

แนวทางการวิเคราะห์สินค้าไทยเชิงลึก

การวิเคราะห์เพื่อระบุสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันและสินค้าอ่อนไหวของไทยเป็นขั้นตอนที่สำคัญ สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ของความตกลงการค้าเสรี (FTA) ระหว่างไทยกับตุรกี เนื่องจากไทยต้องการที่จะส่งเสริมให้สินค้าที่มีศักยภาพและสนับสนุนให้สินค้าอ่อนไหวที่สามารถที่จะปรับตัวได้เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด ในการศึกษา การพิจารณาศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าทำได้โดยเปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกสินค้า และผลกระทบต่อ การเติบโตของสินค้าเมื่อมีการเปิดการค้าเสรี หลังจากที่ได้ระบุกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพและสินค้าอ่อนไหวแล้ว จะทำการศึกษาค่าห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) ของทั้งสินค้าที่มีศักยภาพและสินค้าอ่อนไหวดังกล่าวเพื่อให้เข้าใจถึงกิจกรรมต่างๆ ในการผลิตสินค้านั้นและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องที่สำคัญ สำหรับการกำหนดท่าทีสำหรับสินค้านั้นต่อไป

ในกระบวนการวิเคราะห์นี้ จะเริ่มจากการวิเคราะห์ในระดับ Harmonized System (HS) code 2 หลัก สำหรับการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันสามารถทำได้โดยใช้ Revealed Comparative Advantage (RCA) และ Trade Specialization Index (TSI) และประมาณผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีด้วยแบบจำลอง Global Trade Analysis Project (GTAP) จากนั้นจึงศึกษาในรายละเอียดเพิ่มเติมในระดับ HS code 4 และ 6 หลัก ด้วย RCA และ TSI เพื่อยืนยันผลการศึกษาอีกครั้ง และเลือกสินค้าที่มีศักยภาพที่สำคัญ 3 รายการ และสินค้าอ่อนไหวที่สำคัญ 3 รายการสำหรับการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) ต่อไป

บทที่ 8 จะแสดงถึงสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันและสินค้าอ่อนไหวในระดับ HS Code 4 และ 6 หลัก เพื่อให้ระบุสินค้าได้ชัดเจนขึ้นจำนวน 6 รายการ โดยต่อเนื่องจากผลการศึกษาในบทที่ 2 และบทที่ 5 และจากนั้นจะอธิบายถึงแนวทางในการศึกษาค่าห่วงโซ่มูลค่าของสินค้านั้น

8.1 ผลการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันและแบบจำลอง GTAP

รายงานฉบับนี้ได้วิเคราะห์ผลกระทบของความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี โดยอาศัยเครื่องมือ 2 แบบ คือ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าไทยและตุรกี โดยใช้ดัชนี RCA และ TSI และ 2) การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง GTAP สำหรับการวิเคราะห์แบบแรกจะเป็นการเปรียบเทียบศักยภาพของสินค้าผ่านความสามารถในการส่งออก และแบบที่สองจะอาศัยแบบจำลองในการวิเคราะห์ผลกระทบเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและรายกลุ่มสินค้า/อุตสาหกรรมที่มีนัยสำคัญ รวมถึงมิติสังคมภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ได้ นอกจากนี้ มูลนิธิ สวค. จะใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ทั้งสองแบบนี้ในการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมใดที่จะได้รับผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจากความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกีด้วย

8.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าไทยและสินค้าตุรกี (RCA/TSI)

จากการศึกษาข้อมูลการค้าระหว่างไทยกับตุรกีในเบื้องต้น พบว่า มูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศยังไม่สูงมากนัก ในด้านการค้าสินค้านั้น อาเซียนและไทยพึ่งพาการค้าจากตุรกีมากกว่าที่ตุรกีพึ่งพาการค้าของอาเซียนและไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกของตุรกีมายังอาเซียนในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของตุรกี ในขณะที่ตุรกีส่งออกมาไทยเพียงร้อยละ 0.12 ของมูลค่าการส่งออกของตุรกี หรือเป็นอันดับที่ 86 ของโลกและอันดับที่ 3 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์และอินโดนีเซีย ในขณะที่มูลค่าการส่งออกของอาเซียนไปตุรกีมีสัดส่วนร้อยละ 2.55 ของมูลค่าการนำเข้าของตุรกี โดยไทยส่งออกไปตุรกี ร้อยละ 0.55 ของการนำเข้าทั้งหมดของตุรกี เป็นอันดับที่ 31 ของโลกและอันดับที่ 2 ของอาเซียนรองจากอินโดนีเซีย ด้วยเหตุนี้ อาจกล่าวได้ว่า การจัดทำความตกลงการค้าเสรีน่าจะเอื้อประโยชน์ต่อฝ่ายไทยในฐานะผู้ส่งออกในการรุกตลาดตุรกีมากกว่า

