

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ ศึกษาการเติบโตของตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด 15 ลำดับแรกของประเทศไทย และศึกษาการเติบโตของสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดจำนวน 15 อันดับแรกของประเทศไทย ทำการศึกษาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Shift-Share Analysis (SSA) ผลการศึกษาในแต่ละวัตถุประสงค์มีดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานของตลาดส่งออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาผลประกอบการของตลาดส่งออก ซึ่งวัดจากส่วนเพิ่มสุทธิของตลาดส่งออกจำนวน 15 ตลาด ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. จากการศึกษาผลการดำเนินงานของตลาดส่งออกของประเทศไทยจำนวน 15 ประเทศ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 พบว่า ตลาดที่มีผลประกอบการดี (ส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก) มีจำนวน 9 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม สำหรับตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดี (ส่วนเพิ่มสุทธิสุทธิเป็นลบ) มีจำนวน 6 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้

2. ประเทศที่มีผลประกอบการดีส่วนใหญ่เป็นประเทศในแถบทวีปเอเชีย มีประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพียงประเทศเดียวที่อยู่ในทวีปยุโรปที่มีผลประกอบการดี ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดส่งออกที่มีผลประกอบการดีที่สุด (ส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกสูงสุด) รองลงมา คือ ออสเตรเลีย ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ และมาเลเซีย ตามลำดับ

3. สำหรับประเทศที่ขยายตัวสุทธิเป็นลบ คือ มีผลประกอบการไม่ดี ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่เคยเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย ได้แก่ สหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดที่มีการหดตัวมากที่สุด รองลงมา คือ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น

4. ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงสุทธิเป็นบวกมากที่สุด ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน คือ ผลด้านสินค้า ผลด้านตลาด และผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวกทั้งหมด ทั้งนี้ส่วนที่เกิดจากการขยายตัวของผลด้านตลาดมีค่าสูงสุด ผลการเปลี่ยนแปลงในทางเพิ่มขึ้นมากที่สุดดังกล่าว ทำให้จีนเป็นตลาดส่งออกของประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน

5. ตลาดออสเตรเลีย เป็นตลาดที่มีผลประกอบการดีเป็นลำดับที่สองรองจากตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยผลด้านสินค้าและผลด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ โดยมีส่วนที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดมีค่าสูงสุด

6. ตลาดฮ่องกงจีน เป็นตลาดที่มีผลประกอบการดีเป็นลำดับที่ 3 ผลการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นติดลบ ทั้งนี้ส่วนการขยายตัวของตลาดมีค่าที่สูงที่สุด

7. ตลาดสวีเดนเนเธอร์แลนด์ เป็นตลาดเดียวในทวีปยุโรปที่มีผลประกอบการดี ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้านมีค่าเป็นบวกทั้งหมด โดยเฉพาะเป็นส่วนที่เกิดจากศักยภาพทางการแข่งขันมีค่าเพิ่มขึ้นมากที่สุด

8. ตลาดมาเลเซีย เป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยสำคัญในกลุ่มอาเซียน ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2553) มีสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยเพิ่มขึ้นเป็นอันดับที่หนึ่งของกลุ่มอาเซียน มาเลเซียเป็นตลาดการส่งออกของประเทศไทยที่มีผลประกอบการดีเป็นอันดับที่ 5 ผลด้านสินค้าและผลด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ

9. ตลาดอินโดนีเซีย เป็นตลาดการส่งออกสินค้าของไทยในอาเซียนที่มีผลประกอบการดีเป็นอันดับที่ 6 ผลการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับตลาดมาเลเซีย

10. ตลาดอินเดีย เป็นตลาดการส่งออกสินค้าของไทยที่เริ่มมีบทบาทสำคัญ เพิ่งเข้ามาอยู่ใน 15 อันดับแรกของตลาดส่งออกของไทยในปี พ.ศ. 2550 การศึกษาผลประกอบการ

ส่งออกอยู่ในเกณฑ์ดี ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ทั้งนี้การส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกอยู่อันดับที่ 7

11. ตลาดฟิลิปปินส์ เป็นอีกตลาดส่งออกของไทยในกลุ่มอาเซียนที่มีผลประกอบการดี ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ

12. เวียดนาม เป็นอีกตลาดการส่งออกสินค้าของไทยที่สำคัญในอาเซียนที่มีผลประกอบการดี ผลด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นติดลบ

13. ตลาดสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีผลประกอบการที่ไม่ดีมากที่สุด (ส่วนเพิ่มสุทธิมีค่าติดลบมากที่สุด) ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แต่ผลทางด้านตลาดมีค่าเป็นติดลบ สะท้อนให้เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐฯ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการหดตัวของการส่งออกสินค้าไทยไปด้านตลาดสหรัฐฯ

14. ตลาดสิงคโปร์ เป็นตลาดเดียวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีผลประกอบการไม่ดี ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าเป็นบวก แต่ผลด้านตลาดและด้านการแข่งขันมีค่าเป็นติดลบ โดยส่วนที่เกิดจากการผลด้านตลาดมีค่าลดลงมากที่สุด

15. ตลาดเนเธอร์แลนด์ เป็นตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดี ส่วนเพิ่มสุทธิติดลบมากเป็นอันดับที่ 3 ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน มีค่าเป็นติดลบทั้งหมด โดยเฉพาะเป็นส่วนที่เกิดจากผลด้านตลาดมีค่าติดลบมากที่สุด

16. ญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกสินค้าไทยที่สำคัญ มูลค่าการส่งออกไทยไปตลาดญี่ปุ่นอยู่ในอันดับที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินการส่งออกของไทยในตลาดญี่ปุ่นมีทิศทางปรับตัวลดลง ดังจะเห็นจากส่วนเพิ่มสุทธิติดลบมากเป็นอันดับที่ 4 อย่างไรก็ตาม ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านตลาดมีค่าติดลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้ผลประกอบการไม่ดี เป็นผลเนื่องมาจากการหดตัวของตลาด ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับผลประกอบการที่ไม่ดีของการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดสหรัฐฯ

17. ตลาดสหราชอาณาจักรเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นติดลบ การขยายตัวลดลงเป็นอันดับที่ 5 ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ

18. ตลาดเกาหลีใต้เป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มเป็นติดลบ การขยายตัวลดลงเป็นอันดับที่ 6 โดยผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าเป็นบวก แต่ผลด้านแข่งขันและด้านตลาดมีค่าเป็นลบ

ผลการดำเนินงานการส่งออกสินค้าส่งออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาผลประกอบการของสินค้าส่งออก ซึ่งวัดจากส่วนเพิ่มสุทธิ (net shifts) ของสินค้าส่งออกจำนวน 15 ประเภท ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 สรุปได้ดังนี้

1. ยางพารา การส่งออกยางพารามีผลประกอบการดี (ส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก) จำนวน 9 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ และมีผลประกอบการไม่ดี (ส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ) จำนวน 6 ตลาด ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐฯ สิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดมาเลเซีย เกาหลีใต้ อินเดีย และเวียดนาม ตามลำดับ ส่วนตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ส่วนตลาดที่มีการหดตัวมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐฯ ฮองกงจีน และสิงคโปร์

2. ข้าว การส่งออกข้าวมีผลประกอบการดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่ ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สหรัฐฯ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ สำหรับตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดีมี 5 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกงจีน อินเดีย สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์ โดยมีการขยายตัวสูงสุดในตลาดฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ส่วนตลาดที่มีการหดตัวมากที่สุด คือ สิงคโปร์ ฮองกงจีน และสาธารณรัฐประชาชนจีน และมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ประเทศ การส่งออกข้าวยังคงมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้

3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีผลประกอบการดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สหรัฐฯ และเกาหลีใต้ สำหรับตลาดที่มี

ผลประกอบการไม่ดี ได้แก่ ฮองกงจีน สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน และตลาดที่หดตัวมากที่สุด คือ ตลาดเนเธอร์แลนด์

4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง การส่งออกสินค้ากุ้งสดแช่เย็นมีผลประกอบการไม่ดี จำนวน 12 ตลาดจากทั้งหมด 15 ตลาดที่ทำศึกษา สำหรับตลาดที่มีผลประกอบการดี จำนวน 3 ตลาด ได้แก่ เวียดนาม สหราชอาณาจักร และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในตลาดอินเดีย โดยมีการหดตัวมากที่สุด คือ ตลาดสหรัฐฯ

5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป มีผลประกอบการดีใน 5 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม และมีผลประกอบการไม่ดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่ ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ การปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้ง 5 ตลาดนั้น มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ส่วนตลาดที่มีการปรับตัวลดลงมากที่สุด คือ ตลาดสหรัฐฯ รองลงมา คือ ตลาดญี่ปุ่นและสิงคโปร์ ตามลำดับ

6. น้ำตาลทราย การส่งออกน้ำตาลทรายมีผลประกอบการดีใน 8 ตลาด ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกงจีน อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สหรัฐฯ และสิงคโปร์ โดยตลาดอินเดียเพิ่มขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ ตลาดฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดีมี 6 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ และมี 1 ตลาดที่ผลประกอบการอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน (ขยายตัวเท่ากับอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของสินค้าส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย)

7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป การส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปมีผลประกอบการดีจำนวน 7 ตลาด แต่ผลประกอบการดีขึ้นไม่มากนัก ยกเว้นตลาดสหรัฐฯ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด และมี 8 ตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดี ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร

8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า มีผลประกอบการที่ดีจำนวน 6 ตลาด ได้แก่

สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกงจีน ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย และเวียดนาม มีผลประกอบการไม่ดีจำนวน 9 ตลาด ได้แก่ อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ โดยมีผลประกอบการดีที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดฮองกงจีน และมาเลเซีย ตามลำดับ และมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดสิงคโปร์ รองลงมา คือ สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ตามลำดับ มีข้อสังเกตว่า ตลาดส่งออกของเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีการเปลี่ยนแปลงจากตลาดที่พัฒนาแล้วมาเป็นตลาดเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะตลาด สาธารณรัฐประชาชนจีน และฮองกงจีน

9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 2 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ และมีผลประกอบการที่ไม่ดีจำนวน 5 ตลาด ได้แก่ ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐฯ สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์ โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดออสเตรเลีย รองลงมา คือ อินโดนีเซีย และ สหราชอาณาจักร

10. อัญมณีและเครื่องประดับ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 3 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย ฮองกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร และมีผลประกอบการที่ไม่ดีจำนวน 5 ตลาด ได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐฯ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในสวิตเซอร์แลนด์ รองลงมา คือ ตลาดฮองกงจีน และออสเตรเลีย ตามลำดับ ตลาดสหรัฐฯ มีการขยายตัวสุทธิลดลงมากที่สุด

11. แผงวงจรไฟฟ้า เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 4 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 7 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์ อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม การส่งออกมีผลประกอบการที่ไม่ดีจำนวน 8 ตลาด ได้แก่ ออสเตรเลีย มาเลเซีย สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ การส่งออกมี

การขยายตัวสุทธิมากที่สุดในตลาดฮ่องกงจีน และหดตัวมากที่สุดในตลาดสหรัฐฯ
รองลงมา คือ เนเธอร์แลนด์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ตลาดส่งออกของแผงวงจรไฟฟ้า
ได้เปลี่ยนแปลงจากตลาดที่พัฒนาแล้วมาเป็นตลาดในเอเชีย

12. ผลิตภัณฑ์ยาง การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางมีผลประกอบการที่ดีทุกตลาด ยกเว้น
ตลาดฮ่องกงจีน และสหราชอาณาจักร แต่มีผลการประกอบการลดลงไม่มาก ผลการศึกษา
แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่ทำการศึกษายางพาราเป็นสินค้าส่งออกของไทยที่มีศักยภาพดี
เกือบทุกตลาด

13. เม็ดพลาสติก การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 10 ตลาด ได้แก่
สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม
เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ และมีผลประกอบการที่ไม่ดีจำนวน 5 ตลาด
ได้แก่ ฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐฯ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น
มากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดอินเดีย อินโดนีเซีย และ
ออสเตรเลีย ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงมากที่สุด คือ
ฮ่องกงจีน

14. เคมีภัณฑ์ การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 9 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐ-
ประชาชนจีน ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย อินเดีย เวียดนาม สหรัฐฯ สิงคโปร์
เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น และมีผลประกอบการไม่ดีจำนวน 6 ตลาด ได้แก่ ฮ่องกงจีน
สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ การส่งออกเคมีภัณฑ์
มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ อินเดีย
อินโดนีเซีย และเวียดนาม

15. น้ำมันสำเร็จรูป การส่งออกมีผลประกอบการดีจำนวน 9 ตลาด ได้แก่
สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์
เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในตลาดอินเดีย เนเธอร์แลนด์
สหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย สำหรับตลาดที่ผลประกอบการไม่ดีมี 6 ตลาด
ได้แก่ ฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ อินโดนีเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อค้นพบการขยายตัวของตลาดส่งออกและการขยายตัวของสินค้าส่งออก งานศึกษานี้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ปัจจุบันสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดส่งออกหลักที่สำคัญของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนการส่งออกของไทยไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนปรับเพิ่มขึ้นตลอดมาจากมูลค่าร้อยละ 3.18 ของมูลค่าส่งออกรวมในปี พ.ศ. 2542 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.99 ในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งจัดว่าเป็นตลาดส่งออกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในปัจจุบันแทนที่ตลาดสหรัฐฯ และจากการศึกษาพบว่า สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิเป็นบวกที่มีค่าสูงสุด รวมทั้งผลทั้งสามด้าน คือ ด้านสินค้า ด้านตลาดและด้านการแข่งขันเป็นบวกหมด แสดงถึงความสำเร็จของการส่งออกไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ดังนั้นเพื่อรักษาตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีศักยภาพเติบโตในอนาคต ภาครัฐจึงควรมีนโยบายสนับสนุนและพัฒนาการค้าระหว่างไทยจีนอย่างต่อเนื่อง

2. ตลาดอาเซียน ตลาดส่งออกของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนมีมูลค่ารวมกันคิดเป็นร้อยละ 22.70 ของมูลค่าส่งออกรวมในปี พ.ศ. 2553 จึงนับว่าเป็นตลาดที่มีบทบาทสำคัญ เช่นเดียวกับตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างไรก็ตาม มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน กล่าวคือ สิงคโปร์ซึ่งเคยเป็นตลาดที่มีสัดส่วนการส่งออกของไทยมากที่สุด แต่มีความสำคัญลดลง ดังจะเห็นว่าสัดส่วนการส่งออกของไทยไปสิงคโปร์ลดลงจากร้อยละ 8.68 ในปี พ.ศ. 2542 เป็นร้อยละ 4.61 ในปี พ.ศ. 2553 ขณะที่ตลาดมาเลเซียปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.63 เป็นร้อยละ 5.41 ในช่วงเวลาเดียวกัน ทำให้เป็นตลาดใหญ่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน สำหรับการส่งออกไปยังประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ช่วงเวลาที่ทำการศึกษามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีอัตราการขยายตัวในระดับสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียนที่ทำการศึกษาซึ่งมีจำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ทุกประเทศมีผลขยายตัวสุทธิเป็นบวก ยกเว้นประเทศสิงคโปร์ ผลจากการรวมกลุ่มอาฟต้า (AFTA) ทำให้การค้าภายในกลุ่มประเทศอาเซียนขยายตัวและใน

อนาคตจะขยายตัวมากยิ่งขึ้นภายใต้การรวมกลุ่มเป็น ตลาดเดียว (single market) หรือที่เรียกว่า ASEAN Economic Community (AEC) ดังนั้นภาครัฐควรจึงควรมีนโยบาย สนับสนุนและพัฒนา การค้าระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียนเช่นเดียวกับประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน

3. ตลาดสหรัฐฯ ความสำคัญของตลาดสหรัฐฯ ลดลงเรื่อย ๆ ดังจะเห็นจากมูลค่า ส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ ลดลงจากร้อยละ 21.64 ในปี พ.ศ. 2542 เป็นร้อยละ 10.34 ในปี พ.ศ. 2553 และจากผลการศึกษาพบว่า การขยายตัวสุทธิเป็นลบ โดยผลทางด้าน สินค้าและผลด้านการแข่งขันเป็นบวก แต่ผลทางด้านตลาดเป็นลบ ซึ่งมีขนาดมากกว่า แสดงว่าการหดตัวของส่งออกของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐฯ เป็นผลมาจากภาวะ เศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ขยายตัวค่อนข้างต่ำ และเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐฯ มี แนวโน้มว่าจะตกต่ำต่อเนื่อง ภาครัฐจึงควรส่งสัญญาณให้ผู้ประกอบการหาทาง การกระจายสินค้าออกจากตลาดนี้ โดยหันมาทางตลาดในอาฟต้า ตลาดสาธารณรัฐ- ประชาชนจีนหรือออสเตรเลียให้มากขึ้น

4. ตลาดออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากสัดส่วนการส่งออก ไปตลาดออสเตรเลียที่ร้อยละ 2.25 ในปี พ.ศ. 2542 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.80 ในปี พ.ศ. 2553 ทำให้ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกของไทยใหญ่เป็นอันดับ 6 ผลการศึกษาพบว่า ออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงสุทธิเป็นบวก และมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้น เป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลด้านสินค้าและผลด้านตลาดมี ค่าเป็นบวก โดยมีส่วนที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดมีค่าสูงสุด แต่ผลด้านการแข่งขันมี ค่าเป็นลบ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ตลาดออสเตรเลียเป็นตลาดใหม่ที่นักธุรกิจไทย ควรให้ความสนใจ อย่างไรก็ตาม ศักยภาพในการแข่งขันในตลาดออสเตรเลียยังคงต้องมึ การปรับปรุง

5. ตลาดสวิตเซอร์แลนด์เป็นเพียงประเทศเดียวที่อยู่ในทวีปยุโรปที่มีการขยายตัว สุทธิเป็นบวก ตลาดส่งออกของไทยในสหภาพยุโรปมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากใน ช่วงที่ทำการศึกษา กล่าวคือ ตลาดหลักเดิม ได้แก่ เยอรมนี และเบลเยียม ลดความสำคัญ ลงและในปัจจุบัน (พ.ศ. 2553) ไม่อยู่ในลำดับ 15 ตลาดแรกที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ทั้งนี้มี ตลาดใหม่เข้ามาแทนที่ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ และเนเธอร์แลนด์ สำหรับตลาดสหราชอาณาจักร

อาณาจักรแม้จะลดบทบาทลงแต่ยังคงมีขนาดใหญ่ลำดับที่ 13 ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้ตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัว โดยเฉพาะผลทางด้านศักยภาพในการแข่งขันมีค่าสูง ส่วนสินค้าประเภทอื่นมี ผลประกอบการไม่ค่อยดี เช่น กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น การรักษาตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศสวิตเซอร์แลนด์จึงเป็นนโยบายที่ สำคัญ รวมทั้งให้หาแนวทางสนับสนุนสินค้าที่มีศักยภาพแข่งขันดี (พิจารณาจากผลด้าน การแข่งขันเป็นบวก) เช่น ยางพาราและผลิตภัณฑ์จากยาง เป็นต้น

6. ตลาดอินเดีย การส่งออกไทยไปยังตลาดอินเดียมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง ทำให้ตลาดอินเดียเข้ามาอยู่เป็นในระดับ 15 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2550 และในปัจจุบัน (พ.ศ. 2553) เลื่อนขึ้นมาเป็นอันดับ 11 ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปลี่ยนแปลงศูทธิมีค่า เป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ซึ่งหมายความว่า ในภาพรวมศักยภาพใน การแข่งขันของไทยในตลาดอินเดียลดลง ส่วนที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดอินเดีย สูงสุดเป็นทางด้านตลาด ดังนั้นภาครัฐควรหาแนวทางเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันใน ตลาดอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

7. ผลการส่งออกข้าวของไทยในตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ประเทศ ข้าวยังคงมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ตลาดที่มีการขยายตัว สุทธิลดลงซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ตลาดกลุ่มนี้ยังมีแนวโน้มที่ดีของ การส่งออกข้าวของไทย จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมว่า มีปัจจัยใดที่ตลาดข้าวในตลาดที่มี การหดตัวนี้จึงยังคงเพิ่มขึ้น เช่น เป็นข้าวที่มีคุณภาพดีหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางรักษา ตลาดข้าวในตลาดกลุ่มนี้ นอกจากนี้ควรศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ตลาดข้าวหดตัวใน ตลาดหลักของไทย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกงจีน อินเดีย สิงคโปร์ และ เนเธอร์แลนด์

8. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง เป็นสินค้าที่มีการหดตัวค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้จาก การส่งออกสินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 12 ตลาดจาก ทั้งหมด 15 ตลาดที่ทำการศึกษา ภาครัฐจึงควรหาแนวทางในการสนับสนุนสินค้าในกลุ่มนี้ เช่น ให้ผู้ประกอบการแปรรูปสินค้าในกลุ่มนี้แทนการส่งเป็นสินค้าวัตถุดิบ เป็นต้น

9. ตลาดส่งออกของเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีการเปลี่ยนแปลงจากตลาดที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ มาเป็นตลาดเอเชียมากขึ้น คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกงจีน มาเลเซีย และเวียดนาม สะท้อนให้เห็นว่าในภาพรวม ศักยภาพในการแข่งขันในตลาดพัฒนาแล้วลดลง ซึ่งเป็นตลาดที่ประชาชนมีกำลังซื้อสูง มาสู่ตลาดที่ประชาชนมีกำลังซื้อต่ำกว่า ดังนั้นการผลิตคอมพิวเตอร์จึงควรมุ่งเน้นในการป้อนตลาดระดับกลางและระดับล่าง

