

## บทที่ 5

### ผลการศึกษา

การศึกษาในบทนี้เป็นผลการศึกษาโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถแบ่งผลการศึกษาออกได้ทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage: RCA) ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) และส่วนสุดท้ายเป็นการพิจารณาร่วมกันโดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและค่าส่วนแบ่งการตลาด โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ซึ่งเรียงตามหัวข้อที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 5.1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

ประเทศสวีเดนและเดนมาร์กมีการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศต่างๆทั่วโลก สูงถึง 16,199 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2553 ผลการวิเคราะห์ค่า RCA พบว่าประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด คือประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีค่า RCA มากที่สุด เท่ากับ 10.8635 แสดงว่าเวียดนามมีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด ซึ่งประเทศเวียดนามมีค่า RCA ที่เพิ่มสูงมากขึ้นทีละน้อย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2547 และลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ.2548-2550 แต่ค่า RCA ที่ได้ก็ยังไม่ต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศเวียดนามไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกแต่ค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นทีละน้อยในแต่ละปี ก็แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีมากขึ้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2551-2553 ค่า RCA ก็กลับมามีค่าเพิ่มสูงขึ้นมาก จาก 1.8385 ในปีพ.ศ. 2551 เป็น 7.9263 และ 10.8635 ในปีพ.ศ. 2552 และ 2553 ตามลำดับ ซึ่งค่า RCA ที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง และเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 มาก แสดงว่าประเทศเวียดนามกลับมามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมาก และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆคือ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส และไทย ค่า RCA ของประเทศเวียดนามถือว่ามีค่ามากที่สุดและมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆมาก

ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันถัดมาเป็นประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมีค่า RCA อยู่ที่ 0.9739 โดยค่าที่ได้มีค่าเข้าใกล้ 1 แต่ต่ำกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าฝรั่งเศสไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แต่ค่าที่เข้าใกล้หนึ่งแสดงว่าความสามารถในการแข่งขันที่เข้าใกล้ที่จะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

หากพิจารณาค่า RCA ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 จะเห็นว่าฝรั่งเศสมีค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นทีละน้อยเรื่อยๆ จนกระทั่งมีค่าเฉลี่ยมากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แต่ค่าก็ลดลงในปี พ.ศ. 2551-2553 แต่ก็ลดลงจากเดิมเล็กน้อย

ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันรองลงมา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่า RCA ณ ปี พ.ศ.2553 เท่ากับ 0.7897 ซึ่งค่าที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าสหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก หากเปรียบเทียบค่า RCA ตลอดระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2544-2553 จะเห็นว่าสหรัฐอเมริกามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมาโดยตลอด โดยค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าสหรัฐอเมริกามีความได้เปรียบในการส่งออก ยกเว้นปีพ.ศ. 2544 ที่มีค่าน้อยกว่า 1 และค่า RCA ก็มีค่าลดลงทีละน้อย จนกระทั่งน้อยกว่า 1 ในปีล่าสุด คือ พ.ศ. 2553 แสดงให้เห็นความสามารถทางการแข่งขันที่ลดลงในแต่ละปี

ประเทศเยอรมนีและประเทศไทย มีค่า RCA ที่ใกล้เคียงกัน คือ 0.2746 และ 0.2299 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเยอรมนีและไทย ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกและมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ โดยค่าที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1 มาก แสดงว่าความสามารถในการแข่งขันของเยอรมนีและไทยยังคงมีน้อยกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ มาก หากพิจารณาค่า RCA ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544-2553 จะพบว่าเยอรมนีมีค่า RCA ที่ค่อนข้างคงที่ คืออยู่ระหว่าง 0.2-0.4 แสดงให้เห็นว่าเยอรมนีสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ค่อนข้างคงที่ แต่ก็ยังคงมีน้อยกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ ทางด้านประเทศไทย ค่า RCA ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยในปี พ.ศ. 2544-2548 ค่า RCA มีค่าเพิ่มขึ้น จาก 0.8655 จนกระทั่งสูงที่สุด ในปีพ.ศ. 2548 คือ 2.3724 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก หรือมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น แต่ค่า RCA ก็เริ่มลดลง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549- 2553 โดยค่อยๆลดลงทีละน้อยในปี พ.ศ. 2549-2551 และลดลงมากในปี พ.ศ. 2552-2553 แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ มีน้อยกว่ามาก

เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศเวียดนามมีค่า RCA มีค่าเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวในปี พ.ศ. 2548 จากประมาณ 0.04 ในปี พ.ศ. 2547 มาเป็น 0.2 ซึ่งสอดคล้องกับการที่ประเทศเวียดนามเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2547 ซึ่งอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภาคอุตสาหกรรมส่งออกของเวียดนามมีศักยภาพในสายตาชาวต่างประเทศมากขึ้นซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเช่นกัน หลังจากนั้นค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นมากหลายเท่า ในช่วง พ.ศ. 2551-2553 และ

แตกต่างจากเดิมที่ค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 มาโดยตลอดในช่วง พ.ศ. 2544-2550 ซึ่งสาเหตุสำคัญเกิดจากการที่เวียดนามมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มสูงขึ้นมากในช่วงเวลาดังกล่าว ปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำโดยค่าจ้างแรงงานเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกันแล้วมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประกอบกับฝีมือแรงงานที่ใกล้เคียงกัน ทำให้เวียดนามมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนเป็นอย่างมาก อีกทั้งนโยบายของรัฐที่เปิดรับการลงทุนจากต่างชาติอย่างเต็มที่ จึงเป็นข้อได้เปรียบในการดึงดูดผู้ลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนและตั้งฐานการผลิตส่งผลให้การส่งออกเพิ่มมากขึ้นดังกล่าว

ส่วนประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และเยอรมนีนั้น จะเห็นได้ว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเนื่องจากค่า RCA ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1 แต่ทำไมประเทศเหล่านี้ยังคงทำการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์อยู่ นั่นเป็นเพราะว่าประเทศเหล่านี้ ยังคงมีความได้เปรียบในเรื่องของสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก เนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศเหล่านี้ เป็นสินค้าที่มีแบรนด์สินค้าที่เป็นที่ยอมรับ ตลอดจนการออกแบบที่เป็นที่มีลิขสิทธิ์เฉพาะ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค อีกทั้งอุปสงค์ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศมีค่อนข้างสูง ส่งผลให้ตลาดภายในประเทศมีการเติบโตและมีขนาดค่อนข้างใหญ่ทั้งด้านการผลิตและการบริโภค ซึ่งส่งผลให้มีการค้าระหว่างประเทศขึ้นกับประเทศที่มีตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับอื่นๆ โดยประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี ยังเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศสวิตเซอร์แลนด์อีกด้วย ส่วนปัจจัยอื่นๆ คือ ภูมิประเทศอยู่ใกล้เคียงกัน และรสนิยมผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น

