

กระตุ้นตรงไหนที่ทำให้การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทยได้ไปต่อ?

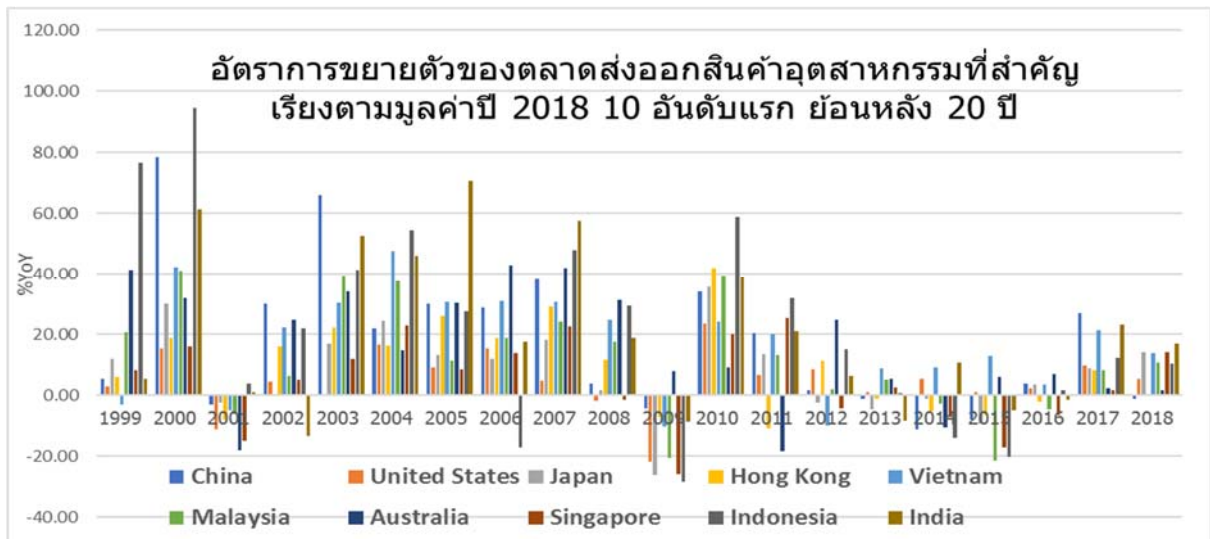
อภิญญา อำนวยกาญจนสิน
กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ปัจจุบันประเทศเกือบทั้งหมดในโลกนี้มีระบบเศรษฐกิจเป็นแบบเปิด (Open Economy) โดยภาคต่างประเทศ (การส่งออกและการนำเข้า) จะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นแตกต่างกันตามระดับการเปิดประเทศของแต่ละประเทศ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากสัดส่วนของการค้าระหว่างประเทศเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในส่วนของประเทศไทยก็เช่นกัน การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงมาก โดยเฉพาะภาคการส่งออกคิดเป็นประมาณครึ่งหนึ่งของ GDP และเมื่อพิจารณาข้อมูลโครงสร้างการส่งออกสินค้า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม (Manufacturing Products) แสดงให้เห็นว่า การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม หากมองย้อนไปในรอบทศวรรษที่ผ่านมา แม้ว่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทยโดยเฉลี่ยยังมีการขยายตัวได้ แต่อัตราการขยายตัวส่วนใหญ่อยู่ในระดับหนึ่งหลักต่างจากช่วงทศวรรษก่อนหน้านี้ที่อัตราการขยายตัวส่วนใหญ่อยู่ในระดับสองหลัก รวมถึงตั้งแต่ช่วงต้นปี 2561 ที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันที่สถานการณ์การค้าโลกได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ทั้งนี้ หากเราสามารถหาคำตอบได้ว่า ควรทำอย่างไร กระตุ้นตรงไหนที่จะทำให้การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทยเติบโตไปได้อย่างเต็มศักยภาพ คำตอบที่ได้จะสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการขยายตัวในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อไปได้

ในส่วนของประเทศไทยการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงมากโดยเฉพาะภาคการส่งออก ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 การส่งออกสินค้ามีมูลค่าสูงถึง 8.19 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณครึ่งหนึ่งของ GDP เมื่อพิจารณาข้อมูลโครงสร้างการส่งออกสินค้า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม (Manufacturing Products) โดยปี พ.ศ. 2561 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐฯ มีสัดส่วนร้อยละ 79.35 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย โดยสินค้าอุตสาหกรรมส่งออก 10 อันดับแรกของไทยเรียงตามมูลค่าการส่งออก ตามระบบฮาร์โมนิซ (Harmonized Commodity Description and Coding System: HS)¹ ระดับ 2 หลัก ในปี พ.ศ. 2561 ได้แก่ 1) เครื่องปฏิกิริยานิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักรฯ 2) เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าฯ 3) ยานพาหนะ 4) ยางและของที่ทำได้ด้วยยาง 5) พลาสติกและของที่ทำได้ด้วยพลาสติก 6) อัญมณีและเครื่องประดับ 7) เชื้อเพลิงที่ได้

¹ “HS” เป็นระบบการจำแนกประเภท และระบุชนิดสินค้าด้วยรหัสตัวเลข ซึ่งประกาศใช้โดยคณะมนตรีพิทักษ์ขององค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO) ทั้งนี้ ระบบการจำแนกชนิดสินค้านี้ได้รับการยอมรับจากประเทศภาคีสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) และนำไปใช้เป็นสากลในทางการค้าระหว่างประเทศ

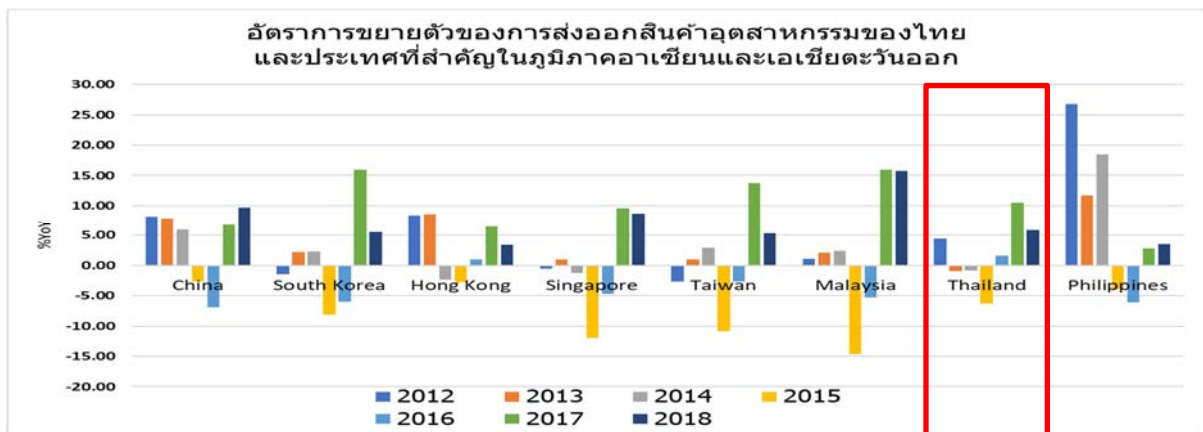
จากแร่ น้ำมันแร่และผลิตภัณฑ์ฯ 8) เคมีภัณฑ์อินทรีย์ฯ 9) อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางวิทยาศาสตร์ฯ และ 10) ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าอุตสาหกรรม 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) จีน 2) สหรัฐอเมริกา 3) ญี่ปุ่น 4) ฮองกง 5) เวียดนาม 6) มาเลเซีย 7) ออสเตรเลีย 8) สิงคโปร์ 9) อินโดนีเซีย และ 10) อินเดีย



ที่มา : Global Trade Atlas คำนวณโดยผู้ศึกษา

จากที่กล่าวไปแล้วในเบื้องต้นว่า ในรอบทศวรรษที่ผ่านมาแม้ว่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทยโดยเฉลี่ยยังมีการขยายตัวได้ แต่อัตราการขยายตัวส่วนใหญ่อยู่ในระดับหนึ่งหลักแตกต่างจากช่วงทศวรรษก่อนหน้านี้อัตราการขยายตัวส่วนใหญ่อยู่ในระดับสองหลัก เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งในมิติของสินค้าและตลาดส่งออกย้อนหลังไป 20 ปี (ข้อมูลปี ค.ศ. 1999 – 2018 (พ.ศ. 2542 – 2561)) พบว่าช่วงปี ค.ศ.

1999 – 2010 อัตราการขยายตัวของสินค้าอุตสาหกรรมทั้งในส่วนของสินค้าสำคัญและตลาดส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญขยายตัวได้ดีในระดับสองหลัก ยกเว้นในช่วงปี ค.ศ. 2001 ที่เศรษฐกิจโลกเผชิญเหตุการณ์ 9/11 หรือเหตุการณ์ตึกเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ถล่มที่มหานครนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 11 กันยายน ค.ศ. 2001 หรือ พ.ศ. 2544 และในปี ค.ศ. 2009 ที่เศรษฐกิจโลกเกิดวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์หรือวิกฤติสินเชื่อซับไพรม์ โดยที่วิกฤตครั้งนั้นถือว่าเลวร้ายที่สุดนับตั้งแต่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ (Great Depression) หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 แต่หลังจากช่วงปี ค.ศ. 2012 เป็นต้นมา การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเรียกได้ว่าอยู่ในภาวะ “กะพริ่งกะพริ่ง” ในบางช่วงยังสามารถขยายตัวได้แต่อัตราการขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ หรือบางช่วงการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมก็หดตัว ทั้งที่ภาพรวมของเศรษฐกิจโลกไม่ได้มีวิกฤตเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกสะท้อนให้เห็นว่า การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยน่าจะมีปัญหาเฉพาะตัว



ที่มา : Global Trade Atlas คำนวณโดยผู้ศึกษา

เมื่อพิจารณาเครื่องมือที่มีการใช้ในสาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศเชิงปริมาณที่น่าจะสามารถนำมาใช้ในการหาคำตอบของคำถามในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้พบว่า หนึ่งในนั้น ได้แก่ การคำนวณหา Trade Complementarity Index หรือ TCI โดย TCI เป็นดัชนีทางด้านการค้าระหว่างประเทศตัวหนึ่งที่จะแสดงให้เห็นว่าโครงสร้างของการนำเข้าและการส่งออกของสองประเทศนั้นตรงกันเพียงใด ดัชนี Trade Complementarity Index ใช้วัดโครงสร้างการค้าระหว่างประเทศเพื่อต้องการวิเคราะห์ว่าโครงสร้างการค้าระหว่าง 2 ประเทศเข้าคู่ (Match) กันหรือไม่เพียงใด หรือเป็นการศึกษาความสอดคล้องระหว่างสินค้าส่งออกของประเทศหนึ่งและสินค้านำเข้าของประเทศที่สนใจ (Compatibility) หากสินค้าส่งออกและนำเข้าของประเทศ ก. และ ข. ไม่สอดคล้องกัน ประเทศ ก. จึงไม่มีสินค้าที่ประเทศ ข. ต้องการและสามารถส่งออกไปยัง

ประเทศ ข. ได้เลย แต่หากสินค้าส่งออกและนำเข้าของประเทศ ก. และ ค. สอดคล้องกันโดยสมบูรณ์ ประเภทสินค้าและสัดส่วนของสินค้าส่งออกของประเทศ ก. จึงตรงกับความต้องการนำเข้าประเทศ ค. อย่างเหมาะสม ประเทศ ค. เรียกได้ว่าเป็น Natural Export Partner ของประเทศ ก. หรือเป็นประเทศที่มีโครงสร้างสินค้านำเข้าคล้ายคลึงกับโครงสร้างสินค้าส่งออกของประเทศ ก. หากจะอธิบายให้ง่ายขึ้น อาจกล่าวได้ว่า TCI

Trade Complementarity Index (TCI) measures the extent to which two countries are "natural trading partners", in the sense that what a country exports overlaps with what the other country imports

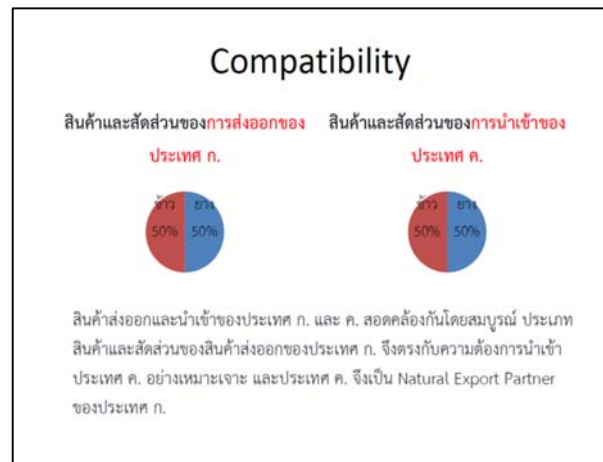
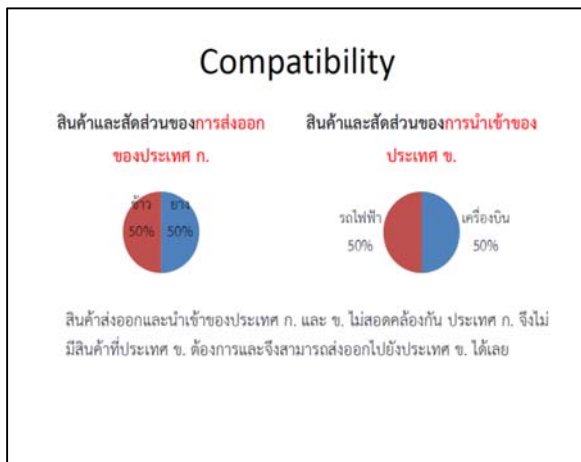
$$TCI_{ij} = 100 \left[1 - \left(\sum_k |m_k^i - x_k^j| / 2 \right) \right]$$

Where m_k^i is sector k 's share in i 's total imports from the world and x_k^j is sector k 's share in j 's total exports to the world

ที่มา : United Nations ESCAP

สามารถใช้เป็นเครื่องชี้วัดว่าสินค้าส่งออกของประเทศหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของประเทศผู้นำเข้าได้ดีมากน้อยเพียงใด โดย TCI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 100 ถ้าค่า TCI = 0 แปลว่า ไม่มีสินค้าใดที่ส่งออกโดยประเทศหนึ่ง หรือนำเข้าโดยอีกประเทศหนึ่งเลย เช่น

ประเทศ ก. มีการนำเข้าสินค้า i ในขณะที่ประเทศ ข. ไม่มีการส่งออกสินค้า i และถ้าค่า TCI = 100 แปลว่า สัดส่วนการส่งออกและนำเข้าของทั้งสองประเทศตรงกันทุกประการ ซึ่งหากสองประเทศใดค่า TCI มีค่าสูงหรือมีแนวโน้มในทิศทางที่เพิ่มขึ้น สองประเทศนี้สามารถเจรจาเพื่อหาความตกลงเพื่อเพิ่มพูนการค้าระหว่างกันได้ โดยจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับมูลค่าหรือปริมาณการค้าระหว่างกันในสินค้านั้น ๆ ทั้งนี้ในการวิเคราะห์สามารถคำนวณได้หลายระดับไล่เรียงกันลงไป ตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับอุตสาหกรรม และในรายสินค้า โดยในการศึกษารั้วนี้จะทำการศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปี 1999 – 2018 และศึกษาในระดับประเทศของสินค้าอุตสาหกรรม รวมถึงสาขาอุตสาหกรรมที่สำคัญ 5 สาขา

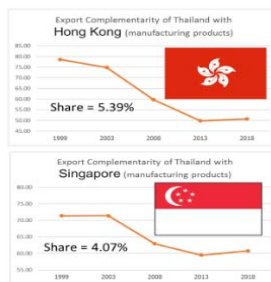
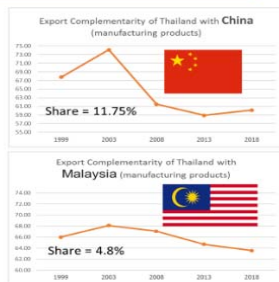


ที่มา : http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/2247-img_21.pdf

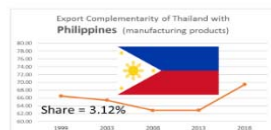
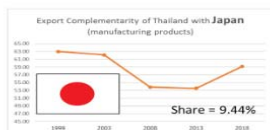
โดยผลการศึกษา พบว่า เมื่อพิจารณาในระดับประเทศเฉพาะในส่วนของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมกับตลาดส่งออก 10 อันดับแรก² สามารถจัดกลุ่มตลาดส่งออกทั้ง 10 ประเทศ ได้ออกเป็น 3 กลุ่ม

TCI ในตลาดส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมภาพรวม

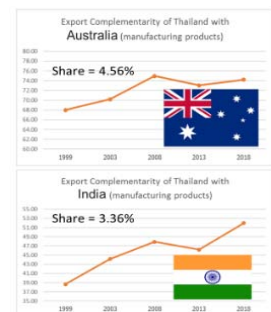
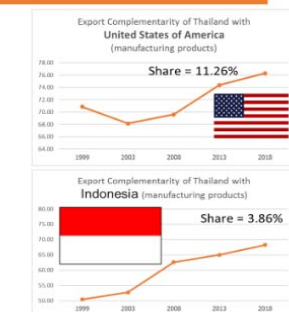
manufacturing products



manufacturing products



manufacturing products



ที่มา : Global Trade Atlas คำนวณโดยผู้ศึกษา

สินค้าอุตสาหกรรม ตลาดส่งออกในกลุ่มที่ 2 และ 3 ทั้ง 6 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ เป็นตลาดที่ไทยสามารถเจรจาเพื่อหาความตกลงเพื่อเพิ่มพูนการค้าระหว่างกันได้ เพราะตลาดเหล่านี้มีการนำเข้าสินค้าที่ไทยส่งออกอยู่แล้วในสัดส่วนที่สูง หรือกล่าวในอีกมุมหนึ่งได้ว่า ส่วนใหญ่สินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยส่งออกตรงกับความต้องการนำเข้าของประเทศเหล่านี้

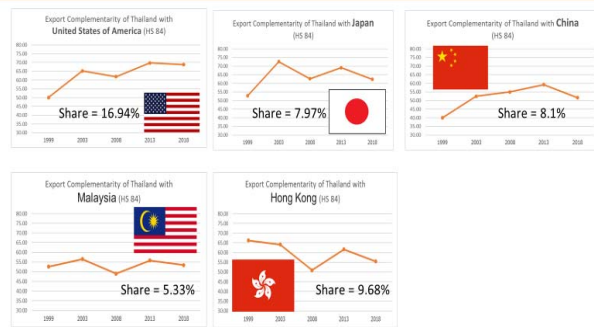
กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่ค่า TCI มีค่าสูงในช่วงแรกแต่มีแนวโน้มลดลงจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ 1) จีน 2) ฮองกง 3) มาเลเซีย และ 4) สิงคโปร์ กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่ค่า TCI มีค่าค่อนข้างคงที่ ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง และค่า TCI ในปัจจุบันมีค่าสูงใกล้เคียงกับในช่วง 20 ปีที่แล้ว (ค่า TCI ในปัจจุบันโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 59-70) ได้แก่ 1) ญี่ปุ่น และ 2) ฟิลิปปินส์ และกลุ่มสุดท้าย กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่ค่า TCI มีค่าสูง หรืออาจจะไม่สูงในช่วงแรก แต่ต่อมามีแนวโน้มในทิศทางที่เพิ่มขึ้นจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ 1) สหรัฐอเมริกา 2) ออสเตรเลีย 3) อินโดนีเซีย และ 4) อินเดีย ซึ่งค่า TCI ในปัจจุบันโดยเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มนี้มีค่าประมาณ 70 ยกเว้นอินเดียที่แม้ว่าในปัจจุบัน ค่า TCI จะอยู่ที่ 51.98 แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับช่วง 20 ปีที่แล้ว ที่ค่า TCI อยู่ที่ 38.62 จากผลการศึกษาดังกล่าว เมื่อพิจารณาในระดับประเทศ

ในส่วนของการส่งออก

² ตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าอุตสาหกรรม 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) จีน 2) สหรัฐอเมริกา 3) ญี่ปุ่น 4) ฮองกง 5) เวียดนาม 6) มาเลเซีย 7) ออสเตรเลีย 8) สิงคโปร์ 9) อินโดนีเซีย และ 10) อินเดีย แต่เนื่องจาก Global Trade

Atlas ไม่สามารถหาข้อมูลของประเทศเวียดนามได้ จึงทำการศึกษาลาดอันดับที่ 11 คือ ฟิลิปปินส์ แทน

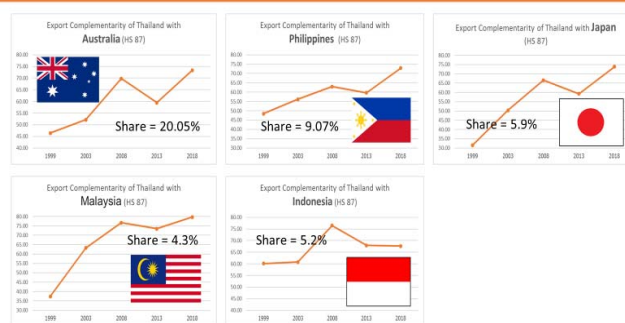
TCI ในตลาดส่งออกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์: HS 84



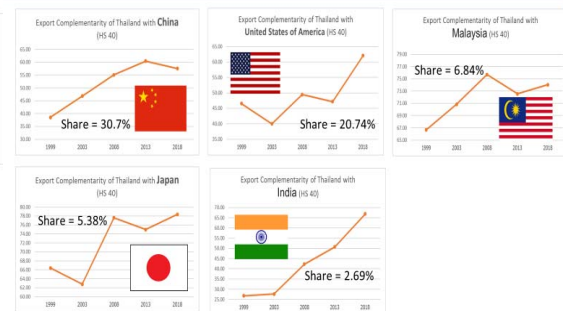
TCI ในตลาดส่งออกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์: HS 85



TCI ในตลาดส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์: HS 87



TCI ในตลาดส่งออกอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง : HS 40



TCI ในตลาดส่งออกอุตสาหกรรมพลาสติก : HS 39



ที่มา : Global Trade Atlas คำนวณโดยผู้ศึกษา

ในระดับต่อมาได้ทำการวิเคราะห์ในระดับสาขาอุตสาหกรรมที่สำคัญที่มีมูลค่าสูง 5 อันดับแรก ตามระบบฮาร์โมนี ระดับ 2 หลัก ได้แก่ 1) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักรฯ 2) เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าฯ 3) ยานพาหนะ 4) ยางและของที่ทำได้ด้วยยาง 5) พลาสติกและของที่ทำได้ด้วยพลาสติก โดยอันดับที่ 1 และ 2 นั้น จัดรวมอยู่ในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษากับตลาดส่งออก 5 อันดับแรกในแต่ละอุตสาหกรรม ผลการศึกษา พบว่า ในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หรือ HS 84 และ HS 85 ตลาดที่ไทยสามารถเจรจาเพื่อหาความตกลงเพื่อเพิ่มพูนการค้าระหว่างกันได้ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น (ค่า TCI ในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 65-75) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ หรือ HS 87 ตลาดส่งออก 5 อันดับแรกทุกตลาด ได้แก่ ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่ไทยสามารถเพิ่มพูนการค้าระหว่างกันได้ (ค่า TCI ในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 67-80) สะท้อนให้เห็นว่า สินค้าที่ส่งออกโดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยไปยังตลาดทั้ง 5 ประเทศสามารถตอบสนองความต้องการ

ของผู้นำเข้าใน 5 ประเทศดังกล่าวได้เป็นอย่างดี โดยตลาดมาเลเซียเป็นตลาดที่มีค่า TCI สูงที่สุดอยู่ที่ 79.68 เช่นเดียวกันกับในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง (HS 40) ที่ตลาดส่งออก 5 อันดับแรกทุกตลาดเป็นตลาดที่สามารถผลักดันเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย (ค่า TCI ในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 57-80) และกลุ่มอุตสาหกรรมสุดท้าย คือ อุตสาหกรรมพลาสติก (HS 39) หากต้องการเพิ่มมูลค่าการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้ ตลาดที่ไทยมีโอกาสเติบโต ได้แก่ อินโดนีเซีย จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย (ค่า TCI ในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 65-80) ทั้งนี้ในส่วนของประเทศอินเดียแม้ค่า TCI จะมีแนวโน้มลดลง แต่ก็ยังถือว่าอยู่ในระดับสูง โดยล่าสุดในปี 2018 ค่า TCI อยู่ที่ 70.75

กล่าวโดยสรุป จากสถานการณ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่อาจจะเรียกได้ว่าอยู่ในภาวะ “กะพริ่งกะพริ่ง” ในบางช่วงยังสามารถขยายตัวได้ แต่อัตราการขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ หรือบางช่วงการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมก็หดตัว ทั้งที่ภาพรวมของเศรษฐกิจโลกไม่ได้มีวิกฤตเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ

ประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออก รวมถึงตั้งแต่ช่วงต้นปี 2561 ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันสถานการณ์การค้าโลกได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ทั้งหมดนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของประเทศไทยไม่มากนักน้อย ดังนั้น ในระยะสั้น

ตลาดส่งออกที่ควรผลักดันเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก เมื่อพิจารณาจาก Trade Complementarity Index หรือ TCI

การส่งออก	 US	 Australia	 Indonesia	 India	 Japan	 Philippines	 Malaysia	 China
สินค้าอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
ไฟฟ้า + อิเล็กทรอนิกส์	✓				✓			
ยานยนต์		✓	✓		✓	✓	✓	
ยาง	✓			✓	✓		✓	✓
พลาสติก			✓	✓	✓			✓

หากสงครามการค้ายังไม่ได้ข้อสรุป และหากผู้ส่งออกไทยต้องการเพิ่มมูลค่าการส่งออก การมองหาตลาดส่งออกที่ไทย “ผลิตสินค้าได้อยู่แล้ว” และตรงกับความต้องการของประเทศผู้นำเข้ารวมทั้งส่งออกสิ่งที่ประเทศเหล่านั้นต้องการได้ก็น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมควรจะนำมาพิจารณา โดยเมื่อพิจารณาจาก Trade Complementarity Index หรือ TCI ตลาดส่งออกที่ควรผลักดันเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ในภาพรวม ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ สำหรับรายสาขาอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้แก่ ตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ ตลาดจีน สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย และในอุตสาหกรรมพลาสติก ได้แก่ ตลาดอินโดนีเซีย จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย แต่อย่างไรก็ตามควรต้องพิจารณาแนวโน้มทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้นควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้ ในระยะต่อไปหากมีการศึกษาในระดับที่มีความละเอียดมากขึ้นก็จะทำให้

ทราบถึงตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจงกับสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ท้ายที่สุด ในระยะยาว ผู้ประกอบการไทยควรจับตาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่อาจทำให้สินค้าบางประเภทเป็นที่ต้องการน้อยลง เพื่อปรับปรุงโครงสร้างการผลิตให้เกิดสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของโลกที่ไม่หยุดนิ่งได้อย่างทันท่วงที

แหล่งที่มาของข้อมูล

- <https://www.gtis.com/gta/>
- <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- http://www.tpsso.moc.go.th/sites/default/files/2247-img_21.pdf
- <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/04/fta.pdf>
- <https://www.unescap.org/sites/default/files/3.Session2-Trade%20indicators%20for%20evaluating%20the%20potential%20impacts.pdf>
- <https://vi.unctad.org/tpa/web/docs/vol1/ch1.pdf>
- https://wits.worldbank.org/WITS/WITS/WITSHelp/Content/Utilities/e1.trade_indicators.htm