออกถูก หรือผิดทิศทาง 10 ชนิด อีก 6 ชนิด เป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่วนสินค้าที่ส่งออกขยายตัวเป็นผลจากการขยายตัวของตลาดมี 5 ชนิด ที่เหลืออีก 3 ชนิดการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดร่วมกับผลจากส่วนประกอบสินค้า สรุปได้ว่า สินค้าส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันดีขึ้น และสามารถแข่งขันได้ดีกับประเทศกลุ่มอาเซียนด้วยกัน แต่ในสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำ และประเทศที่พัฒนาแล้ว
นิสิต ธีรสุขพิมล (2538)	ได้ศึกษาแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ช่วงเวลาคือ ปีพ.ศ. 2523-2527 และ 2527-2531 ในช่วงปีพ.ศ. 2523-2527 ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ เนื่องจากวิกฤติการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 ทำให้ปัจจัยทางการค้าโลกและส่วนประกอบของสินค้า มีค่าเป็นลบ ซึ่งส่งผลทำให้การส่งออกของไทยลดลงด้วย อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมใหม่ๆ ส่วนหนึ่งได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะถึงร้อยละ 30 ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้า สัตว์ทะเลกระป๋อง ดอกไม้ประดิษฐ์ ผักสดหรือแช่เย็น ของเล่นเด็ก กระเบื้องปูพื้นและผนัง การขยายตัวของการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมใหม่ๆนี้เป็นผลจากความต้องการในตลาดต่างประเทศที่สูงขึ้น ในช่วงพ.ศ.

ผู้ที่ศึกษา	ผลการศึกษา
นิติต ชีรสุมพิมล (2538) (ต่อ)	<p>2523-2527 นี้ผลจากส่วนประกอบของตลาด และผลของความสามารถในการแข่งขันเท่านั้นที่เป็นปัจจัยสำคัญ ส่วนผลจากส่วนประกอบของสินค้าเป็นลบ เนื่องจากสินค้าส่งออกดั้งเดิมเป็นที่ต้องการลดลง ในช่วงปีพ.ศ. 2527-2531 ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงฟื้นตัวและเจริญเติบโต อย่างรวดเร็วทำให้ผลทางการค้าโลกมีสูง แต่อย่างไรก็ตามผลจากความสามารถในการแข่งขันก็ยังคงมากที่สุด ส่วนผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาด กลับลดบทบาทลงอย่างมากเนื่องจากประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา ได้เริ่มพัฒนาสินค้าแข่งขันกับไทยมากขึ้น ส่วนประเทศที่พัฒนาแล้วที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยก็มีการกีดกันทางการค้ามากขึ้น</p>
นัฐริยา ก้อนเทียน (2539)	<p>พบว่า ในช่วงพ.ศ. 2531-2533 สินค้าทุนำกระป๋อง สามารถแข่งขันในตลาดยุโรปได้ดีเป็นผลจากการขยายตัวของตลาด เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และของเล่นเด็ก ส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการขยายตัวของตลาดควบคู่กับความสามารถทางการแข่งขันของไทย รองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เครื่องวิดีโอ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้ากลุ่มนี้มีความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้น ในช่วงพ.ศ. 2534-2536 ความสามารถในการแข่งขันลดลงเกือบทุกสินค้า ยกเว้นคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เครื่องวิดีโอ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เนื่องจากการขยายตัวของตลาดสหภาพยุโรปมีไม่มากเท่ากันในช่วงปีพ.ศ. 2531-2533 ประกอบกับภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น เช่น จีน เวียดนาม ซึ่งมีการจ้างแรงงานถูกกว่าไทย ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าถูกกว่าไทย ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคาสินค้า ดังนั้น ไทยจึงต้องมีการปรับตัวในการผลิตโดยอาศัยการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น</p>
ชัยฤทธิ์ มติภักดี (2541)	<p>พบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกที่ดีในประเทศที่พัฒนาแล้ว การส่งออกเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งๆที่ตลาดเหล่านี้มีความต้องการลดลง โดยการส่งออกของไทยที่ขยายตัวเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น สำหรับผลทางด้านส่วนประกอบของสินค้าและการกระจายตลาด โดยส่วนใหญ่ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ อย่างไรก็ตามในช่วง 1984-1993 แนวโน้มการขยายตัวของการส่งออกเริ่มชะลอตัวลงในทุกๆตลาด ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ตลาดหดตัวอย่างมาก และประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงในกลุ่มสินค้าที่ใช้ทรัพยากรสิ้นแร่เป็นปัจจัยในการผลิต</p>

ผู้ที่ศึกษา	ผลการศึกษา
มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2545)	พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 สินค้าเครื่องสุขภัณฑ์ และสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร พอร์ซเลนของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป แต่ในตลาดญี่ปุ่นนั้นความสามารถในการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ส่วนสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ซเลนของไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในทุกตลาด และสินค้าของชำร่วยและเครื่องประดับของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาด สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีการปรับตัวดีขึ้น แต่ในสหภาพยุโรปไทยได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

**ตารางที่ 2.2** สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ผู้ที่ศึกษา	ผลการศึกษา
อมรรวม รัตนวิไลวรรณ (2530)	พบว่า สินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความได้เปรียบสัมพัทธ์อยู่มากในเกือบทุกประเภทสินค้าที่ศึกษาโดยความได้เปรียบสัมพัทธ์นี้พิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มเพิ่มสม่ำเสมอ ได้แก่สินค้า อัญมณี-ไข่มุก-เครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง รองเท้า ของเล่นเด็ก ด้ายลูกปัดอิเล็กทรอนิกส์ และเฟอร์นิเจอร์-ชิ้นส่วนประกอบ ส่วนสินค้าอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบสัมพัทธ์เพิ่มไม่มาก และส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มไม่มากนัก ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ผ้าผืน-เส้นด้าย ผลิตภัณฑ์ยาง ผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก และท่อเหล็ก ส่วนอุตสาหกรรมน้ำตาลทรายและไม้วีเนียร์ ประเทศไทยได้เสียความได้เปรียบสัมพัทธ์ให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ เนื่องจากผู้ผลิตประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
อิศระพล คันสร (2534)	พบว่า การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดปรากฏว่า สินค้าไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ 25 ชนิดซึ่งแยกเป็นสินค้าที่มีแนวโน้มความได้เปรียบเพิ่มขึ้น 14 ชนิด และสินค้าที่มีความได้เปรียบลดลง 11 ชนิดในการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดพบว่า สินค้า 22 ชนิดมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น แต่สินค้าอีก 4 ชนิดคือ ยาสูบ ดินบุก น้ำตาล และสัปรดกระป๋อง มีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดลดลง ส่วนสินค้าที่เหลืออีก 1 ชนิดคือ ด้ายลูกปัดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสินค้าที่ยังไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ

ผู้ที่ศึกษา	ผลการศึกษา
ชัยฤทธิ์ มติภักดี (2541)	พบว่า ผลการศึกษาค้นคว้าได้เปรียบเทียบให้เห็นว่า การขยายตัวของกาส่งออก เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตของประเทศไทย โดยกลุ่มสินค้าที่ใช้ ทรัพยากรทางการเกษตรเป็นสินค้าส่งออกหลัก ส่วนสินค้าที่ใช้ทรัพยากรแรงงาน เป็นปัจจัยในการผลิตเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญกับประเทศไทย สำหรับสินค้าที่ใช้ ทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยี มีการเติบโตที่สูงมาก แสดงถึงการเริ่มเปลี่ยนเข้าสู่ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นในสินค้ากลุ่มนี้
มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2545)	พบว่า สินค้าไทยมีความได้เปรียบในการผลิตและส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกา มากที่สุด คือ สินค้าเครื่องสุขภัณฑ์ รองลงมาคือ เครื่องใช้บน โต๊ะอาหารพอร์ชเลน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ชเลน และ ของชำร่วยและเครื่องประดับ ตามลำดับ ตลาดสหภาพยุโรปมีความแตกต่างจากตลาดสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ สินค้าที่มีความได้เปรียบสูงไม่ใช่เครื่องสุขภัณฑ์ แต่เป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ชเลน รองลงมาคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่พอร์ชเลน ของชำร่วยและ เครื่องประดับ ตามลำดับ ตลาดญี่ปุ่น เครื่องสุขภัณฑ์ของไทยมีความได้เปรียบใน การผลิตและส่งออกมากที่สุด ในบรรดาผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ รองลงมาคือ ของ ชำร่วยและเครื่องประดับ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ไม่ใช่พอร์ชเลน ตามลำดับ
ศูนย์ศึกษาอแปด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2546)	จากการศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม 9 กลุ่ม 8 ตลาด พบว่า อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้ง 8 ตลาด อุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบค่อนข้างสูง แต่ความ ได้เปรียบมีแนวโน้มลดลง อุตสาหกรรมเครื่องหนัง ไทยไม่ค่อยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบมากนักในตลาดขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในทุกตลาด ยกเว้น ตลาด APEC และ จีน อุตสาหกรรมเครื่องประดับ เช่น เครื่องประดับเงิน และ เครื่องประดับที่ไม่ใช่เงิน ประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในทุก ตลาดยกเว้น ตลาด AFTA นอกจากนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของไทยมีแนวโน้มลดลง อุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งในที่นี้เป็นเหล็กรีดร้อน และ เหล็กรีดเย็น ไทยไม่มีความได้เปรียบในสินค้าชนิดนี้ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อพิจารณาภาพรวมของอุตสาหกรรมทั้ง 2 ชนิดจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมทั้งสองมีความสามารถในการแข่งขันเกือบทุก ตลาด