จากผลการวิเคราะห์ดัชนี RCA และ TSI ของสองประเทศ สามารถสรุปกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพและกลุ่มสินค้าอ่อนไหวของไทย โดย**สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในตลาดตุรกี ซึ่งมูลค่าการค้ามีนัยสำคัญได้ 5 กลุ่ม คือ เคมีภัณฑ์อินทรีย์ (พิกัด 29) พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก (พิกัด 39) ยางและของทำด้วยยาง พิกัด 40) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร และอื่นๆ (พิกัด 84) และ เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ (พิกัด 85)** (ศักยภาพสูงสุดในสินค้าพิกัด 29 84 และ 85) และ **สินค้าที่ไทยอาจมีศักยภาพในตลาดตุรกีโดยมูลค่าการค้ามีนัยสำคัญได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ เส้นใยยาวประดิษฐ์ (พิกัด 54) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า เหมืองแร่และอื่นๆ (พิกัด 71) ยานบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง และส่วนประกอบ (พิกัด 87)** ในทางตรงข้ามสินค้าอ่อนไหวที่มูลค่าการค้ามีนัยสำคัญประกอบด้วย 7 กลุ่ม ได้แก่ **ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือกแดง (พิกัด 08) พรมและสิ่งทอปูพื้นอื่นๆ (พิกัด 57) ผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ (พิกัด 60) เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกาย (พิกัด 61-62) ของทำด้วยสิ่งทอที่จัดทำแล้วอื่นๆ ของเป็นชุด เสื้อผ้าที่ใช้แล้วและอื่นๆ (พิกัด 63) และเฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ โคมไฟ เครื่องหมายหรือแผ่นป้ายที่มีแสงสว่าง และอาคารสำเร็จรูป (พิกัด 94)** (รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 8.1) ซึ่งผลสรุปดังกล่าวต้องนำไปประกอบกับผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง GTAP เพื่อหาข้อสรุปผลกระทบในเชิงบวกและผลกระทบในเชิงลบที่มีต่อไทยจากการเปิดเสรีการค้าระหว่างกัน โดย มุลนิธิ สวค. จะทำการคัดเลือกกลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบอย่างละ 3 กลุ่มเพื่อวิเคราะห์เจาะลึกในเชิงห่วงโซ่มูลค่า

นอกจากนี้ ตามข้อมูลศักยภาพการแข่งขันรายสินค้าของไทยเปรียบเทียบกับตุรกี ในปี พ.ศ. 2556 ยังไม่พบการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade diversion) เนื่องจากในทุกรายการที่ไทยแข่งขันได้ดีนั้น ไทยส่งออกมากกว่านำเข้าจากตุรกี ดังนั้น ประเด็นสำคัญจึงเป็นการขยายมูลค่าการค้าสินค้านี้ระหว่างกันเพื่อเพิ่มสัดส่วนของสินค้าไทยในตลาดตุรกี โดยเฉพาะในรายการที่สัดส่วนการส่งออกจากไทยไปตุรกียิ่งต่ำกว่าที่ไทยส่งออกไปโลก เช่น เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร และอื่นๆ (พิกัด 84) เป็นต้น

ตารางที่ 8.1: สรุปการวิเคราะห์รายกลุ่มสินค้าโดยใช้ดัชนี RCA และ TSI

กลุ่มสินค้า	ไทยขาดดุลกับตุรกี (TSI _{bitat} <0) และสัดส่วนนำเข้าจากตุรกีมากกว่าจากโลก	ไทยขาดดุลกับตุรกี (TSI _{bitat} <0) แต่สัดส่วนการนำเข้าจากตุรกีน้อยกว่าจากโลก	ไทยได้ดุลกับตุรกี (TSI _{bitat} >0) แต่สัดส่วนส่งออกไปตุรกีน้อยกว่าไปโลก	ไทยได้ดุลกับตุรกี (TSI _{bitat} >0) และสัดส่วนส่งออกไปตุรกีมากกว่าไปโลก
ที่ไทยมีศักยภาพในตลาดตุรกีสูงสุด			พิกัด 84 (41 และ 80)	พิกัด 29 และ 85 (10 23 33 35 และ 44)
ที่ไทยมีศักยภาพในตลาดตุรกี			พิกัด 39 และ 40	
ที่ไทยอาจมีศักยภาพในตลาดตุรกี	(17)		พิกัด 54 87 (55 และ 21)	พิกัด 71 (83 03 07 และ 16)
อ่อนไหว	พิกัด 08 61 62 และ 63 (43 และ 93)	(18)	พิกัด 94 (14 68 และ 70)	พิกัด 57 และ 60 (24)

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หมายเหตุ: พิกัดที่อยู่ในวงเล็บเป็นสินค้าที่มูลค่าการค้าไม่มีนัยสำคัญ (มีสัดส่วนการส่งออกและการนำเข้าไม่ถึงร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกและการนำเข้าทั้งหมดของตุรกี ตามลำดับ)

8.1.2 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Global Trade Analysis Project (GTAP)

ในการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง GTAP มุลนิธิ สวค. ได้พิจารณาความเป็นไปได้ของแนวทางการตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกีไว้ 3 กรณีหลัก ประกอบด้วย 1) กรณีที่ความตกลงการค้าไทย-ตุรกี คล้ายกับความตกลงที่ผ่านมาของตุรกีและประเทศอื่นๆ (Most Likely) 2) กรณีไทยและตุรกีเปิดตลาดสินค้าทั้งหมดและลดอุปสรรคทางการค้าบริการลงร้อยละ 20 (Ambitious) และ 3) การเปิดตลาดสินค้าทั้งหมดและลดอุปสรรคทางการค้าบริการลงร้อยละ 40 (Extreme) ซึ่งในกรณีที่ 1 ยังแบ่งย่อยลงไปเป็น 3 กรณีตามความตกลงทางการค้าเสรีที่ตุรกีทำกับอียิปต์ ซิสี และเกาหลีใต้

ผลจากการศึกษาจากทุกกรณีให้ผลกระทบไปในทิศทางเดียวกันและไม่แตกต่างกันมากนัก ในภาพรวมขนาดของเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวประมาณร้อยละ 0.03 ในขณะที่ขนาดของตุรกีแทบจะไม่มี การเปลี่ยนแปลง การส่งออกและนำเข้าของทั้งสองประเทศเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.02-0.04 แต่การนำเข้าของไทยเติบโตเร็วกว่าการส่งออก เป็นผลทำให้ไทยมีการขาดดุลเล็กน้อย ในขณะที่ได้ตุรกีได้เปรียบดุลการค้า ความตกลงทางการค้าส่งผลให้เกิดการจ้างงานของไทยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.03 และมีความเป็นไปได้ขึ้น การจ้างงานในตุรกีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าทำให้ความเป็นอยู่ของตุรกีดีขึ้นน้อยกว่าตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาผลกระทบรายสาขาของเศรษฐกิจไทย สาขาที่ได้ประโยชน์ (ผลผลิตในสาขาเพิ่มขึ้น) จากความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี ได้แก่ สาขาพืชเส้นใย (52-53) ขนสัตว์และไหม (50-51) สิ่งทอ (57-59) และยานยนต์และชิ้นส่วน (87) ในขณะที่สาขาที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ อ้อย (17) น้ำตาล (17) ผลิตภัณฑ์ไม้ (เฟอร์นิเจอร์-94) อุปกรณ์ขนส่ง (86 88 89) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (85) และเครื่องจักรและอุปกรณ์ (84) ผลกระทบรายสาขาของเศรษฐกิจตุรกีแสดงให้เห็นว่า เครื่องแต่งกาย (61-63) และอุปกรณ์ขนส่ง (86 88 89) ได้รับผลกระทบเชิงบวก ในบางกรณีตุรกีได้ประโยชน์สำหรับ

น้ำตาล (17) และผลิตภัณฑ์ไม้ (94) ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ในขณะที่ **สาขาเกษตรกรรม เช่น ข้าวเจ้า (10) และข้าวเจ้าที่สีแล้ว (11) ได้รับผลกระทบเชิงลบ** ดังนั้น ความตกลงทางการค้าระหว่างไทยกับตุรกีจะต้องมีการแลกเปลี่ยนในการเปิดสาขาที่ตนเองมีความเสียเปรียบ หรือไม่นำสาขาเหล่านี้เข้ามารวมเจรจาเลย

8.1.3 อุตสาหกรรมของไทยที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันรายสินค้าระหว่างไทยและตุรกี ทำให้ทราบถึงกลุ่มสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าตุรกี (Potential) และกลุ่มสินค้าไทยที่มีความอ่อนไหวต่อการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างไทยกับตุรกี ในขณะเดียวกันผลการศึกษาจากแบบจำลอง Global Trade Analysis Project (GTAP) ได้แสดงให้เห็นว่ามูลค่าเพิ่มของกลุ่มสินค้าใดเพิ่มขึ้น (Rising) และลดลง (Declining) ดังนั้น เราสามารถผนวกผลการวิเคราะห์ทั้งสองอย่างเข้าด้วยกัน และสามารถกำหนดกลุ่มสินค้าไทยที่ได้ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจากความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี ดังนี้

กลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก คือ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขัน และมีอัตราการขยายตัวเป็นบวก

กลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ คือ กลุ่มสินค้าที่มีความอ่อนไหว และ/หรือสินค้านี้อัตราการขยายตัวเป็นลบ

ซึ่งสามารถสรุปผลการแบ่งกลุ่มสินค้าตามผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบได้ดังนี้

ตารางที่ 8.2: กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบเชิงบวก (สีเขียว) และเชิงลบ (สีแดง) จากความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี

	Declining	Rising
Potential	84 และ 85	39, 40 และ 87
Sensitive	94	08, 57, 60 และ 61-63

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

จากตารางที่ 8.2 กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก (พิกัด 39) ยางและของทำด้วยยาง (พิกัด 40) และยานบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง และส่วนประกอบ (พิกัด 87) ในขณะที่เราคาดว่าจะเกิดผลกระทบเชิงลบในกลุ่มสินค้า ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือกแดง (พิกัด 08) พรหมและสิ่งปูพื้นอื่นๆ (พิกัด 57) ผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ (พิกัด 60) เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกาย (พิกัด 61-62) ของทำด้วยสิ่งทอที่จัดทำแล้วอื่นๆ ของเป็นชุด เสื้อผ้าที่ใช้แล้วและอื่นๆ (พิกัด 63) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร และอื่นๆ (พิกัด 84) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ (พิกัด 85) และเฟอร์นิเจอร์ เครื่องประทีปโคมไฟ เครื่องหมายหรือแผ่นป้ายที่มีแสงสว่าง และอาคารสำเร็จรูป (พิกัด 94) ซึ่งเราจำเป็นต้องทำการศึกษาอุตสาหกรรมที่ผลิตกลุ่มสินค้าเหล่านี้ในเชิงลึกเพื่อกำหนดกลยุทธ์

ในการเจรจาเพื่อสร้างโอกาสให้กับกลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบเชิงบวกและช่วยให้กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบเชิงลบปรับตัวให้มากที่สุด

โดยในรอบแรกได้คัดเลือกอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบอย่างละ 3 สาขา ดังนี้

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก:

- สาขายานยนต์ (พิกัด 87)
- สาขาพลาสติก (พิกัด 39)
- สาขายางและผลิตภัณฑ์ยาง (พิกัด 40)

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ

- สาขาเฟอร์นิเจอร์ (พิกัด 94)
- สาขาเครื่องแต่งกาย (พิกัด 61-63)
- สาขาอิเล็กทรอนิกส์ (พิกัด 85)

ในการคัดเลือกอุตสาหกรรมข้างต้น มูลนิธิ สวค. คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าด้วย ดังนั้น จึงได้มีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่รวมเอาพิกัด 61-63 เข้าด้วยกันโดยรวมเป็นสาขาเครื่องแต่งกาย และดึงเอาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ออกมาจากพิกัด 85 ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าในกลุ่มนี้มากเกินไป เพื่อให้สามารถศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของสาขานี้ได้ชัดเจนมากขึ้น

ในส่วนต่อไป จะเป็นการวิเคราะห์ RCA และ TSI ในระดับ HS code 4 และ 6 หลัก เพื่อยืนยันผลการคัดเลือกข้างต้น แนวความคิดเรื่องห่วงโซ่มูลค่า เพื่อทำการศึกษาสถานะของอุตสาหกรรมไทยในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการผลิตโลก (Production network) ว่าไทยอยู่ตำแหน่งใดและมีหน้าที่อะไร ไทยมีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร และสามารถที่พัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้นได้อีกหรือไม่และอย่างไร โดยจะเปรียบกับตำแหน่งของตุรกีในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อที่จะกำหนดแนวทางในการเจรจาได้ต่อไป

8.2 ผลการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันในระดับ HS Code 4 และ 6 หลัก

การวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันของสินค้าในระดับ HS code 4 หลัก และ 6 หลัก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ในระดับประเภท (Heading) และประเภทย่อย (Sub-heading) ตามลำดับซึ่งจะทำให้สามารถระบุสินค้าที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกและเชิงลบชัดเจนมากยิ่งขึ้น ขั้นตอนการวิเคราะห์เหมือนกับการวิเคราะห์ในระดับ HS code 2 หลักเพียงแต่เปลี่ยนมาใช้ข้อมูลในระดับ HS code 4 และ 6 หลัก และครอบคลุมเฉพาะอุตสาหกรรมที่ได้รับเลือกแล้วจาก หัวข้อ 8.1 เท่านั้นและได้การปรับเปลี่ยนเกณฑ์ตัดสินว่าสินค้ารายการใดมีความสำคัญต่อตุรกี¹ นอกจากนี้ จะแสดงผลเฉพาะในส่วนของกลุ่มที่ 1 2 และ 3 ที่ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ และกลุ่ม 9 ที่เป็นสินค้าอ่อนไหว² เท่านั้น

ผลการศึกษาในระดับ HS code 4 หลัก แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพอย่างมีนัยสำคัญ (รายละเอียดในภาคผนวก ข) ได้แก่

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก

- กลุ่มที่ 1:
 - โพลีเมอร์ของโพรพิลีนหรือของโอลีฟินอื่นๆ ในลักษณะขั้นปฐม (3902)
 - โพลีเมอร์ของเอทิลีนในลักษณะขั้นปฐม (พิกัด 3901)
 - โพลีเอซีทิล โพลีอีเทอร์อื่นๆ และอีพอกไซด์เรซิน ในลักษณะขั้นปฐม โพลีคาร์บอเนต แอลคิลเรซิน โพลีแอลลิลเอสเทอร์ และโพลีเอสเทอร์อื่นๆ ในลักษณะขั้นปฐม (พิกัด 3907)
 - ส่วนประกอบที่เหมาะสมสำหรับใช้เฉพาะหรือส่วนใหญ่ใช้กับของวิทยุสื่อสาร กล้อง วีดีโอ มอนิเตอร์ และเครื่องรับโทรทัศน์ (พิกัด 8529)
- กลุ่มที่ 2:
 - ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ในกลุ่มรถแทรกเตอร์ รถโดยสารส่วนบุคคลขนาดใหญ่ รถยนต์ส่วนบุคคล และรถบรรทุก (พิกัด 8708)
- กลุ่มที่ 3:
 - ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (พิกัด 4011)
 - ยานยนต์สำหรับขนส่งของ (พิกัด 8704)

¹ ในการวิเคราะห์ระดับ HS code 2 หลัก มีหลักเกณฑ์ว่าสินค้ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของตุรกีต่อเมื่อมีส่วนการส่งออกหรือนำเข้าต่อการส่งออกหรือนำเข้าทั้งหมดของตุรกีตั้งแต่ร้อยละ 1 ขึ้นไป ในระดับ HS code 4 และ 6 หลักได้ปรับลดสัดส่วนการส่งออก และนำเข้าเป็นร้อยละ 0.6 และ 0.4 ตามลำดับ เนื่องจากเมื่อพิจารณาสินค้าในระดับที่ละเอียดขึ้นทำให้รายการสินค้าที่ผ่านเกณฑ์ได้ยากขึ้น

² การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันจะแบ่งสินค้าออกเป็น 9 กลุ่มตามบทที่ 2 โดยกลุ่มที่ 1 2 และ 3 จะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขัน โดยกลุ่มที่ 1 จะมีศักยภาพในการแข่งขันสูงสุด ในขณะที่กลุ่มที่ 9 จะเป็นกลุ่มสินค้าอ่อนไหว

อุตสาหกรรมที่ได้ผลกระทบเชิงลบ

- กลุ่มที่ 9:
 - เจอร์ซี พูลโอเวอร์ เสื้อชนิดคาร์ดิแกน เสื้อกั๊ก และเสื้อที่คล้ายกัน ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ (พิกัด 6110)
 - ถูร่องกางเกง เสื้อกางเกงยัดแนบเนื้อ ถูร่อง และถูเท้าชนิดต่าง (พิกัด 6115)
 - สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ กางเกงขายาว ชุดหมี่ที่มีเอี๊ยมและสายโยง กางเกงขาสวมส่วน และกางเกงขาสั้น (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของบุรุษ สตรี เด็กชาย และเด็กหญิง (พิกัด 6203-6204)
 - ผ้าที่ใช้กับเตียง โต๊ะ ห้องน้ำ และห้องครัว (พิกัด 6302)
 - ลวดและเคเบิล รวมถึงเคเบิลรวมแกนที่หุ้มฉนวน รวมถึงชนิดเคลือบหรือชนิดแอโนไดส์และตัวนำไฟฟ้าอื่นๆ ที่หุ้มฉนวนจะติดกับขั้วต่อหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งเคเบิลใยนำแสงอปติคัลไฟเบอร์เคเบิลที่สร้างขึ้นจากกลุ่มเส้นใยที่หุ้มปลอกแต่ละเส้นจะประกอบกับตัวนำไฟฟ้าหรือติดกับขั้วต่อหรือไม่ก็ตาม (พิกัด 8544)
 - ที่นั่ง (นอกจากของตามประเภท 94.02) จะปรับเป็นเตียงได้หรือไม่ก็ตาม และส่วนประกอบของของดังกล่าว (พิกัด 9401)
 - เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ และส่วนประกอบของเฟอร์นิเจอร์ (พิกัด 9403)

ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมที่ได้รับคัดเลือกจากการวิเคราะห์ RCA และ TSI ในระดับ HS code 6 หลักมีความคล้ายคลึงกัน (รายละเอียดในภาคผนวก ข) และสามารถแบ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบดังนี้

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก

- กลุ่มที่ 1:
 - โพลีเอทิลีนที่มีความถ่วงจำเพาะน้อยกว่า 0.94 (พิกัด 390110)
 - โพลีเอทิลีนที่มีความถ่วงจำเพาะตั้งแต่ 0.94 ขึ้นไป (พิกัด 390120)
 - โพลีโพรพิลีน (พิกัด 390210)
 - โพรพิลีนโคโพลิเมอร์ (พิกัด 390230)
- กลุ่มที่ 2: ไม่มี
- กลุ่มที่ 3:
 - ยางนอกอัดลมชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง รถบัสหรือรถบรรทุก (พิกัด 401110 และ 401120)
 - ยานยนต์สำหรับขนส่งของขนาดน้ำหนักรวมน้ำหนักบรรทุกไม่เกิน 5 ตัน (พิกัด 870421)
 - เช็มขัดนิรภัย (พิกัด 870821)
 - ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ (พิกัด 870899)

อุตสาหกรรมที่ได้ผลกระทบเชิงลบ

- กลุ่มที่ 9:
 - ถู่งน่องกางเกง เสื้อกางเกงยืดแนบเนื้อ ถู่งน่อง และถู่งเท้าชนิดต่างทำด้วยขนแกะ หรือขนสัตว์ละเอียด (พิกัด 611594)
 - ถู่งน่องกางเกง เสื้อกางเกงยืดแนบเนื้อ ถู่งน่อง และถู่งเท้าชนิดต่างทำด้วยฝ้าย (พิกัด 611595)
 - สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ กางเกงขายาว ชุดหมี่ที่มีเอี๊ยมและสายโยง กางเกงขาสวมส่วน และกางเกงขาสั้น (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของบุรุษ และเด็กชายทำด้วยฝ้าย (พิกัด 620342)
 - เคเบิลชนิดที่ใช้สำหรับโทรคมนาคม สำหรับใช้กับแรงดันไฟฟ้า ไม่เกิน 80 โวลต์ (พิกัด 854449)
 - ยานยนต์สำหรับยานยนต์สำหรับขนส่งบุคคลตั้งแต่สิบคนขึ้นไป (รวมถึงคนขับ) เครื่องดีเซลหรือกึ่งดีเซล (พิกัด 870210)
 - รถยนต์และยานยนต์อื่นๆ ที่ออกแบบสำหรับขนส่งบุคคลเป็นหลัก นอกจากของตามประเภท รวมถึงสเตชันแวกอนและรถแข่งขนาด 1,000-1,500 cc (พิกัด 870322)
 - รถยนต์และยานยนต์อื่นๆ ที่ออกแบบสำหรับขนส่งบุคคลเป็นหลัก นอกจากของตามประเภท รวมถึงสเตชันแวกอนและรถแข่งขนาด 1,500-3,000 cc (พิกัด 870323)
 - ยานยนต์อื่นที่มีเครื่องยนต์ดีเซลหรือกึ่งดีเซลขนาดไม่เกิน 1,500 cc (พิกัด 870331)
 - ที่นั่งที่มีโครงไม่มีเบาะ (พิกัด 940161)
 - เฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยไม้ประเภทต่างๆ (ในสำนักงาน ในครัว ในห้องนอน และอื่นๆ) (พิกัด 940330-940360)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์ใน 3 ระดับ (ที่ HS code 2 4 และ 6 หลัก) ประกอบกัน ทำให้สามารถระบุอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบชัดเจนขึ้นดังนี้

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก

- อุตสาหกรรมยางรถยนต์
- อุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นต้นสายโพลีฟินส์
- อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ

- อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยไม้
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ทำด้วยฝ้าย
- อุตสาหกรรมเคเบิลชนิดที่ใช้สำหรับโทรคมนาคม

จากนั้นจะใช้กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่ามาใช้กับอุตสาหกรรมเหล่านี้ เพื่อให้เข้าใจถึงอุตสาหกรรมเหล่านี้ในบริบทของโลกาภิวัตน์ได้ดียิ่งขึ้น

8.3 กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์หลักของการดำเนินธุรกิจ คือ การแสวงหากำไรให้ได้มากที่สุด (Profit maximization) ซึ่งไม่เคยเปลี่ยนแปลงทุกยุคสมัย การค้าระหว่างประเทศจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขยายผลกำไรได้อย่างต่อเนื่องโดยบริษัทสามารถระบายสินค้าไปยังตลาดใหม่ๆ และนำเข้าสินค้าที่ไม่มีในประเทศของตนเอง นอกจากนี้ บริษัทยังต้องการลดต้นทุนการผลิต การขนส่ง และการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าของตนได้ดียิ่งขึ้น ทำให้บริษัทมีความสนใจที่จะลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของตน โดยเฉพาะตลาดที่มีปัจจัยการผลิตที่ถูกลง และได้รับนโยบายสนับสนุนการลงทุนที่น่าสนใจจากประเทศนั้น กอปรกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสามารถในการบริหารจัดการจึงทำให้บริษัทสามารถจัดตั้งเครือข่ายในการผลิต (Production network) ได้ ดังนั้น การเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า ด้านการค้า และการลงทุนจะทำให้เครือข่ายเหล่านี้จัดตั้งได้ง่ายขึ้น และขยายตัวได้เร็วขึ้น

กรอบแนวความคิดเรื่องห่วงโซ่มูลค่าได้ถูกนำมาศึกษาปรากฏการณ์นี้เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรมต่างๆ ของการผลิต ซึ่งในแต่ละกิจกรรมจะอาศัยความสามารถที่แตกต่างกันและสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้ต่างกัน โดยบริษัทที่ทำหน้าที่ควบคุม และบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าเรียกว่า บริษัทผู้นำ (Lead firm) ในขณะที่ บริษัทอื่นๆ ที่อยู่กิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่มูลค่าที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทผู้นำจะเรียกว่า บริษัทผู้ตาม (Followers) โดยกิจกรรมที่เป็นหัวใจของอุตสาหกรรม จะเป็นส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และถูกควบคุมโดยบริษัทผู้นำเป็นหลัก ในขณะที่กิจกรรมที่สำคัญรองลงมาสามารถที่จะถ่ายโอนให้บริษัทที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและมีมาตรฐานที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ห่วงโซ่มูลค่าจะสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในประเทศเดียวกัน หรือเชื่อมโยงกันหลายๆ ประเทศก็ได้ตามแนวนโยบายของบริษัทเพื่อให้ได้ผลตอบแทนตามที่ตั้งเป้าไว้

โดยทั่วไปการผลิตสินค้าใดๆ จะประกอบด้วยกิจกรรมหลักดังนี้

1. การทำวิจัยและการออกแบบ
2. การผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบ
3. การประกอบสินค้า
4. การกระจายสินค้า
5. การขายและการตลาด
6. การบริการหลังการขาย

กิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง คือ การวิจัยและการออกแบบ และการขายและการตลาด ในขณะที่การประกอบสินค้าเป็นส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากค่าตอบแทนของบุคคลที่ทำหน้าที่ในกิจกรรมนั้นๆ หรืออำนาจการต่อรองระหว่างบริษัท ลักษณะของความสัมพันธ์ของบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าสามารถแบ่งเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. **Arm's Length Market Relation** เป็นระดับความสัมพันธ์ที่ห่างที่สุด สินค้าที่ซื้อขายกันมักเป็นสินค้าที่ซื้อขายกันโดยทั่วไป สามารถเปลี่ยนคู่ค้ากันได้ง่าย ถ้าหากคุณภาพสินค้าและต้นทุนเป็นที่พอใจมากกว่า ดังนั้น ความสัมพันธ์แบบนี้มีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า (Switching cost) ต่ำที่สุด และไม่มีความสัมพันธ์ในลักษณะของผู้นำ และผู้ตาม
2. **Network** เป็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้นำ และบริษัทอื่นๆ แบบพึ่งพาอาศัยกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างใกล้ชิด และแต่ละบริษัทมีความถนัดในกิจกรรมต่างๆ ของห่วงโซ่มูลค่าที่แตกต่างกัน จึงทำงานร่วมกัน ซึ่งลักษณะของ Network สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบคือ Modular network และ Innovation network ในแบบที่ 1 จะเป็นลักษณะของบริษัทที่มีความสามารถที่จะผลิตส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดที่ไม่มีบริษัทอื่นสามารถทำได้ บริษัทผู้นำจึงเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ต้องการโดยเฉพาะและให้บริษัทนั้นออกแบบ วางแผน และดำเนินการผลิตให้ได้สินค้าตามต้องการภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ในแบบที่ 2 บริษัทจะมีความสามารถสูงมาก และสามารถร่วมกับบริษัทผู้นำในการคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ได้ ดังนั้นความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะมีความใกล้ชิด มีความเท่าเทียมกัน และมีลักษณะของการพึ่งพาซึ่งกันและกันค่อนข้างสูง ดังนั้นจะมีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าสูงที่สุด
3. **Quasi Hierarchy** เป็นความสัมพันธ์ที่สะท้อนความแตกต่างของบริษัทผู้นำและผู้ตามอย่างชัดเจน บริษัทผู้นำและผู้ตามมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด แต่มีความเหลื่อมล้ำกัน โดยบริษัทผู้นำจะเป็นผู้ควบคุมห่วงโซ่มูลค่าอย่างชัดเจน และมีความสามารถในกิจกรรมต่างๆ สูงกว่า โดยทั่วไปบริษัทผู้นำจะกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ต้องการอย่างชัดเจนพร้อมแบบอย่างละเอียด และติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ต้นทุนและการส่งมอบตรงเวลาตามที่ต้องการ ความสัมพันธ์แบบนี้มีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าปานกลาง เพราะบริษัทผู้นำมักจะมีบริษัทผู้ตามในกิจกรรมเดียวกันมากกว่า 1 แห่ง
4. **Hierarchy** เป็นความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดมากที่สุด โดยที่มีบริษัทผู้นำเป็นเจ้าของบริษัทอื่นๆ โดยตรง เช่น ในกรณีของบริษัทแม่ไปตั้งบริษัทลูกในต่างประเทศ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต ความสัมพันธ์แบบนี้บริษัทผู้นำ และบริษัทผู้ตามอยู่ในห่วงโซ่มูลค่าเดียวกันอย่างแท้จริง และบริษัทผู้นำจะมีอำนาจควบคุมบริษัทผู้ตามอย่างแท้จริง

การศึกษาเรื่องห่วงโซ่มูลค่ายังช่วยเสนอแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นโดยอาศัยกลยุทธ์ 4 แบบตามที่ได้แสดงในบทที่ 1 ดังนี้

1. **การปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต (Process upgrading)** เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตในแต่ละช่วงของการผลิตทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งระหว่างช่วงการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง และ/หรือ ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น

2. **การยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานสินค้า (Product upgrading)** เป็นการทำให้คุณภาพและมาตรฐานสินค้าสูงขึ้น หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านราคา หรือระบบการจัดการให้สามารถสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่ง รวมทั้งการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า (Differentiation) เหนือคู่แข่ง
3. **การยกระดับการพัฒนาในห่วงโซ่มูลค่า (Function upgrading)** เป็นการเพิ่มมูลค่าการผลิตในห่วงโซ่มูลค่า โดยการเพิ่มศักยภาพ/ผสมกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่มูลค่าให้มีการสอดประสานกันมากขึ้น ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาใน 2 แนวทางคือ การพัฒนาไปทางปลายของห่วงโซ่มูลค่า โดยเน้นด้านการตลาด หรือการพัฒนาไปทางต้นทางของห่วงโซ่มูลค่า โดยเน้นการวิจัยและพัฒนา
4. **การยกระดับห่วงโซ่มูลค่า (Chain upgrading)** เป็นการเปลี่ยนตำแหน่งการผลิตสินค้าไปสู่ตำแหน่งใหม่สินค้าใหม่ ประเภทใหม่ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างไปจากสินค้ากลุ่มเดิมที่เคยทำการผลิต

แนวทางดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตุรกี และลดผลกระทบเชิงลบต่อสินค้าอ่อนไหว เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวได้ ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการกำหนดท่าทีการเจรจาของไทยสำหรับความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยและตุรกี