

ผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1. ผลการศึกษาการแยกองค์ประกอบของอัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทย
โดยแบบจำลอง CMS

จากแบบจำลอง CMS พบว่าในช่วงปี 1986 - 1990 การส่งออกของไทยได้รับอิทธิพลมาจากการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดเป็นหลัก ทำให้การส่งออกของไทยสามารถขยายตัวได้เหนือกว่าการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลก (above average) ที่ไปยังตลาดโลก สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น ซึ่งพบได้ว่าเครื่องหมายของผลทางด้านส่วนแบ่งการตลาดเป็นบวก และ ขนาดของผลจากส่วนแบ่งการตลาด(Competitiveness Effect) มีค่ามากกว่าผลจากการขยายตัวของตลาด (Growth Effect) ยกเว้นแต่ตลาดสิงคโปร์เท่านั้นที่ผลทางด้านส่วนแบ่งการตลาดของไทยยังไม่ได้มีส่วนผลักดันการส่งออกมากนักในช่วงนี้

ต่อมาในช่วงปี 1991 - 1995 พบว่าการส่งออกของไทยแม้ว่าผลของส่วนแบ่งการตลาดยังคงมีค่าเป็นบวกและมีการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดอยู่ ซึ่งหมายความว่า การส่งออกของไทยยังคงขยายตัวได้เหนือกว่าการส่งออกเฉลี่ยของโลก (above average) ในตลาดโลก สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์ ยกเว้นแต่เพียงสหภาพยุโรปเท่านั้นที่การส่งออกของไทยขยายตัวได้ต่ำกว่าการส่งออกเฉลี่ยของโลก แต่ผลของส่วนแบ่งการตลาดเริ่มลดลงและมีขนาดน้อยกว่าผลของการขยายตัวของการนำเข้า จึงกล่าวได้ว่าการส่งออกของไทยในช่วงนี้ถูกจุดให้ชะลอลงจากการชะลอลงและการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าที่จะเกิดจากผลของการชะลอลงของการนำเข้า แต่อย่างไรก็ตาม ในช่วงนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าในตลาดสิงคโปร์ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ในช่วงปี 1995 - 1996 ซึ่งเป็นช่วงปีที่การส่งออกของไทยเกิดความชะงักงัน พบว่าปัจจัยที่มีส่วนในการจุดให้เกิดความชะงักงันของการส่งออกได้แก่การลดลงของส่วนแบ่งการตลาด และการหดตัวของการนำเข้าของตลาดโลกและตลาดสำคัญของไทยอย่างกระทันหัน การส่งออกของไทยขยายตัวได้ต่ำกว่าการขยายตัวของการส่งออกของโลก (belowed average)

ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์ จากเครื่องหมายของผลของส่วนแบ่งการตลาดที่เป็นลบ และนอกจากนั้น ผลจากการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดยังมีส่วนในการจุดให้การส่งออกของไทยเกิดความชะงักงันมากกว่าผลทางด้าน การขยายตัวของ การนำเข้าของตลาดสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม ในตลาดสหภาพยุโรปกลับพบว่าเป็นเพียงตลาดเดียวที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีส่วนผลักดันให้เกิดการขยายตัวของ การส่งออกสูงขึ้นจากช่วงก่อนหรือการส่งออกของไทยขยายตัวได้เหนือกว่าการส่งออกเฉลี่ยของโลก (above average)

สำหรับการศึกษาในรายกลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกไปยังตลาดโลกพบว่า กลุ่มสินค้าที่ได้รับการผลักดันจากส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในช่วงปี 1986 - 1990 ได้แก่ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (294.94 %) รองลงมาคือกลุ่มสิ่งทอ (119.72 %) และกลุ่มวัสดุแปรรูป (62.21 %) ตามลำดับ ในปี 1990 - 1995 ได้แก่ กลุ่มสินค้าเกษตร (40.35 %) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าเดียวที่มีผลของส่วนแบ่งการตลาดเป็นบวกและ ในช่วงปี 1995 - 1996 ได้แก่ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (3.80 %) รองลงมาคือกลุ่มสินค้าเกษตร (1.36 %) ซึ่งทั้งสองกลุ่มเป็นเพียงสองกลุ่มที่มีผลของส่วนแบ่งการตลาดเป็นบวก

และในทางกลับกัน กลุ่มสินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดมีส่วนจุดให้เกิดการชะลอตัวของ การส่งออกมากที่สุดในช่วงปี 1986 - 1990 ได้แก่ สินค้าเกษตร (40.89 %) รองลงมาคือ กลุ่มอาหารแปรรูป (50.21 %) ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีผลของส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างสูงแต่ก็ยังน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ ต่อมาในปี 1990 - 1995 กลุ่มสินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดมีส่วนจุดให้เกิดการชะลอตัวของ การส่งออกมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มอาหารแปรรูป (-19.25 %) รองลงมาคือกลุ่มสิ่งทอ (-6.89 %) และ กลุ่มวัสดุแปรรูป (-2.83 %) ตามลำดับ จากนั้น ในช่วงปี 1995 - 1996 ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอ (-25.99 %) รองลงมาคือกลุ่มวัสดุแปรรูป (-15.81 %) และกลุ่มอาหารแปรรูป (-8.69 %) ตามลำดับ

ส่วนผลของการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค(Commodity Composition Effect) แม้จะพบว่าในช่วงปี 1991 - 1995 และ ช่วงปี 1995 - 1996 จะมีการเปลี่ยนเครื่องหมายจากบวกเป็นลบในหลายรายการสินค้า แต่ก็ไม่ได้มีอิทธิพลมากเท่ากับผลจากส่วนแบ่งการตลาด (Competitiveness Effect) และ ผลจากการขยายตัวของตลาด (Growth Effect) แต่อย่างไรก็ตาม

2. ผลการศึกษาปัจจัยกำหนดส่วนแบ่งการตลาดระยะยาวด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติ

ผลจากการศึกษาด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติพบว่าส่วนแบ่งการตลาดของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกลุ่มที่ 1 (ประกอบด้วยคู่แข่งคือ ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และฟิลิปปินส์) ซึ่งพบว่าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงประมาณปี 1994 - 1995 และได้เริ่มลดลงในช่วงปี 1995 - 1996 ได้รับการผลักดันมาจากการเพิ่มขึ้นของคุณภาพสินค้าเป็นหลัก โดยจากการประมาณค่าด้วยวิธี Dummy Variable พบว่ามีค่าความยืดหยุ่นระหว่าง Relative Export Unit Value กับ Relative Market Share เท่ากับ 1.010 รองลงมาคือการเพิ่มขึ้นของความหลากหลายของสินค้าโดยมีค่าความยืดหยุ่นระหว่าง Relative Herfindahl Index กับ Relative Market Share เท่ากับ -0.189 ส่วนการประมาณค่าแบบ Error Component พบผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกันคือ ค่าความยืดหยุ่นระหว่าง Relative Export Unit Value กับ Relative Market Share เท่ากับ 0.921 รองลงมาคือการเพิ่มขึ้นของความหลากหลายของสินค้า โดยมีค่าความยืดหยุ่นระหว่าง Relative Herfindahl Index กับ Relative Market Share เท่ากับ -0.291

ผลการประมาณค่าแบบ Dummy Variable กลุ่มที่ 1 ประเทศคู่แข่งประกอบด้วย ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และ ฟิลิปปินส์ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Prob.
RR	-0.045622	0.035479	-1.285876	0.2044
AC	-0.003742	0.082643	-0.045282	0.9641
EUV	1.010197	0.121613	8.306651	0.0000
VA	-0.189046	0.063221	-2.990242	0.0043
Adjusted R-squared	0.701111			
B-G F-Statistics	0.64	B-G Obs*R-sq	0.57	
White F-Statistics	0.25	White Obs*R-sq	0.24	
Maximum correlation between exogeneous variables	0.58			

ตัวแปรที่มีนัยสำคัญกับส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ Relative Export Unit Value (Positive) และ Relative Herfindahl Index (Negative)

ส่วนผลการคำนวณค่า Intercept ของประเทศคู่แข่งต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

Country	Intercept
HK	-0.067259
India	1.042862
Indonesia	0.246551
Korea	-0.135188
Philippines	1.435428

ผลการศึกษาวิจัยกำหนดส่วนแบ่งการตลาดระยะยาวด้วยวิธีประมาณค่าแบบ Error Component ของกลุ่มประเทศคู่แข่งกลุ่มที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และ ฟิลิปปินส์ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	Coefficient	t - stat	Prob
Constant	0.01223	0.633	0.530
RR	-0.04110	-1.064	0.293
AC	0.09073	1.055	0.297
EUV	0.921	6.820	0.000
VA	-0.219	-3.100	0.003
Adjusted R-Squared	0.627		
B-G	0.97		
White	0.63		
Max Correlation	0.539		

ผลการคำนวณค่าคลาดเคลื่อน (Error component) ของแต่ละประเทศคู่แข่งมีดังต่อไปนี้

Country	Error Components
HK	0.257321
India	1.389735
Indonesia	0.574685
Korea	0.207621
Philippines	1.70889

ในกลุ่มที่ 2 ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบมีลักษณะเพิ่มขึ้นในช่วงแรกจนถึงประมาณปี 1991 - 1992 และได้เริ่มลดลงอย่างต่อเนื่องนับจากนั้น ซึ่งในกลุ่มนี้มีประเทศคู่แข่งคือ จีน มาเลเซีย เม็กซิโก และสิงคโปร์ พบว่าปัจจัยที่มีผลทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาวคือการเพิ่มขึ้นของคุณภาพสินค้า และตัวแปรที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดคือค่าจ้างต่อหน่วยโดยเปรียบเทียบ (Relative Unit Labour Cost)

ผลการประมาณค่าแบบ Dummy Variable กลุ่มที่ 2 ประเทศคู่แข่งประกอบด้วย จีน มาเลเซีย เม็กซิโก และ สิงคโปร์ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Prob.
RR	0.055381	0.138092	0.401047	0.6906
AC	0.030295	0.073154	0.414121	0.6811
EUV	1.058876	0.235543	4.495471	0.0001
VA	0.095590	0.062933	1.518929	0.1371
Adjusted R-squared	0.578209			Using
B-G F-Statistics	0.99	B-G Obs*R-sq	0.99	Newly-West
White F-Statistics	0.00	White Obs*R-sq	0.00	HAC
Maximum correlation between exogeneous variables	0.48			Standard Errors & Covariance

ตัวแปรที่มีนัยสำคัญกับส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ Relative Export Unit Value (Positive) เพียงตัวแปรเดียว แต่ตัวแปรนี้ไม่สามารถอธิบายการลดลงของความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบได้ดีนัก

ในช่วงปี 1992 - 1996 ได้เกิดการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ ซึ่ง Relative Export Unit Value ไม่สามารถอธิบายได้ดีนัก จึงทำการแยกเอาช่วงเวลาดังกล่าวมาประมาณค่าอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งได้ผลดังนี้

ตัวแปร	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Prob.
RR	-0.462872	0.283624	-1.631991	0.1211
AC	-0.207756	0.103538	-2.006569	0.0610
EUV	-0.981634	0.616228	-1.592973	0.1296
VA	0.348290	0.114810	3.033613	0.0075
Adjusted R-squared	0.590376			
B-G F-Statistics	0.22	B-G Obs*R-sq	0.18	
White F-Statistics	0.42	White Obs*R-sq	0.35	
Maximum correlation between exogeneous variables	0.74			

ตัวแปรที่พบว่ามีนัยสำคัญต่อการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ คือ ต้นทุนค่าจ้างแรงงานต่อหน่วยโดยเปรียบเทียบ (Relative Unit Labour Cost) มีนัยสำคัญในทางลบซึ่งตรงกับความคาดหวัง และ Relative Herfindahl Index มีนัยสำคัญทางบวกซึ่งไม่ได้ตรงกับความคาดหวัง อย่างไรก็ตามอาจจะเกิดจากปัญหา Multicollinearity ที่พบ่าเกิดขึ้นในการประมาณค่าครั้งนี้ จึงจะได้แก้ปัญหาโดยการแยกประมาณค่าอีกครั้งที่ละตัวแปรโดยแยกเอาตัวแปรอิสระออกมาประมาณค่าทีละตัวแปร

การประมาณค่าที่มีเพียงตัวแปร Relative Unit Labour Cost เป็นตัวแปรต้น
(Exogeneous Variable) ได้ผลดังนี้

ตัวแปร	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Prob.
AC	-0.284563	0.058014	-4.905056	0.0002
Adjusted R-squared	0.590369			
B-G F-Statistics	0.38	B-G Obs*R-sq	0.27	
White F-Statistics	0.92	White Obs*R-sq	0.90	

ผลที่ได้จากการประมาณค่าคือ Relative Unit labour Cost ยังคงมีนัยสำคัญเป็น
ลบต่อความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบตามที่คาดหวัง

การประมาณค่าที่มีเพียงตัวแปร Relative Herfindahl Index เป็นตัวแปรต้น
(Exogeneous Variable) ได้ผลดังนี้

ตัวแปร	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Prob.
VA	0.366655	0.048562	7.550187	0.0000
Adjusted R-squared	0.777794			
B-G F-Statistics	0.55	B-G Obs*R-sq	0.41	
White F-Statistics	0.51	White Obs*R-sq	0.46	

ผลที่ได้จากการประมาณค่ายังคงพบว่า Relative Herindahl Index ยังคงมีนัย
สำคัญเป็นบวกต่อความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบซึ่งยังคงผิดไปจากความคาดหวัง

การที่ Relative Herfindahl Index มีเครื่องหมายผิดไปจากความคาดหวังเช่นนี้
อาจจะเป็นเพราะความพยายามในการเพิ่มจำนวนความหลากหลายของสินค้าอาจจะยังไม่ได้ผล
ในระยะเวลาอันสั้น เพราะสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ ต้องใช้เวลาระยะยาวพอสมควรในการเป็นที่นิยม
ต่อผู้บริโภค สังเกตได้จากผลการประมาณค่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีระยะเวลามากกว่าเป็นสองเท่า
แล้วจึงจะพบว่า Relative Herindahl Index มีเครื่องหมายตรงกับความคาดหวัง

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 1992 - 1996 แม้ประเทศไทยมีความพยายามมากยิ่งขึ้น ในการสร้างสินค้าใหม่ ๆ ภายใต้ยี่ห้อของไทย สังเกตได้จากการริเริ่มการให้รางวัล Prime Minister Award แก่ผู้ส่งออกที่ใช้ชื่อยี่ห้อของไทย แล้วทำให้ค่า Relative Herfindahl Index มีค่าลดลง (ค่าที่ลดลงหมายถึงความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น)อย่างชัดเจนซึ่งน่าจะทำให้ไทยมีส่วนแบ่ง การตลาดที่เพิ่มมากขึ้น แต่ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยเผชิญหน้ากับปัญหาการเพิ่มขึ้นของ ค่าจ้างแรงงานที่เร็วกว่าประสิทธิภาพแรงงาน ปัญหาด้านค่าจ้างแรงงานนี้มีความรุนแรงค่อนข้าง มากเลยทำให้ผลดีอันเกิดจากการเพิ่มขึ้นของความหลากหลายของสินค้าหายไป

การพบว่าค่าจ้างต่อหน่วยโดยเปรียบเทียบเป็นสาเหตุให้เกิดการลดลงของ ส่วนแบ่งการตลาดของไทยตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาเป็นเพราะว่าสินค้าส่งออกของ ไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นเป็นหลัก และยังเป็นการผลิตเพื่อป้อน ตลาดต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เช่น อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีสัดส่วนการผลิตเพื่อป้อนตลาดต่างประเทศกว่าครึ่งหนึ่งของการกำลังการผลิตทั้งหมด (อารง คุโณปการ , ฐานเศรษฐกิจ , 23 - 25 พฤษภาคม 2540)

อย่างไรก็ตามวิธีการทางเศรษฐกิจไม่สามารถอธิบายสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง ของส่วนแบ่งการตลาดระยะยาวได้ทั้งหมด ตัวแปรหนึ่งที่ไม่ได้นำเข้าสู่การประมาณค่าด้วยวิธีการ เศรษฐมิติคือการกีดกันทางการค้า (Non-Tariff Barriers ; NTBs) และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่สามารถประมาณค่าได้จากสมการเศรษฐกิจ

3.1 การวิเคราะห์เรื่องมาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ทางการค้า

จากปัญหาการขาดดุลงบประมาณ การขาดดุลการค้า และการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอย่างยาวนานของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรปตะวันตก โดยเฉพาะการขาดดุลการค้ากับประเทศญี่ปุ่น ทำให้ประเทศเหล่านี้ได้รับแรงกดดันให้หาทางลดการขาดดุลดังกล่าวลงโดยเร็ว

3.1.1 มาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ทางการค้าในสหรัฐอเมริกา

ภายใต้ข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า (GATT) รอบอุรุกวัย ประเทศไทยมีพันธกรณีหลายด้าน ซึ่งทางด้านการเปิดตลาดเสรีทางการค้า ประเทศไทยจะต้องลดการอุดหนุนภายในสำหรับสินค้าเกษตรซึ่งไม่รวมการประมง จะต้องลดภาษีสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม นอกจากนี้ภายใต้ข้อตกลงดังกล่าว ประเทศคู่ค้าของไทยสามารถใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด การเก็บภาษีตอบโต้การอุดหนุน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการค้าที่เป็นธรรม เป็นการใช้ในกรณีจำเป็นหรือฉุกเฉิน ไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ และ ไม่เป็นการกีดกันการค้าอย่างแอบแฝง

แต่มีมาตรการหลายอย่างที่ประเทศคู่ค้าได้นำมาใช้กับประเทศไทยโดยผลการและไม่สมเหตุสมผล เช่น การเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดโดยไม่ได้มีการสอบสวนก่อน การตั้งมาตรฐานสินค้าที่สูงกว่ามาตรฐานสากล การอ้างเรื่องผลการปราบปรามยาเสพติด ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และสวัสดิภาพแรงงาน มาเป็นเหตุของการห้ามนำเข้าสินค้า

กรณีของประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบอย่างมากในตลาดสหรัฐอเมริกา คือ

3.1.1.1 การห้ามนำเข้ากุ้งไทยตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 1996 ถึง 8 พฤศจิกายน 1996 เนื่องจากถูกกล่าวหาว่าวิธีการจับกุ้งของไทยโดยใช้อวนทำให้เต่าทะเลเสียชีวิต

3.1.1.2 มาตรการตอบโต้ทางการค้าอื่น ๆ ในช่วงต้นทศวรรษ 1990

ข้อพิพาททางการค้าระหว่างไทยกับสหรัฐที่ไทยถูกตอบโต้ทางการค้าในทศวรรษ 1990 มีดังต่อไปนี้

1. ปี 1990 ท่อเหล็กของไทยถูกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti - dumping Duty : AD) และถูกเก็บภาษีตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing Duty - CVD)

2. ปี 1993 อาหารทะเลกระป๋องของไทยไม่ผ่านตรวจสอบด้วยวิธีพิลูจันต์ด้วยกลิ่น (Organoleptic) ทำให้ถูกกักไว้ การส่งออกจึงลดลงกว่า 40 % ในปีดังกล่าว
3. ปี 1993 ผ้าฝ้ายถูกเก็บภาษีตอบโต้การอุดหนุน (CVD)
4. ปี 1993 กลุ่มอนุรักษ์นิยมกีดกันการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศเขตร้อน
5. ปี 1993 ผลิตภัณฑ์เหล็กยังคงถูกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (AD) และภาษีตอบโต้การอุดหนุน (CVD)
6. ปี 1995 สับปะรดกระป๋องถูกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (AD)

3.1.2 มาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ทางการค้าของสหภาพยุโรป

3.1.2.1 ในทศวรรษ 1990 สหภาพยุโรปได้ดำเนินการตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (Generalized System of Preferences - GSP) ในสินค้าเกษตรและสินค้าประมงของไทย ซึ่งถือว่าเป็นมาตรการทางการค้าที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากที่สุดต่อการส่งออกของไทย

3.1.2.2 ความเข้มงวดในกฎระเบียบด้านมาตรฐานสินค้า

แม้ว่าตลาดสหภาพยุโรป ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น และตลาดสิงคโปร์ หรือตลาดแห่งอื่นใดทั่วโลก ต่างก็มีการกำหนดมาตรฐานการนำเข้าสินค้า แต่ตลาดสหภาพยุโรปได้รับการกล่าวขานว่ามีความเข้มงวดมากกว่าตลาดแห่งอื่น ซึ่งกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของสหภาพยุโรปจะระบุเจาะจงลงไปในเรื่องต่าง ๆ มากกว่ากฎเกณฑ์ของประเทศอื่นที่กำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ

นอกจากนั้น กฎระเบียบทางการค้าของสหภาพยุโรปยังมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างบ่อยครั้ง เพราะการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับพัฒนาการการรวมเป็นตลาดเดียวของสหภาพยุโรปนั่นเอง กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของแต่ละประเทศที่เดิมอาจจะมีความแตกต่างกันบ้าง จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นกฎเกณฑ์ที่ใช้ร่วมกันทั้งสหภาพยุโรป

3.1.2.3 มาตรการตอบโต้ทางการค้าอื่น ๆ ในช่วงต้นทศวรรษ 1990

ข้อพิพาททางการค้าระหว่างไทยกับสหภาพยุโรปที่ไทยถูกตอบโต้ทางการค้าในทศวรรษ 1990 มีดังต่อไปนี้

1. ปี 1993 ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ถูกเก็บภาษีเพิ่มเติม (Additional Levy) เมื่อ 1 ตุลาคม 1993 เป็นเงิน 40 ECU ต่อ 100 กิโลกรัม
2. ปี 1993 ผ้าผืนถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD)
3. ปี 1993 กลุ่มอนุรักษ์นิยมทำการต่อต้านการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศเซเชลลอน
4. ปี 1995 ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ไทยจะถูกเก็บภาษีนำเข้า (Normal Levy) และภาษีเพิ่มเติม (Additional Levy) ถ้าราคาต่ำกว่าราคามาตรฐาน (ก่อนการเจรจารอบอุรุกวัย) ต่อมาเปลี่ยนเป็นกำหนดโควต้าทั้งหมด 15,500 ตัน ที่จะไม่เก็บภาษี (หลังการเจรจารอบอุรุกวัย) โดยจัดสรรให้ไทย 5,100 ตัน บราซิล 7,100 ตัน และประเทศอื่น ๆ 3,300 ตัน สำหรับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 1995 จะเสียภาษีในอัตรา 1,504 ECU ต่อตัน และจะปรับลดลงให้เท่ากันในปีที่ 6 เหลือ 1,024 ECU ต่อตัน แต่จะได้กำหนดมาตรการคุ้มครองพิเศษ (Special Safeguard : SSG) ไว้หากราคานำเข้าต่ำกว่าราคาขั้นต่ำ (Trigger price) ก็จะมีการเก็บภาษีเพิ่มเติม (Additional Levy) โดยมาตรการนี้อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ทุกเดือน สถานการณ์ในเดือนตุลาคม 1995 ไทยถูกเก็บภาษีผันแปร 220 ECU ต่อตัน
5. ปี 1995 เครื่องรับโทรทัศน์ ถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD)
6. ปี 1995 ข้อต่อเหล็กชนิดเชื่อมถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD)

3.2 การวิเคราะห์เรื่องการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

ระหว่างปี 1986 ถึงเดือนธันวาคม 1993 การเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยยังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากหาข้อยุติในเรื่องการอุดหนุนสินค้าเกษตรไม่ได้ ระหว่างนั้นประเทศต่าง ๆ ได้หันมาทำความตกลงรวมกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกันเพื่อเสริมสร้างอำนาจต่อรองของกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งของตลาดภายในกลุ่ม ร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศในกลุ่ม แสวงหาความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและเทคโนโลยีภายในกลุ่ม และเพื่อเตรียมตัวสู่การเปิดเสรีทางการค้า การรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ อาทิเช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน(AFTA) ซึ่งเริ่มต้นในเดือนมกราคม 1992 เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) ซึ่งเริ่มต้นในเดือนมกราคม 1994 และ กลุ่มเมอริโคซู (MERCOSUR) ซึ่งเริ่มต้นในเดือนธันวาคม 1994 นอกจากกลุ่มเหล่านี้แล้ว กลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่จัดตั้งก่อนการเจรจารอบอุรุกวัยที่สำคัญคือ ประชาคมยุโรป (European Communities) ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี 1967 และได้ยกฐานะเป็นสหภาพยุโรป (European Union) ระหว่างการประชุมรอบอุรุกวัยในเดือนพฤศจิกายน 1993

สำหรับการรวมกลุ่มที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกไทยคือ การรวมกลุ่มตามข้อตกลงทางการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) และ การรวมเป็นสหภาพยุโรป (EU) และ เขตเศรษฐกิจยุโรป (EEA) ทั้งนี้เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของไทย จะหันไปนำเข้าจากเม็กซิโกซึ่งเป็นสมาชิก NAFTA มากยิ่งขึ้น และ การที่ EU จะหันไปนำเข้าจากสมาชิกในกลุ่ม EU ด้วยกันมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นกฎเกณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งโควต้าการส่งออกของแต่ละประเทศใน EU ก็ยังจะต้องนำมารวมกันเป็นกฎเกณฑ์กลางหรือโควต้ากลาง ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกของไทยประสบปัญหาในการเจาะตลาดมากยิ่งขึ้นเพราะความไม่คุ้นเคยทั้งกับระบบและผู้นำเข้าที่ได้รับโควต้ากลางเหล่านั้น

การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) ส่งผลทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 1995 นับว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบจาก NAFTA ค่อนข้างมาก แต่การรวมกันเป็นสหภาพยุโรปไม่ได้ทำให้การส่งออกของไทยในช่วงทศวรรษ 1990 ได้รับผลกระทบในทางลบมากนักเพราะการรวมกลุ่มดังกล่าวได้มีประวัติการพัฒนามาเป็นเวลานานแล้ว ทำให้ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างคงที่ประมาณ 0.2 %- 0.5 %มาโดยตลอด การออกมาตราการทางการค้าใหม่ ๆ ออกมาเพื่อให้เอื้อต่อการรวมเป็นตลาดเดียว และมีการรวมโควต้าสินค้าส่งออกเป็นโควต้ากลาง ไม่ได้ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลงมากนัก

4. ผลการศึกษาความชะงักงันในการส่งออกของไทยในปี 1996

การส่งออกในปี พ.ศ. 2539 หรือ ค.ศ. 1996 มีอัตราการขยายตัวที่ต่ำมากจนเกือบเป็นศูนย์ ซึ่งผลการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย

4.1 ผลจากมาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ทางการค้าในปี 1996

สินค้าส่งออกสำคัญที่ได้รับผลจากการกีดกันทางการค้า อาทิเช่น กุ้งสด แห่เย็นแช่แข็ง รองเท้าและชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ซึ่งมาตรการที่สำคัญที่เกิดขึ้นคือการที่สหรัฐอเมริกาห้ามนำเข้ากุ้งทะเลของไทยในกรณีคุ้มครองเต่าทะเล นอกจากนี้เป็นการถูกตอบโต้การทุ่มตลาด และการถูกกักไว้ท่าเรือหรือถูกส่งกลับ เพราะสินค้าไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น

4.1.1 มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกา ในปี 1996

1. ถูกมืออย่างถูกกักไว้ที่ท่าเรือสหรัฐอเมริกาเพราะคุณภาพสินค้าไม่ได้เป็นไปตามมาตรฐาน
2. สับปะรดกระป๋องยังคงถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดทำให้ยอดการส่งออกลดลงจาก 7 ล้านหีบในปี 1995 เหลือเพียง 4 ล้านหีบเป็นมูลค่า 36 ล้านบาทในปี 1996 สาเหตุที่ต้องทุ่มตลาดเพราะเกษตรกรหันมาผลิตสับปะรดกันมากขึ้นผลผลิตจึงล้นตลาด (ฐานเศรษฐกิจ , 8 - 11 มิถุนายน 2539)
3. สหรัฐอเมริกาเปลี่ยนกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดของสินค้า (Rules of Origin) ใหม่ตั้งแต่ปี 1994 ทำให้ปลอกหมอนและผ้าปูที่นอนที่ไทยใช้ผ้าฝ้ายจากปากีสถานมาตัดเย็บจะถือว่าเป็นสินค้าของปากีสถานไม่ใช่สินค้าไทย

4.1.2 มาตรการกีดกันทางการค้าของสหภาพยุโรปในปี 1996

1. รองเท้าหนังและรองเท้าราคาแพง ถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) ในอัตรา 50 % ตั้งแต่ 23 กรกฎาคม 1996 ยกเว้นบริษัทที่ให้

ความร่วมมือที่ดีจะเก็บในอัตรา 0 - 32.7 % (ฐานเศรษฐกิจ , 17 - 19 กรกฎาคม 2539 และ ประชาชาติธุรกิจ , 26 - 29 กันยายน 2539)

2. สหภาพยุโรปจัด GSP ใหม่สำหรับกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 1996 เป็นต้นไป ทำให้กึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งต้องเสียภาษีนำเข้าจากเดิม 4.5 - 6% มาเป็น 16 - 18 % (ฐานเศรษฐกิจ , 10 - 12 เมษายน 2539)
3. ข้อต่อเหล็กชนิดเชื่อมยังคงถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) 39.50 - 58.90 % จากอัตราภาษีปกติ 0 % (ฐานเศรษฐกิจ , 17 - 19 กรกฎาคม 2539)
4. สหภาพยุโรปต้องการให้ประเทศไทยตรวจสอบสารไนเตรทในสับปะรด โดยที่ไม่เคยมีการขอให้ตรวจสอบสารนี้มาก่อน ทั้งนี้ผู้ผลิตสับปะรดไทยได้รับผลกระทบมากเพราะมีการใช้ปุ๋ยไนเตรทมาเป็นเวลานาน ผู้ส่งออกต้องพยายามหาห้องปฏิบัติการที่ได้รับรองมาตรฐานจากสหภาพยุโรปเพื่อทำการตรวจสอบอย่างถูกต้องและเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก (ผู้จัดการรายวัน, 21 กุมภาพันธ์ 2539)
5. เครื่องรับโทรทัศน์ยังคงถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดในอัตรา 29.80% จากอัตราปกติ 14 % และจากอัตรา GSP 9.8 % (ฐานเศรษฐกิจ , 17 - 19 กรกฎาคม 2539)

4.2 ผลจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) ในปี 1996

เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือส่งผลกระทบต่อภูมิภาคเอเชียรวมมาถึงประเทศไทย โดยที่เม็กซิโกได้ผลดีจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือมากที่สุด สินค้าที่ไทยได้รับความเสียหาย อาทิเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ กึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผ้าผืน รองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องใช้ในการเดินทาง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และ เครื่องวีดีโอ-อุปกรณ์เครื่องเสียง

แต่ไทยยังสามารถต่อสู้กับเม็กซิโกได้ในสินค้าผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก เสื้อผ้าสำเร็จรูป แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ หม้อแปลงไฟฟ้า และ รถยนต์และชิ้นส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผงวงจรไฟฟ้า และ ผลิตภัณฑ์ยาง ที่ไทยมีการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดเหนือกว่าเม็กซิโกในปี 1996

เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาตั้งจะสังเกตได้จากตั้งแต่ปี 1994 - 1996 ส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาเริ่มลดลงในปี 1995 - 1996

โดยรายสินค้าแล้ว สินค้าที่ได้รับผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือสามารถศึกษาได้โดยการแบ่งสินค้าออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. สินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาในปี 1996 เพิ่มขึ้นจากปี 1995 และส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกาก็เพิ่มขึ้นในช่วงเดียวกัน
2. สินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาในปี 1996 ลดลงจากปี 1995 แต่ส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นในช่วงเดียวกัน
3. สินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาในปี 1996 เพิ่มขึ้นจากปี 1995 แต่ส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกาลดลงในช่วงเดียวกัน
4. สินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาในปี 1996 ลดลงจากปี 1995 และส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกาก็ลดลงในช่วงเดียวกัน

นอกจากนั้นจะได้สังเกตว่าสินค้าใดที่ไทยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกมากกว่าเม็กซิโก ซึ่งหมายความว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดของไทยมากกว่าเม็กซิโก และสินค้าใดเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนสูงที่สุดเป็น 10 อันดับแรกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ตารางดังต่อไปนี้เป็นการเปรียบเทียบผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ โดยพิจารณาเม็กซิโกเป็นประเทศคู่แข่ง

		ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกา	
		เพิ่มขึ้น	ลดลง
ส่วนแบ่งการตลาด ของเม็กซิโกใน สหรัฐอเมริกา	เพิ่มขึ้น	ผลิตภัณฑ์ยาง (A) ผลิตภัณฑ์เหล็ก เสื้อผ้าสำเร็จรูป ♣ แผงวงจรไฟฟ้า (A) ♣ เครื่องปรับอากาศ หม้อแปลงไฟฟ้า รถยนต์และชิ้นส่วน	เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ♣ กึ่งสวดแร่เย็นแร่แข็ง ♣ ผลิตภัณฑ์พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ ♣ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผ้าฝ้าย รองเท้าและชิ้นส่วน ♣ เครื่องใช้ในการเดินทาง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องวีดีโอ-อุปกรณ์เครื่องเสียง
	ลดลง		ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

♣ สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรกของไทย

ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดโลก

(A) อัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทยมากกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของเม็กซิโก

สินค้าในกลุ่มที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงแต่เม็กซิโกมีส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้นเป็นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ค่าเงินเม็กซิโกเหนือมากที่สุดในบรรดาสินค้าเหล่านั้น สินค้าที่สำคัญได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบ กึ่งสวดแร่เย็นและแร่แข็ง อัญมณีและเครื่องประดับ และ รองเท้าและชิ้นส่วน

แต่กระนั้น ประเทศไทยยังสามารถแข่งขันกับเม็กซิโกได้ในหลายรายการสินค้า สินค้าเหล่านั้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก เสื้อผ้าสำเร็จรูป แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องปรับ

อากาศ หม้อแปลงไฟฟ้า และ รถยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งสินค้าที่ไทยยังคงได้เปรียบเม็กซิโก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง และ แผงวงจรไฟฟ้า

เป็นที่น่าสังเกตว่า เสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นและมีแนวโน้มที่จะเสียเปรียบเรื่องค่าจ้างแรงงานนั้นกลับยังพอจะสามารถแข่งขันกับเม็กซิโกได้อยู่ แม้ว่าจะมีอัตราการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยกว่าก็ตาม ส่วนสินค้าที่ไทยและเม็กซิโกต่างไม่ได้รับผลดีจาก NAFTA คือ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

อย่างไรก็ตาม เม็กซิโกก็ไม่ใช่ประเทศคู่แข่งเพียงประเทศเดียวใน NAFTA ดังนั้นจึงจะได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยในสหรัฐอเมริกากับประเทศทุกประเทศใน NAFTA ซึ่งตารางดังต่อไปนี้เป็นการเปรียบเทียบผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือในตลาดสหรัฐอเมริกาโดยพิจารณา NAFTA เป็นประเทศคู่แข่ง

		ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกา	
		เพิ่มขึ้น	ลดลง
ส่วนแบ่งการตลาดของ NAFTA ในสหรัฐอเมริกา	เพิ่มขึ้น	ผลิตภัณฑ์ยาง (A) ผลิตภัณฑ์เหล็ก (A) เสื้อผ้าสำเร็จรูป ♣ แผงวงจรไฟฟ้า ♣ เครื่องปรับอากาศ หม้อแปลงไฟฟ้า รถยนต์และชิ้นส่วน	กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ♣ ผลิตภัณฑ์พลาสติก เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผ้าผืน รองเท้าและชิ้นส่วน ♣ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์
	ลดลง		เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ♣

♣ สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรกของไทย

ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดโลก

(A) อัตราการขยายตัวของการส่งออกของไทยมากกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของ NAFTA

ประเทศไทยได้เปรียบ NAFTA ในผลิตภัณฑ์ยาง และ ผลิตภัณฑ์เหล็ก แต่กลับไม่ได้เปรียบในสินค้าแผงวงจรไฟฟ้า แต่กระนั้นไทยกับ NAFTA ก็สามารถแข่งขันกันได้สินค้าแผงวงจรไฟฟ้า นอกจากนี้ยังพบว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังคงแข่งขันได้กับ NAFTA แม้ว่าจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยกว่าก็ตาม

สิ่งที่น่าสังเกตคือทั้ง NAFTA และ ประเทศไทยต่างก็ไม่ได้เปรียบในสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเนื่องจาก NAFTA ประกอบด้วยประเทศนอกสหรัฐอเมริกาเพียงสองประเทศคือแคนาดา และ เม็กซิโก ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าไทยเสียเปรียบเม็กซิโกในเครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบ แต่ยังคงได้เปรียบแคนาดา แต่ไทยได้เปรียบเม็กซิโกในแผงวงจรไฟฟ้า แต่เสียเปรียบให้กับแคนาดา

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือไม่ได้กระทบเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังได้กระทบต่อประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้งหมดด้วย ตารางดังต่อไปนี้จะเป็นการเปรียบเทียบผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือที่มีต่อการส่งออกของอาเซียนโดยพิจารณาเม็กซิโกเป็นประเทศคู่แข่ง

		ส่วนแบ่งการตลาดของอาเซียนในสหรัฐอเมริกา	
		เพิ่มขึ้น	ลดลง
ส่วนแบ่งการตลาดของเม็กซิโกในสหรัฐอเมริกา	เพิ่มขึ้น	เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ▲ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก แผงวงจรไฟฟ้า (A) ▲	กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ▲ ผลิตภัณฑ์พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ▲ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ▲ ผ้าผืน รองเท้าและชิ้นส่วน ▲ เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ในการเดินทาง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ ▲ เครื่องวิดีโอ-อุปกรณ์เครื่องเสียง ▲ รถยนต์และชิ้นส่วน

	ลดลง		ผลไม้กระป๋องและแปรรูป (A)
--	------	--	---------------------------

♣ สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรกของอาเซียน

ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

(A) อัตราการขยายตัวของการส่งออกของอาเซียนมากกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของเม็กซิโก

รายการสินค้าจำนวนมากที่อาเซียนเสียเปรียบเม็กซิโกอันเนื่องมาจากผลของ NAFTA รายการสินค้าสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นและแช่แข็ง เฟอริไนเจอร์และชิ้นส่วน เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ เครื่องวีดีโอ-อุปกรณ์เครื่องเสียงและส่วนประกอบ

รายการสินค้าที่อาเซียนยังคงสามารถแข่งขันกับเม็กซิโกได้ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก และ แผงวงจรไฟฟ้า ซึ่งมีเพียงแผงวงจรไฟฟ้าเท่านั้นที่อาเซียนได้เปรียบเม็กซิโก ส่วนสินค้าที่ทั้งเม็กซิโกและอาเซียนต่างไม่ได้รับผลดีจาก NAFTA คือ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ตารางต่อไปนี้เป็นเปรียบเทียบผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือที่มีต่อการส่งออกของอาเซียนโดยพิจารณาทุกประเทศใน NAFTA เป็นประเทศคู่แข่ง

		ส่วนแบ่งการตลาดของอาเซียนในสหรัฐอเมริกา	
		เพิ่มขึ้น	ลดลง
ส่วนแบ่งการตลาดของนาฟต้าในสหรัฐอเมริกา	เพิ่มขึ้น	ผลิตภัณฑ์ยาง (A) ผลิตภัณฑ์เหล็ก (A) แผงวงจรไฟฟ้า ♣	กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ♣ ผลิตภัณฑ์พลาสติก เฟอริไนเจอร์และชิ้นส่วน ♣ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ♣ ผ้าผืน
	ลดลง		

			รองเท้าและชิ้นส่วน ♣ เครื่องปรับอากาศ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ ♣ รถยนต์และชิ้นส่วน
	ลดลง	เครื่องคอมพิวเตอร์และ ส่วนประกอบ (A) ♣	

♣ สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรกของอาเซียน

ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

(A) อัตราการขยายตัวของ การส่งออกของอาเซียนมากกว่าอัตราการขยายตัว
ของการส่งออกของนาฟต้า

เมื่อพิจารณา NAFTA เป็นคู่แข่งทุกประเทศแล้วจะพบว่าอาเซียนได้เปรียบ
NAFTA ในเครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และ ผลิตภัณฑ์เหล็ก
โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบที่ส่วนแบ่งการตลาดของ NAFTA
ลดลงในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดของอาเซียนเพิ่มขึ้น

ส่วนรายการสินค้าที่อาเซียนเสียเปรียบ NAFTA ที่สำคัญได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นและ
แช่แข็ง เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และ
ส่วนประกอบ

โดยสรุปแล้ว ไทยและอาเซียนต่างก็ได้รับผลกระทบจากเขตการค้าเสรีอเมริกา
เหนือ (NAFTA) โดยมีเม็กซิโกเป็นประเทศคู่แข่งสำคัญ ซึ่งสินค้าที่ไทยและอาเซียนค่อนข้าง
เสียเปรียบเม็กซิโกและนาฟต้าที่สำคัญคือ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วน
ประกอบ เครื่องวีดีโอ-อุปกรณ์และส่วนประกอบ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และ รองเท้าและ
ชิ้นส่วน แต่สินค้าที่ไทยและอาเซียนยังสามารถแข่งขันได้คือ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เหล็ก
และ แผงวงจรไฟฟ้า นอกจากนี้ ไทยยังคงได้เปรียบเม็กซิโกและนาฟต้าในเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ในขณะที่อาเซียนเสียเปรียบ แต่ไทยกลับเสียเปรียบในเครื่องคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์และส่วนประกอบในขณะที่อาเซียนไม่เสียเปรียบ

4.3 ปัจจัยอื่น ๆ ในปี 1996

ปัจจัยอื่น ๆ ที่ทำให้การส่งออกของไทยเกิดความชะงักงันในปี 1996 คือ การเกิดโรคระบาด ซึ่งการระบาดของโรคตัวแดงดวงขาวทำให้ผลผลิตกุ้งของไทยลดลง 50 - 80 % ในปี 1996 เป็นภัยพิบัติครั้งร้ายแรงที่เกิดขึ้นในปีดังกล่าว ผู้ส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนของไทยยังต้องปิดกิจการอันเกิดจากการลดลงของส่วนแบ่งการตลาด เพราะผู้นำเข้าไม่ยอมซื้อในราคาที่สูงขึ้นทั้ง ๆ ที่ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นมากจากค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น แล้วคู่แข่งยังได้ใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่าง ๆ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของไทย เช่น การขยายระยะเวลาการให้สินเชื่อ และการทุ่มตลาด เป็นต้น

ความชะงักงันของอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การส่งออกของไทยเกิดความชะงักงันในปี 1996 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดลงของอุปสงค์ชิปไมโครคอมพิวเตอร์แบบ DRAM อันเกิดจากความต้องการระบายสินค้าที่เริ่มตกรุ่นออกจากสต็อกให้หมดจึงยังไม่มีการซื้อขายสินค้ารอบใหม่ และการที่สหรัฐอเมริกาขยายพาราในสต็อกความมั่นคงของชาติออกมาขายเพื่อการซื้อขายรอบใหม่เข้ามาแทนในอันที่จะรักษาคุณภาพของยางในสต็อก

นอกจากนั้น มีข้อสันนิษฐานว่าความชะงักงันในการส่งออกของไทยในปี 1996 เกิดขึ้นจากการทุจริตภาษีมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ตัวเลขในปี 1995 ซึ่งเป็นฐานการคำนวณอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกในปี 1996 มีค่าสูงเกินกว่าความเป็นจริง ข้อเท็จจริงปรากฏว่าได้มีการจับกุมผู้กระทำการทุจริตภาษีมูลค่าเพิ่มมาตั้งแต่ปี 1992 แล้วและในปี 1996 ได้มีการกวาดล้างครั้งใหญ่ ในการศึกษานี้ได้พยายามชี้ให้เห็นว่าการทุจริตภาษีมูลค่าเพิ่มอาจจะมีส่วนในการทำให้เกิดความชะงักงันในการส่งออกของไทยโดยการวิเคราะห์ด้วยรูปกราฟเปรียบเทียบระหว่างตัวเลขการส่งออกของไทยที่รายงานโดยฝ่ายไทยกับที่รายงานโดยองค์การสหประชาชาติ แต่ก็ยังไม่สามารถสรุปได้ชัดเจนในประเด็นนี้

5. สรุปผลการศึกษาศึกษาการส่งออกชะลอตัวของไทยในทศวรรษ 1990

ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 การส่งออกของไทยได้รับผลดีจากการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดที่สำคัญรวมทั้งการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดอันได้รับการขับเคลื่อนมาจากคุณภาพสินค้าที่ดีขึ้นและความหลากหลายของสินค้าที่มีมากยิ่งขึ้น แต่เมื่อการพัฒนาการส่งออกเข้าสู่ต้นทศวรรษ 1990 ค่าจ้างแรงงานที่แท้จริงที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพของแรงงาน เป็นผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งลดต่ำลง และได้จุดให้การส่งออกของไทยชะลอตัวลง

ปัจจัยที่มีส่วนก่อให้เกิดการชะลอตัวของการส่งออกของไทยนอกจากที่ได้กล่าวมาแล้วยังมีมาตรการกีดกันทางการค้าและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญอีกด้วย ซึ่งปัญหาเหล่านี้เริ่มมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ภายหลังจากก่อตั้งเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) เมื่อวันที่ 1 มกราคม 1994

ต่อมาในปี 1996 การส่งออกของไทยเปิดความชะงักงันขึ้นเป็นเพราะปัจจัยที่ต่อเนื่องมาจากช่วงต้นทศวรรษ 1990 คือ มาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ทางการค้า การลดลงของอุปสงค์ของแผงวงจรไฟฟ้าและยางพารา และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง NAFTA เป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีประเด็นของการเกิดภัยพิบัติ การโกลูกค้าโดยพ่อค้าไทย การปิดโรงงานเนื่องจากสูญเสียส่วนแบ่งการตลาด รวมไปถึงกลยุทธ์ทางการค้าของคู่แข่ง เป็นปัจจัยที่ประกอบกันเข้าและก่อให้เกิดความชะงักงันในการส่งออกในปี 1996 และนอกจากนั้นอาจจะจะมีประเด็นของการทุจริตภาษีมูลค่าเพิ่มเข้ามาอีกด้วย

6. นโยบายเพื่อการป้องกันการชะลอตัวของการส่งออกของไทย

6.1 การกระจายตลาดไปยังตลาดแห่งใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวรวดเร็ว

ผลกระทบด้านหนึ่งที่มีต่อการขยายตัวของการส่งออกของไทยคือการชะลอตัวของการนำเข้าในประเทศที่เป็นตลาดรองรับสินค้าส่งออกของไทยที่สำคัญ ดังนั้นการกระจายตลาดไปยังตลาดแห่งใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวรวดเร็วจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการป้องกันปัญหาการชะลอตัวของการส่งออก

ความสำเร็จจากการกระจายตลาดไปยังอาเซียน โดยเฉพาะสิงคโปร์นับเป็นก้าวสำคัญของการส่งออกของไทย แต่เมื่อประเทศในกลุ่มอาเซียนต่างก็ประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจก็ทำให้ตลาดแห่งนี้ยังไม่ขยายตัวมากนัก ตลาดแห่งใหม่อื่น ๆ ที่รัฐบาลให้ความสนใจ อาทิเช่น อเมริกาใต้ ยุโรปตะวันออก แอฟริกา และ ตะวันออกกลาง แต่ติดขัดที่ประเทศเหล่านี้บ้างก็อยู่ห่างไกลจากประเทศไทย และบ้างก็ไม่มีอำนาจซื้อที่มากเท่าใดนัก ทำให้ยังคงประสบปัญหาอยู่

แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าระหว่างวิกฤตเศรษฐกิจ ใต้หวันไม่ได้รับผลกระทบมากเท่าใดนักเมื่อเทียบกับไทย เกาหลีใต้ และ อินโดนีเซีย ซึ่งภาพของความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเช่นนี้ ทำให้อาจหวังได้ว่าใต้หวัน และเครือข่ายของชาวจีน คือ ฮองกง สิงคโปร์ และจีนแผ่นดินใหญ่ เป็นตลาดที่ไทยควรจะสามารถสร้างให้เกิดสัดส่วนการส่งออกที่สูงขึ้นได้ทัดเทียมกับสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

แนวทางการส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ควรใช้วิธีการส่งออกผ่านทางฮองกงหรือสิงคโปร์ซึ่งเป็นทางผ่านระหว่างจีนแผ่นดินใหญ่กับประเทศอื่น ๆ และการเข้าไปลงทุนในประเทศจีนเพื่อช่วยให้เกิดการค้าระหว่างไทยและจีนให้มากยิ่งขึ้น การส่งออกสินค้าผ่านประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศจีนนั้นนอกจากจะเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อขั้นสุดท้าย (Final Demand) ของผู้บริโภคในประเทศจีนแล้ว ยังสามารถส่งออกวัตถุดิบหรือสินค้าชั้นกลางเข้าไปได้ด้วยเพราะประเทศจีนมีแนวโน้มที่จะได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งจะทำให้การค้าของประเทศจีนเพิ่มมูลค่ามากยิ่งขึ้นอีกและต้องการสินค้าชั้นกลางและวัตถุดิบเพิ่มขึ้นอีกมาก

อย่างไรก็ตาม การกระจายตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเอกชนที่มีประสบการณ์การค้าและการลงทุนในประเทศใต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ และ จีน มาก่อนแล้ว ดังนั้นจึงจะเป็นการดีหากจะได้มีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารพร้อมทั้งรับฟังข้อเสนอแนะระหว่างภาครัฐและเอกชน และระหว่างภาคเอกชนด้วยกันเองอยู่อย่างสม่ำเสมอโดยการจัดเป็นสมาคมการค้าและการลงทุนในตลาดเครือข่ายชาวจีน (ใต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ และ จีน) ขึ้นมาอย่างเป็นทางการ

ส่วนตลาดแห่งอื่น ๆ เช่น อเมริกาใต้ แอฟริกา และ ยุโรปตะวันออก ประเทศไทยยังไม่ได้มีการติดต่อทางการค้ามากนัก แม้ว่ากระทรวงพาณิชย์จะได้พยายามเร่งประสานความร่วมมือแต่ก็ยังคงอาศัยเวลา แต่ระยะเวลาของการสร้างความร่วมมือนี้สามารถลดลงมา

ได้หากประเทศไทยสามารถใช้โอกาสในการประชุมพบปะของผู้บริหารหรือรัฐมนตรีเศรษฐกิจในระดับโลกหรือระดับระหว่างภูมิภาคเพื่อทำความรู้จักคุ้นเคยและหารือข้อตกลงบางประการเพื่อเป็นการกรุยทางสู่การเจรจาการค้าที่ใหญ่กว่าต่อไป ดังนั้น ภาครัฐบาลของไทยจึงไม่ควรละเลยที่จะใช้โอกาสในการประชุมดังกล่าว

6.2 การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมีส่วนในการช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและช่วยผลักดันให้การส่งออกของประเทศหนึ่ง ๆ มีการขยายตัว ดังนั้นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการขยายตัวของการส่งออกก็คือการส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันสามารถเพิ่มขึ้นได้จากแนวทางต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6.2.1 การเพิ่มคุณภาพสินค้า

จากการพบว่า การเพิ่มขึ้นของคุณภาพสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งมีส่วนผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเพิ่มคุณภาพสินค้าในอุตสาหกรรมที่ได้เปรียบหรือที่สามารถผลิตได้ในปัจจุบันให้ได้มากกว่าของประเทศคู่แข่ง ดังนี้

รายการสินค้า	แนวนโยบายในการพัฒนาคุณภาพสินค้า
1. กลุ่มสินค้าเกษตร	
1.1 กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	ควรระมัดระวังเรื่องสารตกค้างที่ปนเปื้อนมากับอาหารกุ้ง
1.2 ข้าว	หลีกเลี่ยงการผลิตข้าวคุณภาพต่ำเพราะสู้กับเวียดนามไม่ได้
1.3 ยางพารา	การเข้มงวดดูแลตั้งแต่ขั้นตอนการกรีดยาง การนำยางมาทำเป็นแผ่นและรมควัน และการเก็บยางพาราไว้ในโกดังที่แห้งสะอาด จะทำให้ได้ยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพดีกว่า

2. กลุ่มอาหารแปรรูป	
2.1 อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	มาตรฐานโรงงานต้องสะอาดถูกสุขลักษณะอยู่เสมอจึง จะได้รับการรับรองจากผู้ตรวจสอบของสหภาพยุโรปและ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และผู้นำเข้าอื่น ๆ
2.2 ผลไม้กระป๋องแปรรูป	1. ควบคุมความสะอาดของวัตถุดิบที่ไม่มีดินโคลนปนเปื้อน 2. ควบคุมขนาดน้ำหนักของผลไม้ให้ได้มาตรฐาน
3. กลุ่มวัสดุแปรรูป	
3.1 ผลิตภัณฑ์พลาสติก	ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้
3.2 หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด	พัฒนาความรู้ด้านการฆ่าสัตว์ ซ้ำแหละหนัง และการเก็บรักษาหนัง
3.3 ผลิตภัณฑ์ยาง	ตั้งศูนย์ทดสอบคุณภาพความเหนียวและความทนทานของถุงมือยาง และถุงยางอนามัย เพื่อรับรองคุณภาพ
3.4 อัญมณีและเครื่องประดับ	กำหนดมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับ
3.5 ผลิตภัณฑ์เหล็ก	พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต โดยการร่วมมือกับประเทศในยุโรป หรือยุโรปตะวันออก
3.6 เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	พัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนให้มีคุณภาพ เช่น การอบไม้ เป็นต้น
4. กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์	1. ควบคุมความแม่นยำในการประกอบชิ้นส่วนโดยแรงงานคน 2. ควรปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับมาตรฐานสากล 3. พัฒนาสินค้าที่ประหยัดไฟ
5. กลุ่มสิ่งทอ	
5.1 ผ้าฝ้าย	พัฒนาอุตสาหกรรมฟอกย้อมและแต่งสำเร็จ
5.2 เครื่องใช้ในการเดินทาง	พัฒนาความรู้ด้านการฆ่าสัตว์ ซ้ำแหละหนัง และการเก็บรักษาหนัง

5.3 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	<ol style="list-style-type: none"> 1. ฝึกทักษะฝีมือของช่างตัดเย็บ 2. หันเหทิศทางการผลิตสู่ตลาดบน เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น และเสื้อผ้าเนื้อดี เป็นต้น
5.4 รองเท้าและชิ้นส่วน	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการผลิตหนังเทียมคุณภาพดี และการฟอกหนังเพื่อให้ได้หนังแท้คุณภาพดี 2. ลดภาษีขาเข้าวัตถุดิบคุณภาพดี

6.2.2 การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ

จากการพบว่า การเพิ่มขึ้นของความหลากหลายของสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งมีส่วนผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในอุตสาหกรรมที่ได้เปรียบ หรือที่สามารถผลิตได้ในปัจจุบันให้ได้มากกว่าของประเทศคู่แข่ง ดังนี้

รายการสินค้า	แนวนโยบายในการพัฒนาความหลากหลายของสินค้า
1. กลุ่มสินค้าเกษตร	
1.1 กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	ศึกษาปรับปรุงพันธุ์กุ้งให้มีลำตัวขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อที่จะแข่งขันได้กับกุ้งทะเลเหนือที่มีลำตัวขนาดใหญ่กว่ากุ้งของไทย
1.2 ข้าว	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการผลิตข้าวสายพันธุ์ญี่ปุ่น จากเดิมที่ผลิตข้าวหอมมะลิเป็นหลัก 2. พัฒนารูปแบบการบรรจุหีบห่อ และขนาดการบรรจุ
1.3 ยางพารา	เพิ่มการผลิตยางแท่ง จากเดิมที่ผลิตเพียงยางแผ่นรมควัน
1.4 ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	พัฒนาการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในการใช้เป็นสารดูดน้ำ เช่น สารดูดน้ำในผ้าอ้อม ผ้าอนามัย แผ่นดูดซับ ผลทางการแพทย์ หรือสารอุ้มน้ำทางการเกษตร
2. กลุ่มอาหารแปรรูป	
2.1 อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	พัฒนารูปแบบของอาหารทะเลแปรรูปให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น อบแห้ง อบเกลือ ทำเป็นเส้น ทำเป็นอาหารว่าง ฯลฯ

2.2 ผลไม้กระป๋องแปรรูป	เพิ่มการผลิตแปงผลไม้ จากเดิมที่ผลิตเพียงผลไม้อบแห้งและน้ำผลไม้
3. กลุ่มวัสดุแปรรูป	
3.1 ผลิตภัณฑ์พลาสติก	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการผลิตแผ่นพลาสติกเพื่อสร้างฝายและเขื่อนกักน้ำ 2. เพิ่มการขึ้นส่วนพลาสติกทางการแพทย์ 3. เพิ่มการผลิตขึ้นส่วนพลาสติกที่ใช้ในเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 4. เพิ่มการผลิตขึ้นส่วนพลาสติกที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ
3.2 ผลิตภัณฑ์ยาง	เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบถุงยางอนามัย เช่น พื้นผิว สี กลิ่น และสารเคมีในการฆ่าเชื้ออสุจิ และเชื้อโรค
3.3 อัญมณีและเครื่องประดับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมการออกแบบโดยการจัดตั้งสถาบัน และจัดการอบรมสัมมนา 2. อำนวยความสะดวกในการนำเข้าตัวอย่างสินค้า
3.4 ผลิตภัณฑ์เหล็ก	เพิ่มการผลิตแม่พิมพ์เหล็กกล้า
3.5 เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้มะพร้าว ไม้ยางพารา โลหะ หนัง และ พลาสติก 2. สนับสนุนการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งได้ 3. ปรับปรุงรูปแบบการหีบห่อให้กระชับรัดและดึงดูดใจ
4. กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์	
4.1 เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	เพิ่มการผลิตเครื่องปรับอากาศหลายขนาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในระดับครัวเรือน อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า และอุตสาหกรรม

4.2 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	เพิ่มการผลิตฮาร์ดดิสก์ เพิ่มการผลิตเครื่องอ่าน คอมแพคดิสก์
4.3 เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และ ส่วนประกอบ	เพิ่มความหลากหลายของขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาด ใหญ่
4.4 เครื่องวีดิโออุปกรณ์เครื่องเสียง และส่วนประกอบ	เพิ่มการผลิตเครื่องวีดิโอที่ใช้ได้กับเทคโนโลยีที่ทันสมัย
5. กลุ่มสิ่งทอ	
5.1 ผ้าผืน	1. พัฒนาการออกแบบ จัดตั้งสถาบันการออกแบบ ใยผ้า 2. ผลิตนวัตกรรมด้านเคมีอุตสาหกรรม 3. พัฒนาอุตสาหกรรมฟอกย้อมและแต่งสำเร็จ
5.2 เครื่องใช้ในการเดินทาง	พัฒนาการออกแบบ
5.3 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	1. พัฒนาการออกแบบ ติดตามแฟชั่นต่างประเทศ 2. ผลิตนวัตกรรมด้านการออกแบบ
5.4 รองเท้าและชิ้นส่วน	เพิ่มการผลิตรองเท้าแฟชั่น

การเพิ่มความหลากหลายของสินค้านี้ไม่จำเป็นต้องเพิ่มการผลิตในอุตสาหกรรม ที่ไทยไม่ถนัดหรือผลิตไม่ได้ เพราะจะขัดกับหลักการความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่ให้นั้น ขยายความหลากหลายของสินค้าในอุตสาหกรรมที่ไทยมีความถนัดหรือมีความสามารถในการ ผลิตได้อยู่แล้วให้ได้รวดเร็วและมากกว่าประเทศคู่แข่ง

6.3 การป้องกันการลดลงของส่วนแบ่งการตลาด

จากการพิสูจน์แล้วว่าการลดลงของส่วนแบ่งการตลาดมีส่วนจุดให้การส่งออกของ ประเทศหนึ่ง ๆ หดตัวได้ ดังนั้นแนวทางหนึ่งของการป้องกันไม่ให้เกิดการชะลอตัวหรือหดตัวของ การส่งออกของไทยคือการป้องกันการลดลงของส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีแนวทางต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6.3.1 การป้องกันส่วนแบ่งการตลาดลดลงโดยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสามารถกระทำดังต่อไปนี้

1. เพิ่มขบวนการอุตสาหกรรมให้กับสินค้าเกษตรดั้งเดิม เช่น ข้าว ยางพารา น้ำตาล มันสำปะหลัง เป็นต้น
2. ส่งเสริมการใช้ระบบการปรับปรุงการทำงาน เช่น กิจกรรมข้อเสนอแนะ โคเซ็น ฯลฯ
3. พัฒนาแรงงานที่ด้อยคุณภาพให้มีทักษะฝีมือมากยิ่งขึ้น
4. จัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน
5. สนับสนุนให้เอกชนจัดตั้งสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานเฉพาะด้าน
6. ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเข้าร่วมในกิจกรรมการผลิตให้มากยิ่งขึ้น
7. ในระยะยาว อุตสาหกรรมสิ่งทอควรพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานน้อยและใช้ทุนให้มากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมเส้นใยประดิษฐ์ อุตสาหกรรมพอกย้อม เป็นต้น

6.3.2 การป้องกันส่วนแบ่งการตลาดลดลงโดยการจัดการปัญหาด้านมาตรการกีดกัน

ทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า

การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยลดลง และมีส่วนลดให้การส่งออกของไทยชะลอตัวลง ดังนั้นแนวทางหนึ่งในการป้องกันไม่ให้เกิดการส่งออกชะลอตัวลงคือการระมัดระวังไม่ให้เกิดการส่งออกของไทยได้รับผลเสียหายจากมาตรการกีดกันทางการค้า

แนวทางในการจัดการปัญหาด้านมาตรการกีดกันทางการค้ามีดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ และสมาคมผู้ประกอบการเอกชน ควรพยายามติดตามหาข้อมูลข่าวสารด้านมาตรการทางการค้าใหม่ ๆ ที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดออกมาอยู่อย่างสม่ำเสมอ
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์เรื่องมาตรการกีดกันทางการค้าที่เกิดขึ้นแล้วให้กับผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายอื่นเพื่อเรียนรู้อันจะไม่เกิดความผิดพลาดขึ้นเหมือนกับรายก่อน ๆ เช่น ลักษณะการวางระบบบัญชี การทียบห่อ การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น

3. ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนในการเจรจาในกรณีเกิดข้อพิพาททางการค้าต่อไป
4. ควรมีการฟ้องร้องต่อองค์การการค้าโลกในความเป็นธรรมทางการค้าเพื่อที่ประเทศผู้นำเข้าจะได้ไม่กำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าที่ขัดกับข้อตกลงขององค์การการค้าโลกขึ้นมาอีก และควรแสวงหาความร่วมมือในภูมิภาคเพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าหรือการฟ้องร้องทางการค้า
5. ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการกีดกันทางการค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของกระทรวงพาณิชย์โดยปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อผู้ประกอบการที่อยู่ต่างจังหวัดจะได้ตรวจสอบข่าวสารได้อย่างทันท่วงที
6. ควรปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับมาตรฐานสากล