

ชื่อเรื่อง **ความสามารถแข่งขันการส่งออกของสินค้าไทยในตลาดชิลี**
Title **Export Competitiveness of Thai Products in Chile**

ชื่อผู้วิจัย นายไพท์ จงเจริญพิพัฒน์
 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
 E-mail: econ_a3_f@hotmail.com
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์
 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
 E-mail: rungravee_wer@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยในชิลี ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) 2) ศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าไทยในตลาดชิลี ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และ 3) ศึกษาตำแหน่งโอกาสการแข่งขันการส่งออกสินค้าไทยในตลาดชิลี ด้วยแบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) โดยศึกษาสินค้าของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดชิลีสูงสุด 10 อันดับแรก ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2549 ผลจากการวิเคราะห์พบว่าเมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันการส่งออกในช่วงปี 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 ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถแข่งขันการส่งออกของไทยในตลาดชิลี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการส่งออกสินค้ากลุ่มดาวรุ่ง ทั้งด้านการผลิตเพื่อการส่งออกและสู่ทางการค้าในตลาดชิลี สำหรับสินค้ากลุ่มอื่น ควรมีการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในประเทศชิลี เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการ และผู้ส่งออก ในการวางแผนการขยายการส่งออกในตลาดชิลี

คำสำคัญ : ความสามารถแข่งขัน การส่งออก ชิลี

Abstract

The main objective is to analyze the competitiveness of Thai products in Chile Market by using the idea of Revealed Comparative Advantage (RCA) index, the Constant Market Share (CMS) model and Boston Consulting Group (BCG) method. Top 10 Thai products exporting to Chile in year 2002-2006 are mainly focused

Comparing the period of 2002-2003 and 2005-2006, Thai products can be categorized into 4 groups. Firstly, "Rising Star" composes of high value of RCA index and competitiveness products which is

rice. Second group is “Cash Cow”, products that has high RCA index but low competitiveness. Product in this group is preserved fruit. In contrast with the previous group, products in “ Question Marks” group have low RCA index but high competitiveness such as preserved seafood, washing machine, rubber products shoes and plastics. The last group called “ Dogs” is the worst because both RCA index and competitiveness are low. These products are cements vehicles garment and textile.

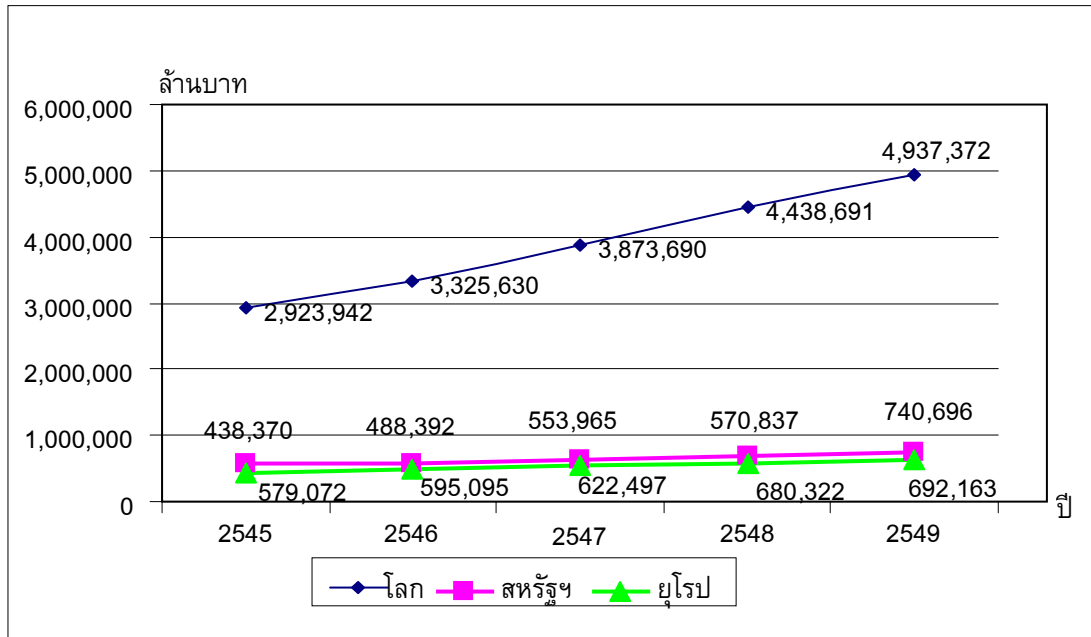
Therefore, to increase competitiveness of Thai product in Chile market, government and private sector should prioritize export product by focusing on the product in rising star group first. While other product groups should be planned and promoted after studying on Chilean customer behavior.

Keywords: competitiveness export Chile

บทนำ

ภาคการส่งออกถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก พิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ในช่วง 5 ที่ผ่านมา (ปี พ.ศ.2545-2549) โดยมีมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 2,923,942 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2545 เป็น 4,937,372 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2549 หรือเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 68.86 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยในช่วงระยะเวลาดังกล่าวพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย ประมาณร้อยละ 15 และร้อยละ 14 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดหลักทั้งสองนี้ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการส่งออกลดลง (ภาพที่ 1) ฉะนั้นเพื่อหาช่องทางตลาดส่งออกใหม่ซึ่งมีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและมีอัตราการเติบโตสูง จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกใหม่ โดยเฉพาะในตลาดอเมริกาใต้ ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2545-2549 และเป็นตลาดใหม่ที่ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนกำลังหาช่องทางส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดนี้ โดยเฉพาะประเทศชิลีซึ่งเป็นประเทศหนึ่งในกลุ่มอเมริกาใต้

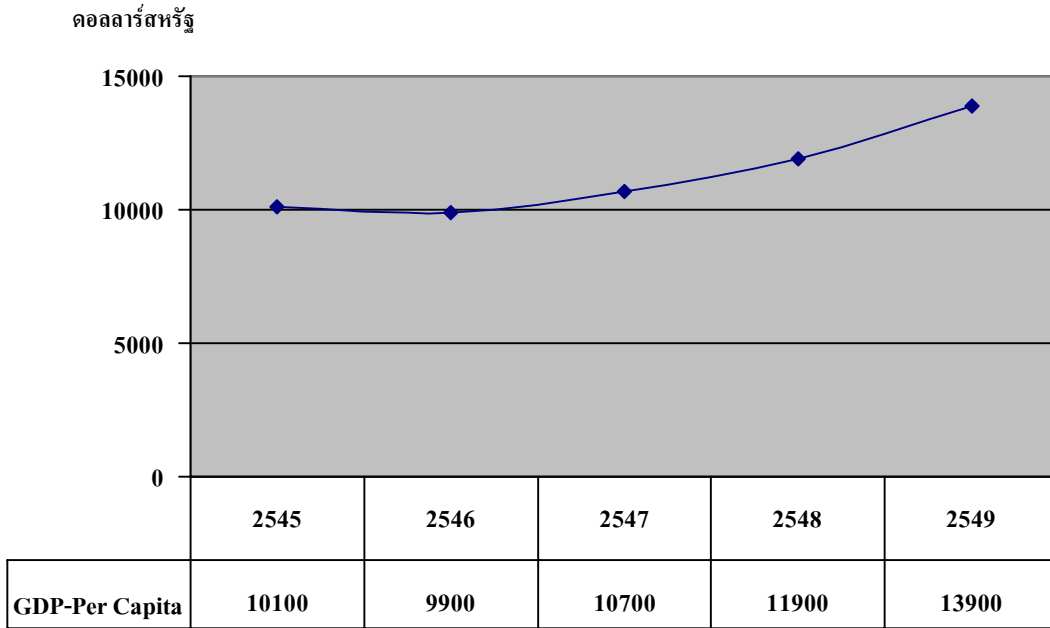
ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกของประเทศไทย



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

ประเทศชิลีเป็นประเทศที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงพิจารณาจากภาพที่ 2 แสดงถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว(GDP per capita) จะเห็นได้ว่า มูลค่าของ GDP per capita เพิ่มขึ้นจาก 10,100 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2545 เป็น 13,900 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.62 นอกจากนี้ประเทศชิลียังเป็นประเทศที่มีความโปร่งใสมาก (มีคอร์รัปชันน้อย) เป็นอันดับที่ 20 ของโลก และเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจเปิด มีความเป็นสากลมากกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอเมริกาใต้

ภาพที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศชิลี



ที่มา: Statistical Yearbook, 2006, Economic Commission for Latin America and the Caribbean

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศชิลีเป็นประเทศที่น่าสนใจศึกษาเพื่อหาตลาดส่งออกใหม่ของประเทศไทย การศึกษาในที่นี้จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง “ ความสามารถแข่งขันการส่งออกสินค้าไทยในตลาดชิลี” โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในตลาดชิลี ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(Revealed Comparative Advantage : RCA) (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการส่งออก ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(Constant Market Share Model : CMS) และ(3) เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งโอกาสการแข่งขันการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในตลาดชิลี ด้วยแนวคิดแบบจำลอง Boston Consulting Group(BCG) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกที่จัดเก็บโดยกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 10 รายการที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดไปยังตลาดชิลี 10 อันดับแรก ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2545 – 2549 ได้แก่ ยานยนต์ ข้าว ซีเมนต์ เครื่องซักผ้า ยาง ผลไม้แปรรูป ประมงแปรรูป เสื้อผ้า และสิ่งทอ รองเท้า และพลาสติก

บททบทวนงานวิจัยและกรอบแนวคิดของการศึกษา

บททบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันการส่งออกที่ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(CMS) ได้แก่ Puttarat Bunditkul(1999) ยะหริรินทร์ มะสกุล(2543) เพ็ญศรี คำเจริญ(2544) ปรีชา โปชนาพงษ์ (2545) สุธิดา แสงโสภณ (2546) เฉลิมพล วันแรก (2549) ชัยยุทธ กระจำง่า (2550) และเอกรัตน์ พึ่งพร (2551) สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันการส่งออกที่ใช้แบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง(2548) ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ(2548) สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์ และสถาบันยุทธศาสตร์การค้า(2548) และรุ่งระวี วีระเวสส์ (2551)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า การศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออก ใช้ดัชนี RCA ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกของไทยใน

ตลาดซิติ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออกด้วยแบบจำลอง CMS และศึกษาตำแหน่งโอกาสการส่งออกสินค้าของไทยในตลาดซิติด้วยแบบจำลอง BCG ดังสูตรต่อไปนี้

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เป็นการศึกษาความสามารถในการส่งออกโดยวิเคราะห์รายการสินค้าที่ทำการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2545-2546 และในช่วงปี 2548-2549 สามารถคำนวณได้จากสูตรข้างล่างนี้

$$RCA_k = \frac{X_k / X}{X_{wk} / X_w}$$

RCA_k	คือ	ค่าดัชนี RCA ของสินค้า k ของประเทศไทยในตลาดซิติ
X_k	คือ	มูลค่าของสินค้า k ที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศซิติ
X	คือ	มูลค่าของสินค้าทุกชนิดที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศซิติ
X_{wk}	คือ	มูลค่าของสินค้า k ที่ทั่วโลกส่งออกไปประเทศซิติ
X_w	คือ	มูลค่าของสินค้าทุกชนิดที่ทั่วโลกส่งออกไปประเทศซิติ
k	คือ	สินค้าที่ศึกษา

ในการตีความค่าของดัชนี RCA ถ้าพบว่าค่าของ RCA ของสินค้า k ในตลาดซิติ มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าเป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดซิติ ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกของสินค้า k

ในทางตรงข้าม ถ้าพบว่าค่าของ RCA ของสินค้า k ในตลาดซิติ มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าเป็นสินค้าที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดซิติ ประเทศไทยไม่มีความสามารถในการส่งออกของสินค้า k

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการส่งออกสินค้าไทยในตลาดซิติ สามารถคำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้

$$V'_k - V_k = r_k V_k + (r_k - r) V_k + (V'_k - V_k - r_k V_k)$$

โดยที่

V_k	คือ	มูลค่าส่งออกสินค้า k ของไทยไปประเทศซิติในช่วงปีแรก
V'_k	คือ	มูลค่าส่งออกสินค้า k ของไทยไปประเทศซิติในช่วงปีหลัง
r	คือ	อัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้ารวมทั้งหมดจากทั่วโลกไปยังประเทศซิติ
r_k	คือ	อัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้า k ของทั่วโลกไปยังประเทศซิติ
ช่วงปีแรก	คือ	ช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2546
ช่วงปีหลัง	คือ	ช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2549

จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดซิติได้ดังนี้

(1) World Trade effect: $r_k v_k$ คือ ผลจากการขยายตัวของตลาดซิติเป็นการแสดงถึงแนวโน้มการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดซิติ ถ้าการส่งออกขยายตัวในอัตราเดียวกันกับการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศซิติ แสดงว่าส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกสินค้าของไทยในตลาดซิติคงที่

(2) Commodity-composition effect: $(r_k - r)v_k$ คือ ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยใช้ความพยายามขยายการส่งออกสินค้าไปในตลาดซิติที่หดตัวหรือลด

การส่งออกไปในตลาดซึลลี่ที่ขยายตัวผลกระทบรวมจะมีค่าเป็นลบ แต่ถ้าประเทศไทยขยายตัวการส่งออกสินค้าไปในตลาดซึลลี่ที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกในตลาดซึลลี่ที่หดตัว ผลกระทบรวมจะมีค่าเป็นบวก

(3.) Competitiveness effect: $(v'_k - v_k - r_k v_k)$ คือ ผลจากความสามารรถในการแข่งขันที่แท้จริง แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริง กับการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอ จะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิม ผลจากความสามารรถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นบวก หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของสินค้ามีค่าเพิ่มขึ้น และถ้าผลจากความสามารรถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นลบ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของสินค้ามีค่าลดลง

แบบจำลอง Boston Consulting Group (BCG) เป็นการศึกษาดำเนินโอกาสการส่งออก โดยการประยุกต์นำค่าดัชนี RCA มาวิเคราะห์ร่วมกับค่า Competitiveness effect $(v'_k - v_k - r_k v_k)$ เพื่อทราบถึงตำแหน่งโอกาสการส่งออกของสินค้าไทยในตลาดซึลลี่ สามารถอธิบายดังภาพที่ 3 ดังนี้

จากภาพที่ 3 แสดงถึงการประยุกต์ใช้แบบจำลอง BCG เพื่อทราบถึงตำแหน่งโอกาสการส่งออก โดยแบ่งพื้นที่ในสี่เหลี่ยมเป็นสี่ส่วน โดยกำหนดให้สเกลในด้านยาวเป็นดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) มีเส้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยดัชนี RCA (Average RCA) เป็นเส้นแบ่ง ซึ่งค่าของ Average RCA คือค่าดัชนีความเปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ยสินค้า K ของประเทศไทยในตลาดซึลลี่ ถ้าสินค้ามีค่าดัชนี RCA เกินกว่าค่าเฉลี่ยถือว่า มีความได้เปรียบที่สูง ส่วนสเกลในด้านกว้างเป็นความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Competitiveness) ที่ได้จากการวิเคราะห์แบบจำลอง CMS มีเส้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขัน (Average Competitiveness) เป็นเส้นแบ่ง ซึ่งค่าของ Average Competitiveness คือความสามารถที่แท้จริงในการส่งออกสินค้า K ของประเทศไทยในตลาดซึลลี่ ถ้าค่าความสามารถที่แท้จริงเกินค่าเฉลี่ยถือว่า มีความสามารถที่แท้จริงสูง ทั้งนี้ จากภาพที่ 3 ทำให้สามารถทราบถึงตำแหน่งโอกาสการส่งออกของสินค้าไทยในตลาดซึลลี่ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

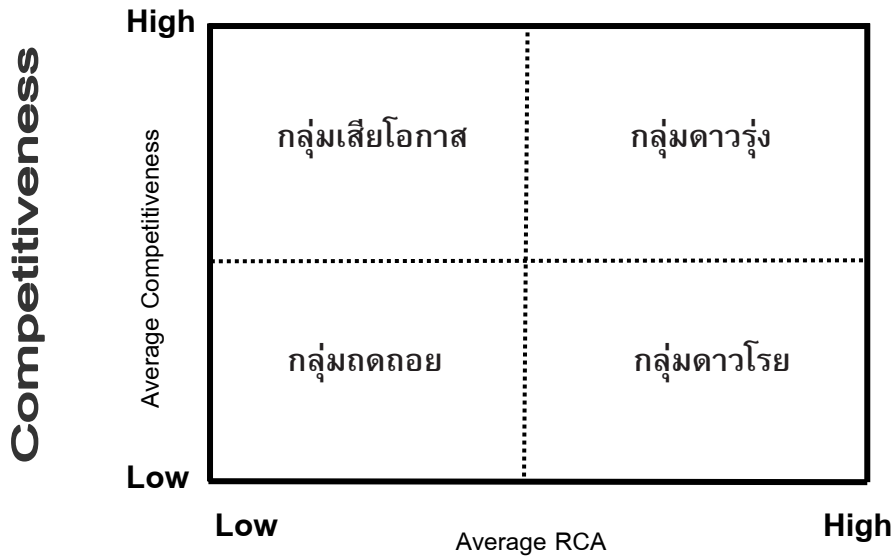
กลุ่มดาวรุ่ง เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงกว่าค่าเฉลี่ย

กลุ่มดาวโรย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าค่าเฉลี่ย แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

กลุ่มเสียโอกาส เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่าค่าเฉลี่ย แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงกว่าค่าเฉลี่ย

กลุ่มถดถอย เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

ภาพที่ 3 ภาพการประยุกต์ใช้ Boston Consulting Group
Revealed Comparative Advantage

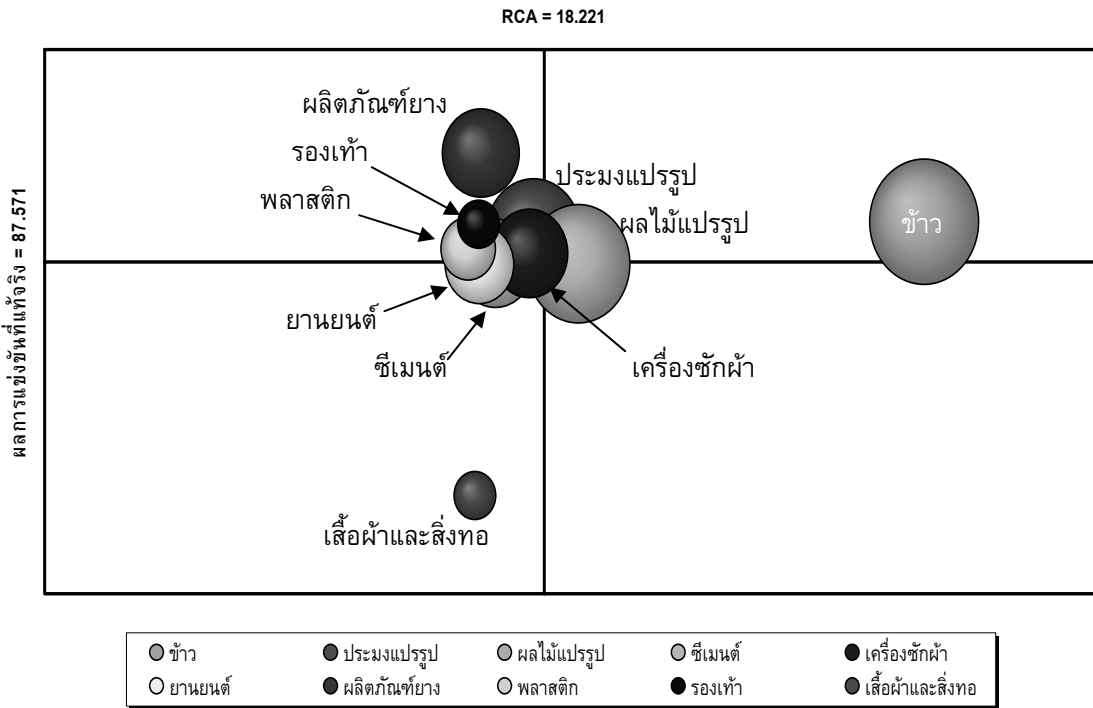


ผลการวิเคราะห์

ผลจากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าของไทยในตลาดชิลี โดยการค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) และค่าความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง CMS นำค่าทั้งสองมาพิจารณาร่วมกันตามแนวคิดของแบบจำลอง BCG ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ดังนี้ (ภาพที่ 4)

1. **กลุ่มดาวรุ่ง** เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ($RCA > 18.221$) และมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงกว่าค่าเฉลี่ย (ผลการแข่งขันที่แท้จริง > 87.57) ได้แก่ ข้าว
2. **กลุ่มดาวโรย** เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ($RCA > 18.221$) แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงต่ำกว่าค่าเฉลี่ย (ผลการแข่งขันที่แท้จริง < 87.57) ได้แก่ ผลไม้แปรรูป
3. **กลุ่มเสียโอกาส** เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ($RCA < 18.221$) แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงกว่าค่าเฉลี่ย (ผลการแข่งขันที่แท้จริง > 87.57) ได้แก่ ประมงแปรรูป เครื่องซักผ้า ผลิตภัณฑ์ยาง รองเท้า และพลาสติก
4. **กลุ่มถดถอย** เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ($RCA < 18.221$) และมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงต่ำกว่าค่าเฉลี่ย (ผลการแข่งขันที่แท้จริง < 87.57) ได้แก่ ซีเมนต์ ยานยนต์ และเสื้อผ้าและสิ่งทอ

ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดชิลี ด้วยการประยุกต์ใช้แบบจำลอง BCG



ที่มา: จากการคำนวณ

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบว่ากลุ่มสินค้าดาวรุ่งของสินค้าไทยในตลาดชิลี คือ ข้าว เนื่องจากมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงในตลาดชิลี ฉะนั้นภาครัฐบาลควรส่งเสริมการส่งออกเพื่อรักษาตำแหน่งการส่งออกข้าวในตลาดชิลี ทั้งนี้ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรมีบทบาทในการรักษาคุณภาพมาตรฐานสินค้าข้าวอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำในระยะยาว รวมถึงควรร่วมมือกันหาช่องทางขยายโอกาสการส่งออกข้าวในตลาดชิลีมากขึ้น

สำหรับสินค้าที่อยู่ในตำแหน่งดาวโรย ได้แก่ ผลไม้แปรรูป เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูง แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงค่อนข้างต่ำในประเทศชิลี ฉะนั้นทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมการลงทุน การให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการตลาดในประเทศชิลี ตลอดจนศึกษาข้อมูลทางเศรษฐกิจ และการตลาด กลุ่มผู้บริโภคในประเทศชิลี เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการส่งออกผลไม้แปรรูปให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

กลุ่มสินค้าที่อยู่ในตำแหน่งเสียโอกาส ได้แก่ ประมงแปรรูป เครื่องซักผ้า ผลิตภัณฑ์ยาง รองเท้า และพลาสติก เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบค่อนข้างต่ำ แต่มีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูง ฉะนั้นทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรเร่งเพิ่มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบให้มากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมการให้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการสนับสนุนการศึกษาวิจัยด้านการจัดการการผลิต และต้นทุนการผลิต เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออก อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของสินค้ากลุ่มนี้

กลุ่มสินค้าที่อยู่ในตำแหน่งถดถอย ได้แก่ ซีเมนต์ ยานยนต์ และเสื้อผ้าและสิ่งทอ เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงค่อนข้างต่ำ ฉะนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกกลุ่มสินค้าเหล่านี้ให้ถูกทิศทาง ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือกันหาตลาดต่างประเทศอื่นที่มีการนำเข้ากลุ่มสินค้าเหล่านี้จากตลาดโลกในอัตราเพิ่มขึ้น เช่น ตลาดแอฟริกาใต้ ตลาดเอเชีย และตลาดโอเชียเนีย โดยศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเศรษฐกิจทั้งภาคการผลิต และภาคการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนกฎระเบียบทางการค้า เพื่อหาช่องทางขยายตลาดสินค้ากลุ่มเหล่านี้

บรรณานุกรม

เฉลิมพล วันแรก. 2549. วิเคราะห์ความสามารถแข่งขันส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

ที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542 – 2547.

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชัยยุทธ กระฉ่างเภา. 2550. การศึกษาการแข่งขันส่งออกของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยใน

ตลาดญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ปรีชา โทนาพงษ์. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของ

ประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญศรี คำเจริญ. 2544. การศึกษาความสามารถในการส่งออกสินค้าของไทยไปญี่ปุ่น.

กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยะหิรินทร์ มะสกุล. 2543. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่ง

ตลาดคงที่:กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องของไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รุ่งระวี วีระเวสส์. 2551. ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกของประเทศสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท

เอเชีย บรอดคราสติ้ง เซอร์วิส(ไทยแลนด์) จำกัด.

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. 2548. โครงการวิจัย เรื่องการสานสัมพันธ์ไทย - แอฟริกา. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และสถาบันยุทธศาสตร์การค้า. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง

เขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับเมอร์โคซัวร์. กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สถาบันวิจัยและพัฒนา. 2548. โครงการวิเคราะห์โอกาสการขยายการค้าของไทยภายใต้เขตการค้าเสรี

BIMSTEC. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุธิดา แสงโสภณ. 2546. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย.

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกรัตน์ พึ่งพร. 2551 ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าหมวดอาหารของไทยใน

ประเทศสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร

มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.