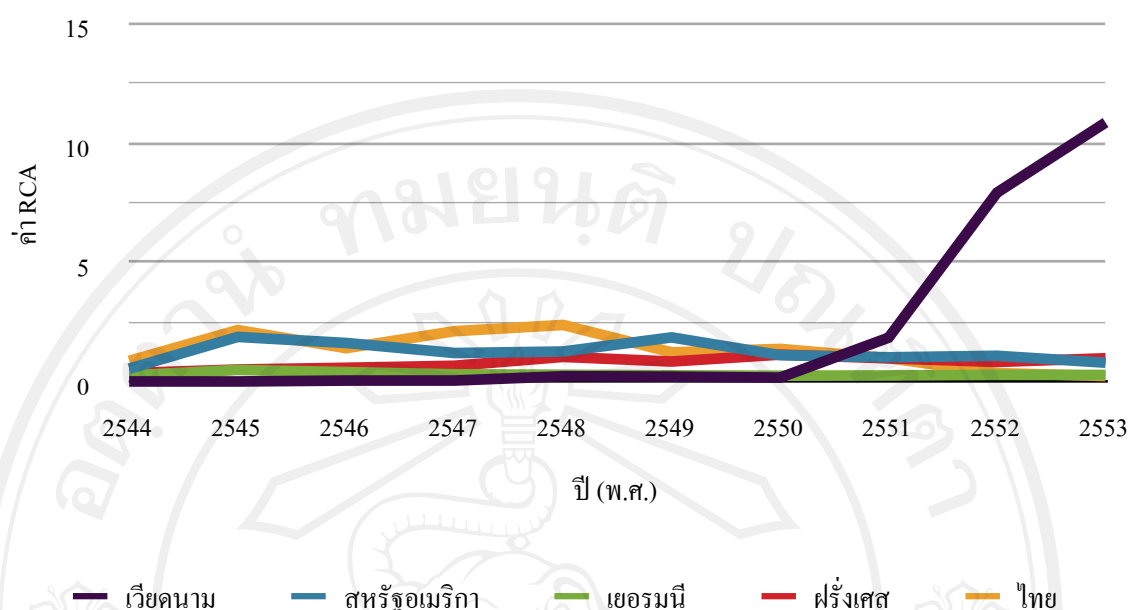
ทางด้านประเทศไทยมีค่า RCA ที่ลดลงมาจาก ปีพ.ศ.2548 ที่อยู่ในระดับมากกว่า 2 เล็กน้อย ลงมาเป็นน้อยกว่า 1 ในปีพ.ศ. 2553 เนื่องจากการส่งออกที่ลดลงจึงทำให้ค่า RCA ลดลงตามไปด้วย ปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากการแข่งขันทางด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานที่ถือว่าสูงกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคประกอบกับขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตซึ่งส่วนหนึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อทำการผลิตและส่งออกทำให้ต้นทุนการผลิตของประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน อีกประการหนึ่งคือค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นทำให้สินค้านำเข้ามีราคาสูงขึ้นในมุมมองของต่างประเทศร่วมกับการเกิดวิกฤตหนี้สาธารณะในสหภาพยุโรปซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักของสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่ฟุ่มเฟือยซึ่งอ่อนไหวต่อราคาสินค้าดังนั้น ผู้นำเข้าในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จึงต้องหันมานำเข้าสินค้าที่มีราคาถูกกว่า และมีคุณภาพใกล้เคียงกันกับ

ประเทศไทยแทนดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อให้การส่งออกของไทยให้ลดน้อยลง สาเหตุประกอบอื่นๆ เช่น ผู้บริโภคในตลาดมีแนวโน้มอ่อนไหวต่อระดับราคาสินค้ามากกว่าคุณภาพ ความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติที่ลดลง เป็นต้น

**ตาราง 5.1** ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยและประเทศคู่แข่งกันไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553

พ.ศ.	ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ: RCA				
	เวียดนาม	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	ฝรั่งเศส	ไทย
2544	0.0017	0.5354	0.2542	0.3539	0.8655
2545	0.0006	1.8700	0.4852	0.5026	2.1588
2546	0.0384	1.6166	0.3941	0.5750	1.3983
2547	0.0405	1.1949	0.3008	0.6602	2.1111
2548	0.2204	1.2587	0.2829	1.0320	2.3724
2549	0.2043	1.8506	0.2575	0.8372	1.2257
2550	0.1631	1.1042	0.2414	1.1272	1.3675
2551	1.8385	1.0154	0.2538	0.9711	0.9783
2552	7.9263	1.0782	0.2788	0.8205	0.3515
2553	10.8635	0.7897	0.2746	0.9739	0.2299

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล World Trade Atlas.(2554)



ที่มา: จากการคำนวณ

รูป 5.1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยและประเทศคู่แข่งกันไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (พ.ศ. 2544-2553)

## 5.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

จากตาราง 5.2 จะเห็นได้ว่า ณ ปี พ.ศ.2553 ประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกันอื่นๆ คือ ประเทศเวียดนาม โดยคิดเป็นร้อยละ 14.7879 ของส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด รองลงมาเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา อยู่ที่ร้อยละ 9.1446 และประเทศฝรั่งเศส อยู่ที่ร้อยละ 7.9482 ถัดมาเป็นประเทศ เยอรมนี ร้อยละ 8.3707 ส่วนประเทศไทยมีค่าน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกันอื่น โดยมีค่าอยู่ที่ร้อยละ 0.5421

ประเทศเวียดนามมีค่าส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยมาก ในระหว่างปี พ.ศ. 2544-2547 โดยมีค่าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2548-2551 ค่าส่วนแบ่งการตลาดมีค่าเพิ่มขึ้นมากในอัตราที่มากกว่าในช่วงก่อน และเพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการครองตลาดที่มากขึ้นอย่างมาก

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าส่วนแบ่งการตลาดที่แตกต่างกันในแต่ละปี โดยมีค่าอยู่ที่ร้อยละ 6.1410 ในปีพ.ศ. 2544 และเพิ่มขึ้นมากในช่วงปี พ.ศ. 2545-2546 เป็นร้อยละ 16.3708 และ 13.7260 ตามลำดับ แต่ค่าก็ลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2548 โดยมีค่าอยู่ที่ร้อยละ 9.3-10.5 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 18.4710 แต่ในปีถัดไปค่าส่วนแบ่งการตลาดก็ลดลงอีก และค่อนข้างคงที่อยู่ที่ร้อยละ 11.5-11.9 และลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2553 หากพิจารณาจากค่าส่วนแบ่งการตลาดของสหรัฐอเมริกาโดยรวมแล้ว สามารถกล่าวได้ว่าสหรัฐอเมริกาสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดได้ค่อนข้างดีโดยมีการเพิ่มขึ้นและลดลงไม่มากนักในช่วงระยะเวลา 10 ปีมานี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการครองตลาดที่ค่อนข้างคงที่

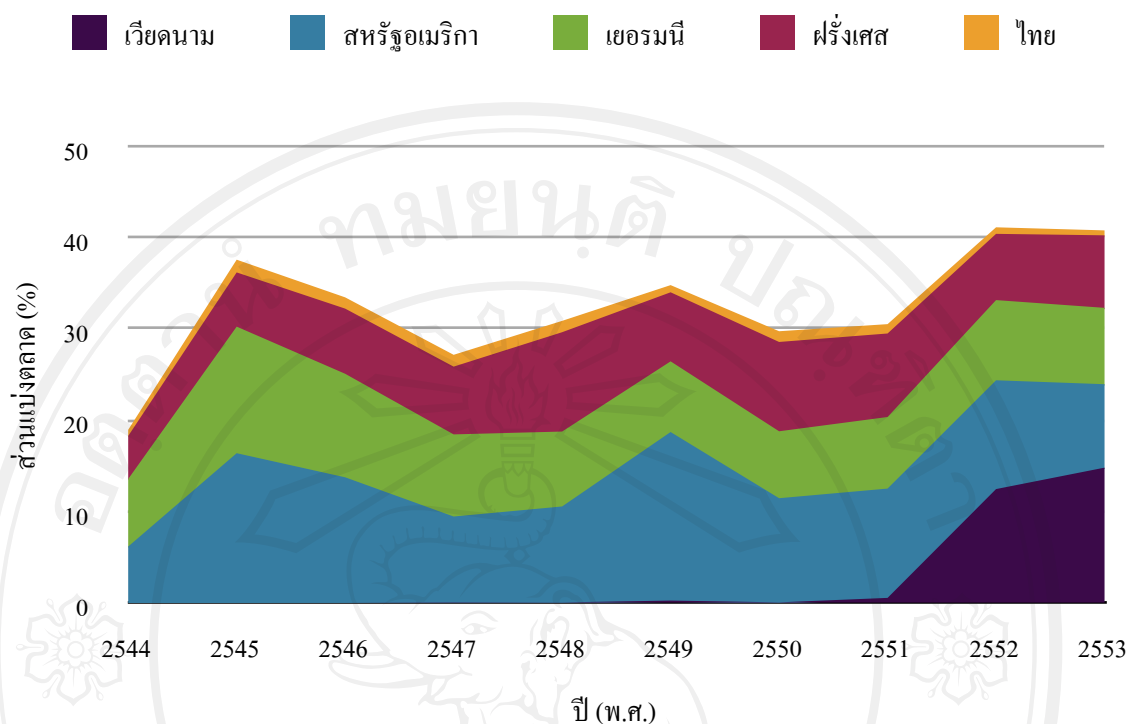
ทางด้านของประเทศเยอรมนี มีค่าส่วนแบ่งการตลาดที่เปลี่ยนแปลงขึ้นลงไม่มากนัก โดยอยู่ระหว่างร้อยละ 7.4-11.3 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2553 เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศสที่มีค่าส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างคงที่เช่นกัน โดยมีค่าส่วนแบ่งการตลาดขึ้นลงอยู่ระหว่างช่วง 4.7- 9.0 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2553 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการครองตลาดของเยอรมนีและฝรั่งเศสที่มีค่าเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก พิจารณาโดยรวมแล้วประเทศเยอรมนีและฝรั่งเศสยังคงสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดของตนเองได้ค่อนข้างมีเสถียรภาพ และมีความสามารถในการครองตลาดที่ค่อนข้างคงที่

ในส่วนของประเทศไทย มีค่าส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2553 โดยมีค่ามากที่สุดในปี พ.ศ. 2545 มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.3954 และมีค่าน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2553 อยู่ที่ร้อยละ 0.5421 แสดงให้เห็นความสามารถในการครองตลาดของประเทศไทยยังคงมีน้อยและจากค่าส่วนแบ่งการตลาดในปี 2553 ที่มีค่าน้อยที่สุดในรอบ 10 ปี แสดงให้เห็นความสามารถในการครองตลาดที่ลดลงและส่งสัญญาณที่ไม่ค่อยดีนักต่อการส่งออกของไทย

ตาราง 5.2 ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยและประเทศคู่แข่งกันใน  
ตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553

พ.ศ.	ส่วนแบ่งทางการตลาด (ร้อยละ)				
	เวียดนาม	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	ฝรั่งเศส	ไทย
2544	0.0001	6.1410	7.4048	4.7144	0.6763
2545	0.00005	16.3708	13.8736	5.9410	1.3954
2546	0.0028	13.7260	11.3493	7.1394	1.2343
2547	0.0041	9.3902	9.0023	7.4261	1.2954
2548	0.0177	10.5165	8.2115	10.8866	1.2442
2549	0.0220	18.4710	7.7474	7.5686	0.7873
2550	0.0234	11.4144	7.3373	9.7879	1.1755
2551	0.5134	11.9811	7.8453	9.1520	1.0256
2552	12.4393	11.9251	8.7882	7.2602	0.7177
2553	14.7879	9.1446	8.3707	7.9482	0.5421

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล World Trade Atlas.(2554)



ที่มา: จากการคำนวณ

รูป 5.2 ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยและประเทศคู่แข่งกันไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (พ.ศ. 2544-2553)

### 5.3 การพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด

ประเทศเวียดนามมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 มีค่า RCA มากกว่า 1 มาก เท่ากับ 9.3949 โดยมีอัตราการขยายตัวจากปีก่อนหน้า (พ.ศ. 2550-2551) เท่ากับร้อยละ 8.3866 และมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในบรรดาประเทศคู่แข่งกันคือเท่ากับร้อยละ 13.6136 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวมากขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 49.7116 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงมาก สามารถส่งออกสินค้าได้มาก และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น

ทางด้านประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 มีค่า RCA เข้าใกล้ 1 โดยอยู่ที่ 0.9340 มีอัตราการขยายตัวลดลงจากช่วงปีก่อนหน้า พ.ศ. 2550-2551 เท่ากับร้อยละ 0.1187 และมีส่วนแบ่งการตลาดที่มากรองเป็นอันดับสองจากประเทศเวียดนาม โดยอยู่ที่ร้อยละ 10.5349 โดยมีลดลงจากช่วงปีก่อนหน้า เท่ากับร้อยละ 0.0994 แสดงว่าสหรัฐอเมริกามีความสามารถในการแข่งขันที่ค่อนข้างจะคงที่



โดยลดลงเล็กน้อย การส่งออกสินค้าลดลงเล็กน้อย และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้ในสัดส่วนที่ค่อนข้างคงที่โดยลดลงเล็กน้อยเช่นเดียวกัน

ประเทศฝรั่งเศสมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 น้อยกว่า 1 คือเท่ากับ 0.8972 โดยอัตราการขยายตัวที่ลดลงจากปีก่อนหน้าเท่ากับร้อยละ 0.1448 และมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับ 7.6042 โดยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงเล็กน้อย เท่ากับร้อยละ 0.1970 แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีความสามารถในการแข่งขันที่ค่อนข้างคงที่โดยมีค่าลดลงเล็กน้อย การส่งออกสินค้าลดลงเล็กน้อย และมีสัดส่วนการครองตลาดที่มาก ซึ่งมีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งการตลาดได้ค่อนข้างคงที่

ประเทศเยอรมนีมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 น้อยกว่า 1 โดยอยู่ที่ 0.2767 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงปีก่อน (พ.ศ. 2550-2551) เท่ากับร้อยละ 0.1173 และมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 8.5794 โดยมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นจากช่วงปีก่อนเช่นกัน โดยเท่ากับร้อยละ 0.1301 แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยและค่อนข้างใกล้เคียงกับประเทศไทย แต่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น มีสัดส่วนการครองตลาดที่มาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

พิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ยและส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2552-2553 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 มากและส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น โดยมีค่าร้อยละ 0.6299 ซึ่งทั้งค่า RCA และค่าส่วนแบ่งการตลาดมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงจากช่วง ปีพ.ศ. 2550-2551 แสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยสามารถส่งออกสินค้าได้น้อย และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้ลดลงในอนาคต

ตาราง 5.3 ค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉลี่ย ของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย และประเทศคู่แข่งกันในตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553

ประเทศ	ปี(พ.ศ.)	RCA เฉลี่ย	การเปลี่ยนแปลง (%)	ส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลง (%)
เวียดนาม	2544-2545	0.0012	-	0.0001	-
	2546-2547	0.0395	31.8177	0.0034	27.6475
	2548-2549	0.2123	4.3732	0.0199	4.7416
	2550-2551	1.0008	3.7123	0.2684	12.4737
	2552-2553	9.3949	8.3866	13.6136	49.7116
สหรัฐอเมริกา	2544-2545	1.2027	-	11.2559	-
	2546-2547	1.4058	0.1688	11.5581	0.0268
	2548-2549	1.5547	0.1059	14.4938	0.2539
	2550-2551	1.0598	-0.3182	11.6978	-0.1929
	2552-2553	0.9340	-0.1187	10.5349	-0.0994
ฝรั่งเศส	2544-2545	0.4283	-	5.3277	-
	2546-2547	0.6176	0.4420	7.2827	0.3669
	2548-2549	0.9346	0.5133	9.2276	0.2670
	2550-2551	1.0492	0.1225	9.4699	0.0262
	2552-2553	0.8972	-0.1448	7.6042	-0.1970

ตาราง 5.3(ต่อ) ค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉลี่ย ของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ  
ไทยและประเทศคู่แข่งกันในตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553

ประเทศ	ปี(พ.ศ.)	RCA เฉลี่ย	การเปลี่ยนแปลง (%)	ส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ย (ร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลง (%)
เยอรมนี	2544-2545	0.3697	-	10.6392	-
	2546-2547	0.3475	-0.0600	10.1758	-0.0435
	2548-2549	0.2702	-0.2223	7.9795	-0.2158
	2550-2551	0.2476	-0.0834	7.5913	-0.0486
	2552-2553	0.2767	0.1173	8.5794	0.1301
ไทย	2544-2545	1.5121	-	1.0358	-
	2546-2547	1.7547	0.1603	1.2648	0.2210
	2548-2549	1.7990	0.02529	1.0157	-0.1969
	2550-2551	1.1729	-0.3480	1.1005	0.0835
	2552-2553	0.2907	-0.7521	0.6299	-0.4276

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล World Trade Atlas.(2554)