

บทที่ ๓

แนวโน้มและโครงสร้างของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

โดยที่ประเทศที่กำลังพัฒนาในปัจจุบันส่วนมากเป็นประเทศเล็กและยากจน อำนาจซื้อต่ำ ขอบเขตของตลาดในประเทศแคบ ประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ต่างก็มีความสามารถในการผลิตสินค้าซึ่งโดยมากเป็นสินค้าขั้นปฐม ประเภทอาหาร วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องระบายผลิตผลส่วนเกินนี้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การระบายผลิตผลส่วนเกินนี้ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ Myint เรียกว่า The vent for surplus theory^{๑/} และจากการที่มีการขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้นย่อมมีผลให้เกิดการขยายตัวในการผลิตสินค้าที่ตลาดต่างประเทศต้องการ และอาจทำให้มีการผลิตขนานใหญ่เกิดขึ้น เมื่อมีการผลิตขนานใหญ่เกิดขึ้นก็ย่อมเป็นการส่งเสริมให้มีการใช้เทคนิคใหม่ๆ เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย ซึ่งย่อมมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตตามแนวคิดนี้ Myint เรียกว่า Increasing in productivity theory^{๒/}

ในขณะเดียวกัน ประเทศที่กำลังพัฒนาย่อมต้องการสินค้าประเภททุนต่างๆ เป็นจำนวนมากเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สินค้าทุนเหล่านี้ประเทศที่กำลังพัฒนาไม่อาจจะสามารถทำการผลิตได้ในประเทศหรือผลิตได้ก็มักต้องใช้ต้นทุนสูง จึงจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ สิ่งจำเป็นต่างๆ ที่ประเทศที่กำลังพัฒนาในระยะเริ่มแรกต้องการได้แก่สินค้าจำพวกที่นำมาใช้ในการสร้างเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน (Infrastructure Projects) เช่น ถนน สะพาน เขื่อน เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการผลิตสินค้า และการขนส่งสินค้าไปสู่ตลาด โดยเฉพาะการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังต้องการเครื่องจักรเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาต่างๆ ใหขยายตัวขึ้น สินค้าเหล่านี้จะไ้มาาก็โดยการส่งสินค้าออกเพื่อนำเงินตรา

^{๑/} H. Myint, "The Classical Theory of International Trade and the Underdevelopment". Reading in Economic Development, Edited by Theoder, George W. Betz and Wk. Choudhry, (Belmont, California: Wadsworth Publishing, Inc. 1963) p. 257

^{๒/} Ibid.

ต่างประเทศมาซื้อ เพราะสินค้าออกจะแสดงถึงความสามารถในการนำสินค้าเข้า โดยเฉพาะ
 สินค้าประเภททุนที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สินค้าประเภททุนและความรู้ทาง
 เทคนิคเหล่านี้ประเทศที่กำลังพัฒนาต้องการอย่างมากถ้าหากขาดสินค้าออกแล้ว ก็ยากที่
 จะสั่งสินค้าเหล่านี้เข้ามาได้ ฉะนั้น ประเทศที่กำลังพัฒนาจึง ควรมุ่งส่งเสริมการลงทุนในการ
 ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกโดยพยายามผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้เปรียบกว่าประเทศอื่นและมี
 ประสิทธิภาพสูง สามารถที่จะนำไปขายแข่งขันกับต่างประเทศได้ และนำสินค้าเข้าที่จำเป็น
 มาเพื่อนำมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจสาขาต่างๆ ให้ขยายตัวต่อไปได้

๑. แนวโน้มการส่งออกสินค้าของไทย

บรรดาสินค้าที่ประเทศไทยส่งออก ถ้าจะจัดแบ่งเป็นหมวด (Section) ตาม SITC
 แล้ว จะได้ทั้งหมด ๑๐ หมวด คือ

- SITC 0 อาหาร (Food and Live Animal)
- SITC 1 เครื่องดื่มและยาสูบ (Beverages & Tobacce)
- SITC 2 วัตถุดิบ (Crude Materals)
- SITC 3 น้ำมันและน้ำมันหล่อลื่น (Mineral fuels & Lubricants)
- SITC 4 น้ำมันพืช น้ำมันสัตว์และไขมัน (Animal vegetable oil & fats)
- SITC 5 เคมีภัณฑ์ (Chemicals)
- SITC 6 ผลิตภัณฑอุตสาหกรรม (Manufactured Goods)
- SITC 7 เครื่องจักร (Machinery and Transport Equipment)
- SITC 8 สินค้าอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Manufactured Goods)
- SITC 9 อุปกรณ์ใช้การคมนาคมขนส่ง (Miscellaneous Transactions & Commodities)

มูลค่าของสินค้าหมวดต่างๆ ที่มีการส่งออกในระหว่างปี ๒๕๐๕ ถึง ๒๕๑๔ จะแสดงในตา
 รางที่ ๒

ตารางที่ ๒

มูลค่าการส่งออกตามประเภทสินค้า

๒๘

(ล้านบาท)

ประเภทสินค้า	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔
อาหาร ^{๒/}	๔,๓๐๒ (๔๘.๓)	๕,๒๖๒ (๕๘.๔)	๗,๑๕๓ (๕๘.๐)	๖,๓๓๗ (๕๒.๘)	๗,๑๑๕ (๕๐.๕)	๗,๖๓๑ (๕๔.๒)	๗,๐๑๖ (๕๑.๓)	๖,๕๘๒ (๕๔.๗)	๖,๘๕๗ (๕๗.๑)	๘,๒๔๓ (๕๓.๗)
เครื่องดื่มและยาสูบ	๓๕ (๐.๕)	๔๔ (๐.๕)	๘๒ (๐.๗)	๘๐ (๐.๗)	๑๒๑ (๐.๘)	๑๕๐ (๑.๑)	๒๐๔ (๑.๕)	๑๘๔ (๑.๐)	๒๐๖ (๑.๕)	๒๕๐ (๑.๕)
วัสดุเคมี	๔,๒๑๗ (๔๘.๓)	๓,๗๘๕ (๓๘.๑)	๔,๕๑๓ (๓๕.๘)	๔,๘๕๒ (๓๘.๒)	๕,๓๖๓ (๓๓.๘)	๓,๕๘๘ (๒๕.๕)	๓,๖๓๖ (๒๖.๖)	๔,๖๕๗ (๓๑.๖)	๔,๒๖๒ (๒๘.๘)	๔,๕๘๘ (๒๖.๖)
แร่ธาตุ	-	-	๖ (๐.๐)	๕๐ (๐.๓)	๕๐ (๐.๔)	๘๒ (๐.๖)	๑๕ (๐.๑)	๕๐ (๐.๓)	๕๕ (๐.๓)	๑๓๐ (๐.๗)
น้ำมันสัตว์และน้ำมันพืช	๑๗ (๐.๒)	๖ (๐.๐)	๕ (๐.๐)	๗ (๐.๐)	๑๓ (๐.๑)	๘ (๐.๐)	-	๓ (๐.๐)	๑๔ (๐.๑)	๑๘ (๐.๑)
เคมีภัณฑ์	๘ (๐.๐)	๑๓ (๐.๑)	๑๕ (๐.๑)	๑๕ (๐.๑)	๑๑ (๐.๐)	๑๖ (๐.๑)	๑๗ (๐.๑)	๒๓ (๐.๒)	๓๓ (๐.๒)	๔๕ (๐.๒)
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	๑๕๘ (๑.๗)	๑๘๗ (๑.๘)	๑๗๘ (๑.๕)	๕๘๘ (๔.๖)	๑,๕๕๖ (๑๑.๐)	๒,๐๘๐ (๑๔.๘)	๑,๘๐๓ (๑๓.๒)	๒,๑๕๘ (๑๕.๗)	๒,๑๘๘ (๑๕.๘)	๒,๕๐๘ (๑๕.๕)
เครื่องจักร	๓ (๐.๐)	๕ (๐.๐)	๗ (๐.๐)	๘ (๐.๐)	๑๕ (๐.๑)	๑๑ (๐.๐)	๘ (๐.๐)	๑๓ (๐.๐)	๑๕ (๐.๑)	๒๘ (๐.๒)
สินค้าอุตสาหกรรม - เบ็ดเตล็ด	๒๔ (๐.๓)	๓๐ (๐.๓)	๓๑ (๐.๒)	๒๘ (๐.๒)	๓๕ (๐.๒)	๓๐ (๐.๒)	๓๕ (๐.๓)	๔๕ (๐.๓)	๕๘ (๐.๔)	๑๐๓ (๐.๖)
อุปกรณ์ในการคมนาคม และขนส่ง	๘๐ (๐.๘)	๘๘ (๐.๘)	๘๖ (๐.๘)	๑๓๕ (๑.๐)	๑๑๗ (๐.๘)	๑๕๑ (๑.๐)	๒๕๒ (๑.๘)	๔๓๕ (๓.๐)	๕๗๑ (๓.๒)	๗๘๑ (๔.๕)
การส่งออกกลับคืน (Re-Export)	๒๗๔ (๒.๓)	๒๕๖ (๒.๗)	๓๕๓ (๒.๘)	๓๐๐ (๒.๓)	๓๐๕ (๒.๒)	๓๖๘ (๒.๖)	๖๘๒ (๕.๑)	๖๒๒ (๔.๖)	๕๒๒ (๓.๕)	๕๘๘ (๓.๕)
รวม	๘,๕๒๘ (๑๐๐)	๘,๖๗๖ (๑๐๐)	๑๒,๓๓๘ (๑๐๐)	๑๒,๘๕๑ (๑๐๐)	๑๔,๐๘๘ (๑๐๐)	๑๔,๑๖๖ (๑๐๐)	๑๓,๖๗๘ (๑๐๐)	๑๔,๓๒๒ (๑๐๐)	๑๔,๗๑๒ (๑๐๐)	๑๗,๒๘๑ (๑๐๐)

ที่มา . กรมศุลกากร

๒/ ตัวเลขในวงเล็บแสดง อัตราส่วนร้อยละ (Percentage Distribution) มูลค่าการส่งออก



การวางที่ ๓

อัตราเพิ่ม (Growth rate) ของการส่งออกตามประเภทสินค้า

(ล้านบาท)

ประเภทสินค้า	ปี	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	เฉลี่ย ๒๕๐๖-๒๕๑๔
อาหาร		๑๑.๙	๓๕.๙	-๕.๓	๕.๐	๗.๘	-๘.๕	-๖.๒	๕.๗	๑๘.๕	๗.๒
เครื่องใช้และยาสูบ		๒๕.๗	๘๖.๘	๕.๘	๓๘.๘	๒๕.๐	๓๖.๐	-๒๕.๕	๓๓.๘	๑๖.๕	๒๖.๙
วัตถุดิบ		-๑๐.๒	๑๖.๖	๑๒.๐	-๓.๖	-๒๕.๕	๑.๑	๒๗.๘	-๘.๓	๗.๖	๒.๙
แร่ธาตุ		-	-	๕๖๖.๗	๒๕.๐	๖๕.๐	-๘๑.๗	๑๖๖.๗	๑๒.๕	๑๘๘.๙	๑๐๕.๗
น้ำมันพืชและน้ำมันสัตว์		๖๕.๗	-๓๓.๓	๗๕.๐	๘๕.๗	-๓๐.๘	-	-	๕๖๖.๗	๒๘.๖	๖๕.๗
เคมีภัณฑ์		๖๒.๕	๑๕.๘	๐.๐	-๒๖.๗	๕๕.๘	๖.๓	๓๕.๓	๕๓.๕	๓๓.๓	๒๓.๙
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม		๑๗.๖	-๕.๓	๒๓๘.๖	๑๕๘.๘	๓๕.๓	-๑๓.๗	๑๘.๗	๑.๘	๑๕.๖	๕๑.๖
เครื่องจักร		๓๓.๓	๗๕.๐	๒๘.๖	๖๖.๗	-๒๖.๗	-๑๘.๒	๕๕.๘	๑๕.๕	๘๖.๗	๓๓.๙
อุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด		๒๕.๐	๓.๓	-๘.๗	๒๑.๘	-๑๑.๘	๑๖.๗	๒๘.๖	๓๑.๑	๗๕.๖	๑๘.๙
อุปกรณ์ในการคมนาคม และขนส่ง		-๑.๑	๗.๙	๓๙.๖	-๑๒.๗	๒๐.๕	๗๘.๗	๗๒.๖	๘.๓	๖๕.๘	๓๑.๑
การส่งออกกลับคืน (Re-Export)		-๖.๖	๓๗.๙	-๑๕.๐	๑.๓	๒๑.๐	๘๘.๐	-๑๐.๑	-๑๖.๑	๑๕.๖	๑๒.๘
รวม		๑.๕	๒๗.๕	๕.๙	๘.๙	๐.๕	-๓.๘	๗.๖	๐.๓	๑๗.๐	๗.๒

มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นทุกปี กล่าวคือ ในปี ๒๕๐๕ การส่งออกมีมูลค่าทั้งสิ้น ๘,๘๒๘ ล้านบาท ปี ๒๕๑๔ เพิ่มขึ้นเป็น ๑๓,๒๘๑ ล้านบาท เฉลี่ยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๓.๒ ต่อปี สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดได้แก่หมวดอาหาร ในปี ๒๕๐๕ ส่งออกเป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๔,๓๐๒ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๔๘.๓ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ในปี ๒๕๑๔ การส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๘,๒๘๓ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๔๗.๓ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น สินค้าที่สำคัญในหมวดนี้ได้แก่เนื้อสัตว์ ข้าง และผลิตภัณฑ์จากข้าง สินค้าส่งออกที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่หมวดวัตถุดิบ ในปี ๒๕๐๕ มีมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ๔,๒๑๗ ล้านบาท หรือประมาณ ๔๗.๓ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ในปี ๒๕๑๔ เพิ่มขึ้นเป็น ๔,๕๘๘ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒๖.๖ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น สินค้าที่สำคัญในหมวดนี้ได้แก่สินค้าประเภท ยาง ปอ และแร่ต่างๆ ถัดมาได้แก่สินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในปี ๒๕๐๕ มีมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ๑๕๕ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑.๗ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ในปี ๒๕๑๔ ได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒,๕๐๘ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑๘.๕ อุตสาหกรรมที่สำคัญในหมวดนี้ได้แก่ อัญมณี ผลิตภัณฑ์จากไม้ ฝ้าย เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า โครงสร้างของการส่งออกค่อยๆ เปลี่ยนไป กล่าวคือ สินค้าหมวดอาหาร และหมวดวัตถุดิบอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยค่อยๆ ลดลง ในขณะที่สินค้าส่งออกหมวดผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมค่อยๆ เพิ่มความสำคัญขึ้น ดังจะเห็นได้จากตารางที่ ๒ (ตัวเลขในวงเล็บ) ใน ขณะเดียวกันอัตราการขยายตัวของสินค้า หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเฉลี่ยแล้วในช่วง ๑๐ ปี สูงกว่าอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมหมวดอาหารและหมวดวัตถุดิบมาก กล่าวคือ สินค้า หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยแล้วร้อยละ ๕๑.๖ เทียบกับอุตสาหกรรมหมวดอาหารและหมวดวัตถุดิบในช่วงเดียวกันเป็นร้อยละ ๓.๒ และ ๒.๕ ตามลำดับ ทั้งนี้ จึงสามารถกล่าวได้ว่าในอนาคตสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมน่าจะมี ความสำคัญและบทบาทในการส่งออกมากขึ้น

๒. ตลาดสินค้าออกของไทย

การศึกษาในส่วนนี้ เพื่อให้เห็นภาพ เกี่ยวกับทิศทางการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย ในตลาดต่างๆ ที่ผ่านมาในอดีต ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการที่จะมุ่งศึกษาเฉพาะการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อไป

๑. ตลาดอาเซียน ประเทศในกลุ่มอาเซียน นอกจากประเทศไทยแล้ว จะประกอบด้วย ประเทศสมาชิกอื่นๆ คือ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ประเทศเหล่านี้รวมกลุ่ม เพื่อความมุ่งหมาย ในการร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการค้า การส่งออก สินค้าของไทย ในตลาดอาเซียน แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔

มูลค่าสินค้าส่งออกของไทยในตลาดอาเซียน

(ล้านบาท)

ปี	สินค้าส่งออกที่ส่งไปตลาดอาเซียน	อัตราเพิ่ม	มูลค่าสินค้าออกทั้งสิ้น	อัตราเพิ่ม	สินค้าออกที่ส่งไปตลาดอาเซียนเทียบสินค้าออกทั้งสิ้น
๒๕๐๘	๓,๒๕๐		๑๒,๕๔๑		๒๕.๑
๒๕๐๙	๒,๘๓๐	- ๑๓.๒	๑๔,๐๙๘	๘.๐	๒๐.๐
๒๕๑๐	๓,๐๓๖	๗.๗	๑๔,๑๖๖	๐.๕	๒๑.๔
๒๕๑๑	๒,๕๘๘	- ๑๔.๘	๑๓,๖๗๘	- ๓.๘	๑๘.๘
๒๕๑๒	๒,๕๙๔	๐.๒	๑๔,๗๗๒	๗.๖	๑๗.๖

ที่มา : กรมศุลกากร

สำหรับการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน มีความสัมพันธ์กันเป็นปกติกันมาเป็นเวลานาน ปี ๒๕๐๘ ประเทศไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายยังกลุ่มอาเซียนมูลค่าการรวมทั้งสิ้นประมาณ ๓,๒๕๐ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒๕.๑ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเหลือเพียง ๒,๕๙๔ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑๗.๖ สินค้าส่วนใหญ่ที่ส่งออกเป็นสินค้าเกษตรกรรม เช่น ข้าว ยางพารา ข้าวโพด และถั่ว ส่วนสินค้าประเภทอุตสาหกรรมที่สำคัญได้แก่ ฝาพิมพ์ดอก หนังฟอก หัตถกรรม เบ็ดเค็ดดี ผ้าไหม ผ้าฝ้าย อัญมณี เครื่องเงินถม เครื่องลงหิน สิ่งหัตถกรรม ไม้ ฝ้ายดิบ ซีเมนต์ ปอศัลเลนค์ หลอมและท่อทำถ้วยเหล็กและเหล็กกล้า ยารักษาโรค กระสอบป่าน เครื่องจักรกลและ

เครื่องใช้ เป็นที่นำส่งเกินกว่าสินค้าอุตสาหกรรมส่งออก เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม (Manufactured Goods) สินค้าเหล่านี้มีท่าทีว่าจะแนวโน้มส่งออกมากขึ้นใน
อนาคต โดยเฉพาะผ้าฝ้ายและอัญมณีเป็นที่ต้องการของตลาดอาเซียนมาก

๒. ตลาดประเทศพัฒนาแล้ว

ประเทศไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายยังกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่สำคัญได้แก่

(๑) กลุ่มตลาดรวมยุโรป (E.E.C.) ได้แก่

- ฝรั่งเศส
- เยอรมันตะวันตก
- อิตาลี
- เบลเยียม
- ลักเซมเบิร์ก
- เนเธอร์แลนด์

การค้ำระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มตลาดรวมยุโรปเท่าที่ผ่านมา ปริมาณการค้าค่อนข้าง
ได้ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ในปี ๒๕๐๓ ประเทศไทยได้ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศตลาดยุโรป

ตารางที่ ๕

มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดรวมยุโรป

(ล้านบาท)

ปี	สินค้าส่งออกที่ส่ง ไปตลาดรวมยุโรป	อัตราเพิ่ม	มูลค่าสินค้าออก ทั้งสิ้น	สินค้าออกที่ส่งไปตลาด รวมยุโรปเทียบกับทั้งหมด
๒๕๐๓	๑,๒๓๖		๑๒,๓๓๙	๑๓.๓
๒๕๐๔	๑,๓๐๘	๕.๒	๑๒,๘๘๑	๑๓.๒
๒๕๐๕	๑,๕๑๓	๑๑.๒	๑๔,๐๘๘	๑๐.๓
๒๕๑๐	๑,๓๒๘	๑๖.๘	๑๔,๑๖๖	๑๒.๕
๒๕๑๑	๒,๐๒๒	๑๔.๘	๑๓,๒๓๘	๑๔.๘
๒๕๑๒	๒,๑๐๒	๔.๐	๑๔,๓๒๒	๑๔.๓

ที่มา : กรมศุลกากร

มูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ ๑,๒๓๖ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑๓.๓ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น
 ลงมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒,๑๘๒ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑๔.๓
 ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น จะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดรวมยุโรปได้เพิ่มขึ้นทุกปีเฉลี่ย
 แล้วประมาณร้อยละ ๕.๗ ต่อปี การที่สินค้าของประเทศไทยส่งออกไปยังตลาดรวมยุโรปเพิ่มมา
 ขึ้นทุกปี เป็นเพราะสินค้าของไทยเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
 สอนกำหนดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Manufactured goods) ซึ่งได้แก่ อัญมณี หนังสั้ว
 ผ้าไหม เพชรนิลจินดาที่เจียรนัยแล้ว เครื่องเงินถม กระสอบป่าน สิ่งหัตถกรรมเบ็กเตลด
 และเครื่องใช้ในบ้านทำด้วยไม้

ประเทศที่เข้าสินค้าไทยเข้ามาที่สุดในกลุ่มตลาดรวมคือ เนเธอร์แลนด์ ประมาณร
 ละ ๔๕ ของมูลค่าส่งออกในกลุ่มตลาดรวมทั้งสิ้น รองลงมาได้แก่ เยอรมันตะวันตก ประมาณ
 ร้อยละ ๒๔ อิตาลี ประมาณร้อยละ ๑๖ ฝรั่งเศส ประมาณร้อยละ ๗ เบลเยียมประมาณร้อย
 ละ ๓ ส่วนดูเคซิมเบอร์ก มีมูลค่าการนำเข้าเพียงเล็กน้อย

(๒) กลุ่มการค้าเสรียุโรป (E.F.T.A.) ได้แก่

- สหราชอาณาจักร
- ออสเตรเลีย
- เคมมาร์ก
- นอร์เวย์
- โปรตุเกศ
- สวีเดน
- สวิสเซอร์แลนด์
- ฟินแลนด์

การค้าระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มการค้าเสรียุโรปดำเนินไปในลักษณะที่ไทยตกเป็น
 ฝ่ายเสียเปรียบตลอดมา มูลค่าการส่งออกของเรามีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ กล่าวคือในปี ๒๕๐๘

ตารางที่ ๖
มูลค่าสินค้าออกของไทยในประเทศกลุ่มการค้าเสรียุโรป

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๘	๓๕๘.๕		๑๒,๘๔๑	๕.๘
๒๕๐๙	๓๒๕.๓	- ๘.๕	๑๔,๐๘๘	๕.๒
๒๕๑๐	๕๘๘.๓	+ ๑๘.๕	๑๔,๑๖๖	๔.๑
๒๕๑๑	๖๑๐.๒	๔.๕	๑๓,๖๗๕	๔.๕
๒๕๑๒	๖๑๘.๕	๑.๕	๑๔,๗๒๒	๔.๒

ที่มา : กรมศุลกากร

ประเทศไทยได้ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศกลุ่มการค้าเสรียุโรปมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ ๓๕๘.๕ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๕.๘ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเหลือเพียง ๖๑๘.๕ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๔.๒ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น สินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญที่ประเทศไทยส่งไปจำหน่ายยังประเทศกลุ่มการค้าเสรียุโรป ส่วนมากเป็นสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Manufactured goods) ได้แก่ อัญมณี หนังสัก ผ้าไหม เครื่องเอนม เครื่องเพชรพลอยรูปพรรณ สิ่งหัตถกรรมโลหะ และสิ่งหัตถกรรมเบ็ดเตล็ด

- (๓) โอเชียเนีย (Oceania) ได้แก่
- ออสเตรเลีย
 - นิวซีแลนด์

ประเทศไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายยังออสเตรเลียเพียงเล็กน้อย กล่าวคือในปี ๒๕๐๘ ส่งออกไปเพียง ๒๓ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๐.๒ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาใน ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒๗ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๐.๕ ของมูลค่าการ

ส่งออกทั้งสิ้น มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นทุกปี เฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๓๐.๘ ทอปี สินค้าอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยส่งออกไปจำหน่ายให้แก่ออสเตรเลียได้แก่ ผ้าไหม กระสอบป่าน อัญมณีและเครื่องใช้ในบ้านทำด้วยไม้

ตารางที่ ๗

มูลค่าสินค้าขาออกของไทยในตลาดออสเตรเลีย

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๘	๒๓		๑๒,๕๔๑	๐.๒
๒๕๐๙	๓๕	๕๒.๒	๑๔,๐๙๔	๐.๓
๒๕๑๐	๙๑	๑๐๒.๙	๑๔,๑๖๖	๐.๕
๒๕๑๑	๕๕	๒๒.๕	๑๓,๖๗๔	๐.๔
๒๕๑๒	๖๔	๒๑.๘	๑๔,๙๗๒	๐.๕

ที่มา : กรมศุลกากร

สำหรับสินค้าออกของไทยไปยังนิวซีแลนด์ ก็เช่นเดียวกับออสเตรเลีย กล่าวคือ มีมูลค่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในปี ๒๕๐๓ มูลค่าการส่งออกประมาณ ๘.๔ ล้านบาท หรือประมาณ ร้อยละ ๐.๐๓ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ ได้เพิ่มขึ้นเป็น ๘.๒ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๐.๐๖ ของมูลค่าสินค้าออกทั้งสิ้น แนวโน้มการส่งสินค้าออกของไทยไปยังนิวซีแลนด์ ในช่วงปี ๒๕๐๓-๒๕๑๐ ลดลงทุกปี ต่อมาในปี ๒๕๑๑-๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกกลับมีแนวโน้มสูงขึ้น สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกไปยังตลาดนิวซีแลนด์ ได้แก่ ผ้าไหม ผ่าฉีนและอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ ๕
มูลค่าสินค้าออกของไทยไปตลาดนิวซีแลนด์

ปี	มูลค่าการส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๓	๘.๘		๑๒,๓๓๘	๐.๐๓
๒๕๐๔	๗.๓	- ๑๓.๑	๑๒,๘๘๑	๐.๐๖
๒๕๐๕	๖.๓	- ๑๓.๗	๑๔,๐๘๕	๐.๐๔
๒๕๑๐	๕.๒	- ๑๗.๕	๑๔,๑๖๖	๐.๐๔
๒๕๑๑	๕.๘	๑๑.๕	๑๓,๖๓๕	๐.๔๒
๒๕๑๒	๕.๒	๕.๖	๑๔,๗๒๒	๐.๐๖

ที่มา : กรมศุลกากร

๔. ประเทศอื่น ๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คือ

- ญี่ปุ่น
- อังกฤษ

ไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายแก่ญี่ปุ่นในปี ๒๕๐๓ มูลค่าประมาณ ๒,๕๓๒ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒๑.๗ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๓,๑๘๒ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒๑.๗ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยแล้วเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๕.๔ ต่อปี อุตสาหกรรมที่ส่งออกที่สำคัญได้แก่ ผ้าไหม อัญมณี เสนกกายและอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ ๕
มูลค่าสินค้าออกของไทยไปตลาดญี่ปุ่น

(ลานบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก	อัตราเพิ่ม	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น	(๑) ÷ (๓)
	(๑)	(๒)	(๓)	
๒๕๐๗	๒,๖๗๒		๑๒,๓๓๕	๒๑.๗
๒๕๐๘	๒,๓๕๕	- ๑๑.๗	๑๒,๕๔๑	๑๘.๒
๒๕๐๙	๒,๕๔๐	๒๘.๖	๑๔,๐๘๕	๒๐.๕
๒๕๑๐	๒,๕๕๕	๒.๐	๑๕,๑๖๖	๒๑.๒
๒๕๑๑	๒,๘๗๕	- ๕.๒	๑๓,๒๗๕	๒๑.๐
๒๕๑๒	๓,๑๕๒	๑๑.๑	๑๔,๗๒๒	๒๑.๗

ที่มา : กรมศุลกากร

สำหรับของกงซึ่งเป็นลูกค้าสำคัญของไทยมีความสัมพันธ์ทางการค้า ดำเนินติดต่อกันมาตลอดมา ในปี ๒๕๐๘ มูลค่าการส่งออกไปยังของกงประมาณ ๕๕๖ ลานบาท หรือประมาณร้อยละ ๖.๖ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มเป็น ๑,๑๕๖ ลานบาท หรือประมาณร้อยละ ๗.๕ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น การส่งออกกับแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี เฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๖.๔ ต่อปี สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกได้แก่ หนังสัปดาห์ ผสมกันยังไม่ประเภษฐ์ ยาง อัญมณี เครื่องเงินถม เครื่องรูปพรรณทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องลงหิน ผ้าพันคอ ผ้ายูกคอ ผาคลุมไหล่ และผ้าไหม

ตารางที่ ๑๐
มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดฮ่องกง

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก	อัตราเพิ่ม	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น	(๑) ÷ (๓)
	(๑)	(๒)	(๓)	
๒๕๐๘	๘๕๖		๑๒,๘๔๑	๖.๖
๒๕๐๙	๘๗๒	๘.๘	๑๔,๐๘๘	๖.๖
๒๕๑๐	๑,๐๘๔	๑๖.๓	๑๔,๑๖๖	๗.๗
๒๕๑๑	๘๒๑	-๑๕.๐	๑๓,๖๗๘	๖.๗
๒๕๑๒	๑,๑๕๖	๒๕.๕	๑๔,๗๒๒	๗.๘

ที่มา : กรมศุลกากร

๓. ตลาดทั้งหมด ตลาดทั้งหมดนั้น ได้รวมเอาประเทศคู่ค้าของไทยในเอเชียบางประเทศเข้าไปกับตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้ว ประเทศในเอเชียดังกล่าว ได้แก่ ไต้หวัน เกาหลีใต้ ลาว พม่า ปากีสถาน อินเดีย อิหร่าน

ไต้หวัน

ประเทศไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายในตลาดไต้หวันในปี ๒๕๐๗ มูลค่าทั้งสิ้นประมาณ ๑๘๘.๔ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑.๒ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒๓๕.๔ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๔.๓ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น แนวโน้มการส่งออกของไทยไปยังตลาดไต้หวันสูงขึ้นทุกปี เฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๕๕.๔ ต่อปี สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกไปสำคัญได้แก่ เส้นใยทำจากปอ หนังสัตว์ ฝ้ายดิบ แร่ขารลึกลับ โคร่งและส่วนประกอบยานยนต์

เกาหลีใต้

เกาหลีใต้เป็นประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับไทยในปี ๒๕๑๐

ไทยส่งสินค้าออกไปยังเกาหลีใต้เพียง ๐.๓ ล้านบาท ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒๑.๘ ล้านบาท แต่ก็เป็นมูลค่าเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกทั้งหมด สินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญที่ส่งออกได้แก่ สินแร่ สิ่งหัตถกรรมโลหะ เปลือกหอย ผสมคน

ตารางที่ ๑๑

มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดเกาหลีใต้

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๓	๑๘๘.๘		๑๒,๓๓๘	๑.๕
๒๕๐๘	๘๐.๘	-๕๕.๘	๑๒,๘๘๑	๐.๖
๒๕๐๙	๑๙๓.๐	๑๘๕.๐	๑๘,๐๙๘	๑.๘
๒๕๑๐	๒๙๐.๓	๕๓.๖	๑๘,๑๖๖	๒.๑
๒๕๑๑	๕๑๕.๒	๓๓.๒	๑๓,๖๓๘	๓.๘
๒๕๑๒	๖๓๕.๘	๒๓.๓	๑๘,๓๒๒	๔.๓

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ ๑๒

มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดเกาหลีใต้

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๓	๐.๓		๑๒,๓๐๘	๐.๐๑
๒๕๐๘	๑๓.๓	๘๕.๓	๑๒,๘๘๑	๐.๑๑
๒๕๐๙	๘.๑	-๕๐.๘	๑๘,๐๙๘	๐.๐๖
๒๕๑๐	๒๒.๓	๑๘๓.๓	๑๘,๑๖๖	๐.๑๖
๒๕๑๑	๘๕.๕	๑๐๐.๘	๑๓,๖๓๘	๐.๖๓
๒๕๑๒	๒๑.๘	-๕๓.๐	๑๘,๓๒๒	๐.๑๒

ที่มา : กรมศุลกากร

ถา

ไทยส่งสินค้าไปขายให้แกลาวในปี ๒๕๑๐ เป็นมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ ๒๕๑ ล้านบาท
 ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒๕๔ ล้านบาท มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลด
 ลงในช่วงปี ๒๕๐๘ - ๒๕๑๑ ต่อมาในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นจากเดิมเล็กน้อย
 สินค้าอุตสาหกรรมหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ส่งออกที่สำคัญได้แก่ ไม้สัก ผลิตภัณฑ์กระดาษ ซีเมนต์
 แขนแอสเบสตอร์ สังกะสี ผลิตภัณฑ์โลหะ ผ้าทอขายเส้นใยประเภทรู

ตารางที่ ๑๓มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดลา

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก			(๑) ÷ (๓)
	(๑)	(๒)	(๓)	
๒๕๐๘	๒๕๑		๑๒,๕๔๑	๒.๓
๒๕๐๙	๒๕๓	- ๕.๘	๑๕,๐๙๕	๒.๐
๒๕๑๐	๒๕๓	- ๑.๕	๑๕,๑๖๖	๑.๙
๒๕๑๑	๒๖๖	- ๕.๐	๑๓,๕๓๕	๑.๙
๒๕๑๒	๒๕๔	๕.๕	๑๕,๗๑๖	๒.๐

ที่มา : กรมศุลกากร

พมา

ในปี ๒๕๑๐ ไทยส่งสินค้าออกให้พมาเพียง ๑.๓ ล้านบาท ต่อมาในปี
 ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๓.๗ ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมด
 ๑๕,๗๑๖ ล้านบาท ในปี ๒๕๑๒ แล้ว จะเห็นได้ว่าตลาดพมาเป็นตลาดที่เล็กและแคบ สินค้า
 อุตสาหกรรมที่ไทยส่งออกได้แก่ เส้นค้ายและค้ายสำหรับสิ่งทอ สีย้อมผ้า ซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ หลอด
 และท่อทำค้ายอลูมิเนียมและโลหะผสมอลูมิเนียม ถ่านไฟฉาย เครื่องแต่งกายเวินแคททำค้ายเฟอร์
 ลูทชนไก แรกเก็บแมมมิตัน เครื่องหอมคอสเมติก และอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด

ปากีสถาน

ประเทศไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายให้ปากีสถานมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี กล่าวคือ ปี ๒๕๐๗ มูลค่าส่งออกประมาณ ๑๐.๖ ล้านดอลลาร์ ในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเหลือเพียง ๖.๖ ล้านดอลลาร์ สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกของไทยได้แก่ เคมีภัณฑ์ เครื่องกลไฟฟ้า เครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้า สิ่งหัตถกรรมจักจำพวกทอผ้าไหมและอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด

อินเดีย

มูลค่าการส่งออกของไทยไปอินเดียมีแนวโน้มไม่ค่อยแน่นอน กล่าวคือบางปีมูลค่าการส่งออกก็สูงบางปีก็ลดต่ำลง กล่าวคือในปี ๒๕๐๗ มูลค่าการส่งออกประมาณ ๑๕๐.๘ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๑.๒ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๕๓๐.๘ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๓.๖ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกที่สำคัญได้แก่ หนังสืผ้า แร่ น้ำมันเชื้อเพลิง อัญมณี และโลหะสีบุก แนวโน้มการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นในระหว่างปี ๒๕๐๗-๒๕๐๘ ต่ำมาในระหว่างปี ๒๕๑๐-๒๕๑๒ แนวโน้มการส่งออกค่อนข้างต่ำลง

ตารางที่ ๑๘

มูลค่าสินค้าออกของไทยในตลาดอินเดีย

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก (๑)	อัตราเพิ่ม (๒)	มูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (๓)	(๑) ÷ (๓)
๒๕๐๗	๑๕๐.๘		๑๒,๓๓๘	๑.๒
๒๕๐๘	๘๘๐.๘	๕๘๐.๕	๑๒,๘๘๑	๖.๘
๒๕๐๙	๑,๓๘๒.๐	๕๕.๑	๑๔,๐๙๘	๙.๘
๒๕๑๐	๗๕๕.๖	- ๕๕.๓	๑๔,๑๖๖	๕.๓
๒๕๑๑	๗๘๑.๗	๓.๕	๑๓,๖๗๘	๕.๗
๒๕๑๒	๕๐๓.๘	- ๓๒.๑	๑๔,๗๒๒	๓.๖

ที่มา : กรมศุลกากร

อิหร่าน

ไทยส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดอิหร่านมูลค่าเพียงเล็กน้อย กล่าวคือในปี ๒๕๐๙ มูลค่าการส่งออกเพียง ๗ ล้านบาท และในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น ๒๒ ล้านบาท สินค้าที่ส่งออกก็มีอยู่เพียงไม่กี่ชนิดคือ ปอ ข้าว โปด น้ำมันเชื้อเพลิงหนัก ถั่วลิสง และข้าว

ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าตลาดอาเซียนมีความสำคัญต่อสินค้าออกของไทยเป็นอันดับหนึ่ง กล่าวคือประเทศไทยส่งสินค้าออกไปยังตลาดอาเซียนในปี ๒๕๐๘ เป็นมูลค่า ๓,๒๕๐ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒๕.๑ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น แต่ในปี ๒๕๑๒ มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเล็กน้อยเหลือเพียง ๒,๕๕๔ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑๗.๖ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น และตลาดรวมยุโรป ตามลำดับ โดยมีมูลค่าเป็นร้อยละ ๒๑.๗ และ ๑๓.๓ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นในปี ๒๕๐๙ แต่อย่างไรก็ดี ในปี ๒๕๑๒ ตลาดญี่ปุ่นกลับครองความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งแทนตลาดอาเซียน กล่าวคือมีมูลค่าการส่งออกเป็น ร้อยละ ๒๑.๗ ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น รองลงมาได้แก่ตลาดอาเซียนและตลาดรวมยุโรปตามลำดับ โดยมีมูลค่าเป็นร้อยละ ๑๗.๖ และ ๑๔.๓ ตามลำดับ

เป็นน่าสังเกตว่าในบรรดาตลาดที่สำคัญทั้งสามตลาดนี้ ตลาดรวมยุโรปและตลาดญี่ปุ่นมีอัตราการนำสินค้าเข้าเฉลี่ยแล้วร้อยละ ๕.๗ และ ๔.๗ ตามลำดับ สำหรับตลาดอาเซียน อัตราการนำเข้ากลับลดลงประมาณร้อยละ ๕.๐ ต่อปี จึงเป็นที่ชัดเจนได้ว่าตลาดรวมยุโรปและตลาดญี่ปุ่นจะเพิ่มพูนความสำคัญในการนำสินค้าจากไทยเข้าในระยะอันใกล้

๓. อัตราการขยายตัวและการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของการส่งออก

๓.๑ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของการส่งออก

ในบรรดาสินค้าที่เราส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่าง ๆ นั้น จะเห็นได้ว่าสินค้าส่งออกประเภทผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีความสำคัญเป็นอันดับที่สามารถรองจากสินค้าออกหมวดอาหารและหมวดวัตถุดิบ (ตามตารางที่ ๒) และ (ตามตารางที่ ๓) อัตราการขยายตัวของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก็นับว่ามีอัตราขยายตัวค่อนข้างสูง ทั้งนี้ อัตราขยายตัวสูงมากกว่าหมวดอาหารและวัตถุดิบ ฉะนั้น ในอนาคตคาดว่าสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะมีบทบาท

ในการส่งออกมากขึ้น และโครงสร้างของการส่งออกจะค่อย ๆ เปลี่ยนจากหมวดอาหารและวัตถุดิบมาเป็นหมวดสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งจะได้ทำการศึกษาและวิจัยแนวโน้มในการส่งออกสินค้าในหมวดนี้เป็นพิเศษ ทั้งนี้ได้นำเอาข้อมูลการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมใน SITC หมวด ๖ โดยเลือกประเภทอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีการส่งออกมากในช่วงปี ๒๕๐๕-๒๕๑๔ ซึ่งมีอยู่ ๑๕ ประเภท และในการวิเคราะห์หาแนวโน้มการส่งออกและทิศทางการค้า ได้แบ่งตลาดออกเป็น ๓ ตลาด คือ ตลาดอาเซียน ตลาดประเทศพัฒนาแล้ว และตลาดทั้งหมด

สำหรับสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ส่งออกไปยังตลาดต่าง ๆ นั้น จะเห็นได้ว่าส่งออกไปตลาดประเทศพัฒนาแล้วมากกว่าตลาดอาเซียน กล่าวคือ ในปี ๒๕๐๕ ส่งออกไปยังตลาดประเทศพัฒนาแล้วประมาณ ๕๖.๕ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๑๑๕๕ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น เทียบกับที่ส่งออกไปตลาดอาเซียนมูลค่า ๐.๐๘ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๐๐๑๒ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ในขณะที่เดียวกัน เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมด จะเห็นได้ว่าส่งออกทั้งสิ้นมูลค่า ๗๖ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๑๒๐๕ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ต่อมาในปี ๒๕๑๔ ส่งออกไปตลาดประเทศพัฒนาแล้วมูลค่า ๑๕ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๐๒๑๘ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น ตลาดอาเซียนมูลค่า ๓ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๐๐๐๓๒ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดจะเห็นได้ว่าส่งออกมูลค่า ๒๕ ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ ๐.๐๒๘๕ ของมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น (รายละเอียดในตารางที่ ๑๕, ๑๖ และ ๑๗)

ตามที่ตัวเลขข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตลาดประเทศพัฒนาแล้วเป็นตลาดที่ใหญ่และสำคัญต่อสินค้าอุตสาหกรรมของเรา เมื่อเทียบกับตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้วจะยังคงความสำคัญอยู่เช่นต่อไปอีกนาน



๓.๒ อัตราภาษีของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออก

อุตสาหกรรมหมวดสินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกที่สำคัญที่เลือกศึกษา มีทั้งสิ้น ๑๕
ทั้งนี้ โดยอาศัยการแบ่งหมวดสินค้าตามมาตรฐานของ UN. (SITC) คือ

๒๑๑ - หนังสืงและผลิตภัณฑ์จากหนังสืง (Leather)

๒๒๔ - ผลิตภัณฑ์จากยาง (Rubber Articles)

๒๓๑ - ไม้เนียร์และไม้อัด (Veneer and Plywood)

๒๓๒ - ผลิตภัณฑ์จากไม้ (Wood Manufacture)

๒๔๒ - กระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ (Article of paper)

๒๕๑ - ไยทอและกาย (Textile Yarn and Thread)

๒๕๒ - ผาฝ้ายทอ (Cotton Frabies, Woven)

๒๕๓ - ผาฝืนทอนอกจากผาฝ้าย (Woven Textile non-Cotton)

๒๕๔ - สิ่งทอพิเศษอื่น ๆ (Spectral Textile Products)

๒๕๖ - ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ (Textile Products)

๒๖๑ - ซีเมนต์และอุปกรณ์ก่อสร้าง (Cement & Building Products)

๒๖๖ - เครื่องปั้นดินเผา (Pottery)

๒๖๗ - ไข่มุก และเครื่องประดับ (Pearl, Prec, Semi Pearl Stone)

๒๘๖ - ของมีคม เช่น ขนอห้อม มีด ฯลฯ (Cutlery)

๒๘๗ - ของใช้ในครัวเรือน (Base Material, Household Equipment)

ในการวิเคราะห์ต่อไปนี้จะวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ละตลาด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๕

มูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออก เทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นในระหว่างปี ๒๕๐๕-๒๕๑๔

กลาโหมเขียน (ตามราคาปี ๒๕๐๖)

๕๐

(พันดอลลาร์)

	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔
๑. มูลค่าส่งออกทั้งสิ้น	๔๗๖,๔๕๐	๔๘๓,๘๐๐	๖๑๖,๙๕๐	๖๔๗,๐๕๐	๗๐๕,๙๕๐	๗๐๘,๓๐๐	๖๘๓,๙๕๐	๗๓๖,๑๐๐	๗๓๘,๖๐๐	๘๖๔,๐๕๐
๒. สินค้าผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมส่งออก	๕๐	๖๕๒	๕๓๘	๕๓๔	๖๕๐	๖๕๒	๒,๑๓๗	๑,๙๗๖	๑,๙๐๔	๒,๗๖๐
๓. (๒) ÷ (๑)	๐.๐๐๐๒	๐.๐๐๑๓	๐.๐๐๐๘	๐.๐๐๐๘	๐.๐๐๐๙	๐.๐๐๐๙	๐.๐๐๓๑	๐.๐๐๒๗	๐.๐๐๒๖	๐.๐๐๓๒

ตารางที่ ๑๖

มูลค่าสินค้าคงคลังของอุตสาหกรรมส่งออกเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นระหว่างปี ๒๕๐๕-๒๕๑๔

ตลาดประเทศพัฒนาแล้ว (ตามราคาปี ๒๕๐๖)

(พันดอลลาร์)

	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔
๑. มูลค่าส่งออกทั้งสิ้น	๔๗๖,๕๕๐	๔๘๓,๘๐๐	๖๑๖,๕๕๐	๖๔๗,๐๕๐	๗๐๘,๕๕๐	๗๐๘,๓๐๐	๖๘๓,๕๕๐	๗๓๖,๑๐๐	๗๓๘,๖๐๐	๘๖๘,๐๕๐
๒. สินค้าคงคลัง อุตสาหกรรมส่งออก	๕๖,๕๐๕	๓,๓๕๕	๓,๖๕๗	๓,๘๘๑	๑,๖๕๗	๖,๑๖๒	๘,๕๖๕	๑๐,๒๕๕	๕,๒๓๖	๑๘,๕๕๕
๓. (๒) ÷ (๑)	๐.๑๑๘๕	๐.๐๐๖๙	๐.๐๐๖๐	๐.๐๐๖๐	๐.๐๐๒๓	๐.๐๐๘๗	๐.๐๑๒๕	๐.๐๑๔๐	๐.๐๑๒๕	๐.๐๒๑๕

มูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออกเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นระหว่างปี ๒๕๐๕-๒๕๑๔

ตลาดทั้งหมด (ตามราคาปี ๒๕๐๖)

	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔
๑. มูลค่าส่งออกทั้งสิ้น	๔๓๖,๔๕๐	๔๘๓,๘๐๐	๖๐๖,๙๕๐	๖๘๓,๐๕๐	๗๐๕,๙๕๐	๗๐๘,๓๐๐	๖๘๓,๙๕๐	๗๓๖,๑๐๐	๗๓๘,๖๐๐	๘๖๕,๐๕๐
๒. สินค้าผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมส่งออก	๗๖,๔๕๘	๕,๖๓๐	๕,๓๘๖	๕,๕๕๖	๕,๓๔๑	๗,๑๓๕	๑๐,๘๖๙	๑๒,๗๖๙	๑๒,๙๑๕	๒๔,๕๘๔
๓. (๒) ÷ (๑)	๐.๑๗๕๕	๐.๐๑๑๖	๐.๐๐๘๗	๐.๐๐๘๖	๐.๐๐๗๖	๐.๐๑๐๑	๐.๐๑๕๙	๐.๐๑๗๓	๐.๐๑๗๔	๐.๐๒๘๕

ตารางที่ ๑๘

มูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออกตลาดอาเซียนและอัตราการขยายตัว

๔๔

(มูลค่าตามราคาปี ๒๕๐๖)

(พันคอลลาร์)

ปี ประเภทสินค้า	๒๕๐๗	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๘	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	อัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปี	
											ช่วงปีแรก	ช่วงปีหลัง
ผลิตภัณฑ์หนังสือ SITC 661	๑๒๕.๕	๑๖๖.๐๐	๑๑๔.๖๐	๑๕๕.๘๐	๕๘.๕๐	๕๘.๖๐	๕๗.๗๐	๗๓.๕๐	๖๒.๕๐	๓๖๐.๘๐	-๐.๕%	เกิน ๑๐๐%
ผลิตภัณฑ์ยาง SITC 629	๓.๘๘	๖.๐๐	๓.๘๘	๑.๘๖	๒.๖๘	๕.๓๘	๖๓.๘๘	๑๖.๘๓	๕๗.๗๕	๕๗.๒๘	๒.๘%	เกิน ๑๐๐%
ไม้เนื้อแข็ง, ไม้สัก SITC 631	๒๐.๗๕	๒๖.๐๐	๒๔.๒๗	๑๒.๑๕	๕.๓๖	๖.๑๕	๓.๗๓	๓๐.๘๕	๓๑.๕๓	๑๖๓.๓๐	-๒๑.๓%	เกิน ๑๐๐%
ผลิตภัณฑ์ไม้ SITC 632	๑.๕๕	๕.๐๐	๓.๘๘	๑๓.๐๘	๓.๕๗	๒๓.๖๘	๓๕.๒๕	๖๐.๗๕	๖๓.๕๖	๑๑๓.๐๐	๗๕.๕%	๕๐.๖๕%
ผลิตภัณฑ์กระดาษ SITC 642	๒.๕๑	๕.๐๐	๓.๘๘	๑.๘๗	-	๕.๒๖	๒.๘๐	๑.๘๗	๘.๑๐	๑๕๗.๕๕	-๐.๘%	เกิน ๑๐๐%
เส้นใยสิ่งทอและกาย SITC 651	-	๕.๐๐	๔.๘๕	๒.๘๐	-	-	๕.๖๑	๒๗.๑๐	๕๑.๕๕	๕๐.๑๘	๓๗.๕%	เกิน ๑๐๐%
ผ้าฝ้ายทอ SITC 652	๗๕.๖๕	๗.๐๐	๖.๘๐	๑๑.๒๑	๒๓.๒๑	๑๒๕.๕๕	๗๑๕.๖๒	๖๗๖.๖๕	๕๗๓.๕๗	๒๐๑.๕๗	๒๖.๖%	๕๑.๑๕%
ผ้าเนื้อทอที่นอกจากผ้าฝ้าย SITC 653	๘๕.๓๒	๕๘.๐๐	๑๒๒.๓๓	๕๕.๐๖	๑๑๒.๕๐	๕๕.๑๖	๕๘.๑๒	๑๕๐.๑๘	๑๗๒.๕๗	๒๕๕.๕๗	๗.๒%	๓๕.๑๘%
สิ่งทอพิเศษอื่นๆ SITC 655	๒.๕๑	๒๕.๐๐	๒๐.๓๕	๑๐.๓๐	๑๑.๖๐	๒๕.๘๓	๖๖.๓๕	๕๗.๕๕	๖๖.๖๗	๕๒๒.๓๓	๒๐๗.๕%	๒๗.๗๕%
ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ SITC 656	๐.๕๗	๖.๐๐	๕๑.๗๕	๑๒๗.๑๐	๒๖๓.๕๐	๑๕๗.๘๕	๕๒๕.๓๓	๗๖๒.๖๑	๒๒๒.๕๓	๘๕๕.๕๓	-๒๕.๖%	เกิน ๑๐๐%
ซีเมนต์และอุปกรณ์ก่อสร้าง SITC 661	๓๕๕.๑๗	๑๕๗.๐๐	๑๗๑.๘๕	๒๕๕.๕๗	๒๗๗.๖๘	-	-	-	-	๒๗๖.๖๓	-๓๕.๖%	-
เครื่องปั้นดินเผา SITC 666	-	๗.๐๐	๓.๘๘	๐.๕๓	๒.๖๘	๕.๓๘	๗.๕๗	๕.๖๗	-	๑.๘๗	๒๒.๕%	-๒๗%
ไซมุก, เครื่องประดับ SITC 667	๘๐.๘๕	๑๑๓.๖๐	๘๕.๕๖	๑๖.๘๒	๓๗.๕๕	๗๕.๕๕	๗๒๒.๘๕	๖๖.๓๕	๑๕๐.๕๕	๑๒๗.๕๖	๑๕.๕%	๒๓.๖๓%
เครื่องตัดและข้อมักมกดงๆ SITC 696	๕.๗๑	๑๕.๐๐	๕.๕๕	๑๕.๘๘	๑๘.๗๒	๒๐.๑๘	๑๕.๗๒	๑๕.๖๒	๓๑.๕๓	๒๕.๒๕	๒๓.๒%	๑๑.๗๕%
เครื่องใช้ภายในบ้าน SITC 697	๓๐.๑๗	๗.๐๐	๒๕.๐๕	๓๓.๖๕	๕๑.๕๖	๓๒.๕๕	๕๑.๑๑	๓๖.๕๕	๒๕.๗๒	๕๒.๐๖	๕๗.๘%	๕.๖%

มูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออกตลาดประเทศพัฒนาแล้วและอัตราการขยายตัว

(มูลค่าตามราคาปี ๒๕๐๖)

(พันดอลลาร์)

ประเภทสินค้า	ปี											อัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปี	
	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	ช่วง ๕ ปีแรก	ช่วง ๕ ปีหลัง
ผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์ SITC 661	๓๕.๗๖	๓.๐	๐.๙๖	๐.๘๘	๕.๖๕	๘๕.๓๕	๑๕๕.๓๘	๑๓๗.๒๘	๒๕๗.๐๐	๔๕๑.๘๘	๑๐๑.๒๒ %	๕๑.๐๘ %	
ผลิตภัณฑ์ยาง SITC 629	๕๑.๕๑	๕๗.๐๐	๕๐.๗๗	๖๑.๕๐	๕๗.๒๖	๘๗.๕๐	๘๙.๗๖	๘๘.๖๔	๑๑๐.๖๔	๑๑๖.๓๐	๘.๕ %	๑๒.๓๕ %	
ไม้เนื้อแข็ง, ไม้ฉีก SITC 631	๑๒๑.๒๘	๒๑.๐๐	๑๖.๓๔	๑๒.๒๘	๕.๘๘	๓.๙๔	๓๑.๐๗	๕๕.๕๕	๗๐.๗๑	๑๑๐.๓๗	๕๗.๙ %	เกิน ๑๐๐ %	
ผลิตภัณฑ์ไม้ SITC 632	๑๖๖.๖๗	๑๗๖.๐๐	๒๕๕.๘๐	๑๕๕.๓๓	๑๗๙.๒๐	๕๑๒.๓๓	๖๘๐.๕๖	๖๗๗.๓๓	๑,๐๒๗.๐๐	๑,๘๘๘.๘๘	๗.๐ %	๕๒.๓๕ %	
ผลิตภัณฑ์กระดาษ SITC 642	๒.๐๒	๑.๐๐	๐.๙๖	๖.๑๔	๕.๐๓	๘.๖๗	๘๙.๐๗	๘๑.๐๖	๕๙.๒๘	๑๗๙.๒๖	๑๑๒.๗ %	เกิน ๑๐๐ %	
เส้นใยสิ่งทอและกาย SITC 551	-	๖.๐๐	๑๑.๕๔	-	๑.๖๑	๕.๐๓	๑๒.๖๐	๑๗๗.๑๘	๕๓๐.๗๑	๑,๐๒๘.๑๖	๕๒.๓ %	เกิน ๑๐๐ %	
ผ้าฝ้ายทอ SITC 652	๕.๐๘	๒๐.๐๐	๒๖.๙๑	๒๘.๘๒	๖๐.๕๒	๙๖.๘๔	๒๒๐.๓๐	๓๑๕.๙๒	๒๒๓.๕๖	๑,๖๙๐.๓๖	๑๓๕.๘ %	เกิน ๑๐๐ %	
ผ้าผืนทอที่นอกจากผ้าฝ้าย SITC 653	๑,๐๓๐.๓๐	๑,๓๙๖.๘๐	๑,๕๐๕.๘๐	๑,๑๐๖.๑๗	๑,๑๑๑.๒๘	๑,๑๖๖.๒๘	๑,๐๘๙.๑๘	๑,๐๕๒.๔๔	๑,๕๒๑.๑๔	๘๗๕.๖๔	-๖.๒ %	-๕.๒๘ %	
สิ่งทอพิเศษอื่นๆ SITC 655	๕.๐๕	๕.๐๐	-	-	-	๒.๗๘	๕๓๗.๐๑	๓๑๕.๑๔	๑๘๙.๕๗	๓๑๗.๗๘	-๑.๐ %	เกิน ๑๐๐ %	
ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ SITC 656	๑.๐๑	๕๓๗.๐๐	๒๗.๘๘	๕๗.๕๐	๘๘.๕๐	๓๐๙.๕๔	๓๗๗.๑๖	๗๗๕.๗๖	๖๓๕.๒๑	๓,๘๑๕.๕๖	เกิน ๑๐๐ %	เกิน ๑๐๐ %	
ซีเมนต์และอุปกรณ์ก่อสร้าง SITC 661	๑.๐๑	-	-	๑๐.๕๓	-	-	-	๒.๒๗	๒.๑๔	๗๘.๕๓	-	เกิน ๑๐๐ %	
เครื่องปั้นดินเผา SITC 666	๑๕.๑๕	๑๘.๐๐	๑๘.๒๖	๒๓.๗๐	๑๕.๕๑	๑๖.๕๒	๑๙.๘๑	๒๘.๗๘	๒.๑๔	๒๐.๗๓	๒๘ %	เกิน ๑๐๐ %	
ไข่มุก, เครื่องประดับ SITC 667	๑,๕๗๕.๗๖	๑,๑๒๐.๐๐	๑,๖๖๐.๕๘	๒,๓๓๒.๕๗	๑,๕๙๙.๙๙	๒,๙๙๓.๓๔	๕,๑๙๗.๖๒	๕,๑๕๘.๗๙	๕,๒๖๓.๕๕	๘,๐๐๑.๕๑	-๘.๖ %	๒๖ %	
เครื่องตัดและของมีคมต่างๆ SITC 696	๒๐๖.๐๖	๑๓๙.๐๐	๒๐๘.๙๐	๙๕.๓๖	๑๑๒.๕๒	๑๕๗.๕๒	๑๙๖.๗๓	๒๓๑.๖๔	๒๖๙.๙๗	๓๓๑.๑๑	-๕.๖ %	๒๓.๒ %	
เครื่องใช้ภายในบ้าน SITC 697	๒๗.๒๗	๑๗.๐๐	๒๓.๐๗	๑๑.๕๐	๗.๒๐	๑๓.๗๒	๑๘.๑๐	๑๕.๑๖	๒๐.๗๑	๒๘.๖๔	๒๒.๔ %	๒๓.๙ %	

มูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมส่งออกตลาดทั้งหมดและอัตราการขยายตัว

(มูลค่าตามราคาปี ๒๕๐๖)

(พันกอลลา)

ปี ประเภทสินค้า	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	อัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปี	
											ทางปีแรก	ทางปีหลัง
ผลิตภัณฑ์หนังสือ SITC 661	๒๐๘.๘๖	๑๓๑.๐๐	๑๑๕.๕๖	๑๕๘.๖๘	๑๐๕.๑๔	๑๕๓.๙๕	๑๒๒.๐๘	๒๕๑.๑๘	๓๕๙.๙๐	๘๑๒.๕๘	-๑๑.๓%	๕๙.๒ %
ผลิตภัณฑ์ยาง SITC 629	๕๕.๒๙	๕๓.๐๐	๕๕.๖๕	๖๓.๒๖	๖๒.๖๒	๙๒.๖๓	๑๕๓.๕๓	๑๐๕.๕๓	๑๓๐.๑๐	๓๒๖.๙๐	๘.๓%	๕๖.๙%
ไม้เนื้อแข็ง, ไม้สัก SITC 631	๑๕๙.๖๘	๕๘.๐๐	๕๐.๖๑	๒๔.๕๓	๙.๘๔	๑๐.๙๖	๓๔.๘๐	๘๕.๓๙	๑๘๒.๕๖	๕๓๑.๓๐	-๕๕.๓%	เกิน ๑๐๐%
ผลิตภัณฑ์ไม้ SITC 632	๖๑๘.๖๑	๑๘๑.๐๐	๒๕๘.๖๘	๑๕๓.๕๑	๑๘๓.๕๓	๕๓๖.๐๑	๓๓๑.๘๕	๓๖๕.๐๓	๑,๑๓๙.๖๑	๒,๐๐๖.๕๐	๖.๘%	๕๖.๖%
ผลิตภัณฑ์กระดาษ SITC 642	๑๒.๓๐	๑๑.๐๐	๑๓.๕๓	๑๑.๓๕	๕.๘๒	๑๐.๐๕	๑๐.๓๓	๘๙.๕๓	๖๘.๒๕	๓๕๓.๕๘	-๑๓.๕%	เกิน ๑๐๐%
เส้นใยสิ่งทอและกาย SITC 651	๑.๙๕	๑๑.๐๐	๑๖.๓๙	๒.๘๐	๖.๕๓	๑๐๒.๒๘	๒๓๓.๘๑	๑,๓๓๓.๕๓	๙๓๓.๐๕	๑,๐๙๒.๖๕	เกิน ๑๐๐%	เกิน ๑๐๐%
ผ้าฝ้ายทอ SITC 652	๘๒.๖๘	๒๓๓.๐๐	๕๖.๐๕	๕.๐๓	๘๕.๕๒	๒๒๓๓.๕๕๑,๐๑๐.๒๐	๑,๐๐๐.๓๕	๓๐๑.๓๕	๑,๘๙๑.๕๒	๑,๘๙๑.๕๒	เกิน ๑๐๐%	เกิน ๑๐๐%
ผ้าเนื้อทอหนักจากผ้าฝ้าย SITC 653	๑,๑๒๒.๕๓	๑,๕๕๖.๐๐	๑,๕๓๑.๐๓	๑,๒๒๑.๓๑	๙๒๓.๓๘	๑,๕๑๒.๖๓๑,๑๑๓.๘๕	๑,๑๘๓.๒๘	๑,๓๓๐.๕๑	๑,๑๑๑.๑๕	๑,๑๑๑.๑๕	- ๒.๕%	๕.๘ %
สิ่งทอพิเศษอื่นๆ SITC 655	๓.๙๖	๓๕.๐๐	๒๐.๓๙	๑๐.๒๐	๑๑.๖๐	๓๑.๖๑	๖๐๓.๓๖	๓๒๙.๓๓	๕๘๕.๒๕	๓๓๑.๐๕	เกิน ๑๐๐%	เกิน ๑๐๐%
ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ SITC 656	๑.๘๘	๙๕๓.๐๐	๓๓.๓๖	๑๓๕.๕๓	๓๖๑.๕๐	๕๓๘.๓๕๑,๓๒๖.๕๕	๑,๖๒๘.๑๐	๖๙๕.๖๐	๕,๖๙๕.๐๓	๕,๖๙๕.๐๓	เกิน ๑๐๐%	เกิน ๑๐๐%
ซีเมนต์และอุปกรณ์ก่อสร้าง SITC 661	๑,๕๖๒.๑๓	๑,๕๖๖.๐๐	๑,๐๘๙.๓๐	๑,๑๓๑.๐๙	๑๘๓.๕๘	๑.๓๕	๒.๘๐	--	๕๕๓.๐๕	๑,๕๙๖.๒๓	-๓๒.๓%	เกิน ๑๐๐%
เครื่องปั้นดินเผา SITC 666	๑๕.๑๕	๒๕.๐๐	๒๒.๑๕	๒๕.๕๑	๑๓.๑๙	๒๑.๓๙	๒๓.๒๘	๓๓.๕๕	๒.๑๕	๒๒.๖๐	๕.๑%	เกิน ๑๐๐%
ไข่มุก, เครื่องประดับ SITC 667	๑,๖๕๕.๕๕	๑,๒๖๕.๐๐	๑,๓๕๕.๘๒	๒,๕๑๐.๐๕	๓,๑๑๒.๕๘	๓,๘๘๓.๓๕๕,๓๖๖.๓๘	๕,๓๕๕.๐๕	๕,๓๓๕.๓๘	๘,๒๓๕.๓๘	๘,๒๓๕.๓๘	๒๐.๕%	๒๕.๓%
เครื่องตัดและของมีคมต่างๆ SITC 696	๒๑๖.๓๕	๑๕๖.๐๐	๒๖๖.๖๑	๑๑๓.๙๓	๑๕๓.๓๑	๑๓๓.๘๕	๒๒๖.๖๕	๕๐๘.๕๕	๑,๕๕๑.๙๕	๑,๐๘๘.๐๓	๕.๐%	๕๙.๕ %
เครื่องใช้ภายในบ้าน SITC 697	๑๐๓.๘๖	๒๕.๐๐	๕๘.๐๘	๕๕.๐๕	๕๐.๑๑	๕๓.๓๒	๖๕.๓๕	๖๐.๐๒	๖๓.๐๕	๓๓.๓๘	๖.๙%	๑๒.๙ %

อุตสาหกรรมหนังสือและผลิตภัณฑ์จากหนังสือ (SITC 611)

อุตสาหกรรมหนังสือและผลิตภัณฑ์จากหนังสือที่ส่งออกไปยังตลาดอาเซียนในช่วงระยะ ๕ ปีแรกคือปี ๒๕๐๕-๒๕๐๙ มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยแล้วค่อนข้างลดลงประมาณร้อยละ ๐.๕ ต่อปี แต่ในตลาดประเทศพัฒนาแล้ว ในช่วงเดียวกันก็มีแนวโน้มสูงขึ้นประมาณร้อยละ ๑๐๑.๒ ต่อปี ส่วนตลาดทั้งหมดในช่วงเดียวกันลดลงประมาณร้อยละ ๑๑.๗ ต่อปี

แต่ในช่วง ๕ ปีหลัง คือปี ๒๕๑๐-๒๕๑๔ มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ และ ๕๑.๖ ต่อปีตามลำดับ และในตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณ ๕๘.๒ ต่อปี

แต่ในช่วง ๕ ปีหลัง คือปี ๒๕๑๐-๒๕๑๔ มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ และ ๕๑.๖ ต่อปี ตามลำดับ และในตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณ ๕๖.๒ ต่อปี

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์จากยาง (SITC 624)

อุตสาหกรรมนี้ต่างกับอุตสาหกรรมประเภทแรก กล่าวคือในช่วง ๕ ปีแรกคือปี ๒๕๐๕-๒๕๐๙ การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๒๐.๘ และ ๘.๕ ต่อปีตามลำดับ พิจารณาจากตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๘.๗ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลัง ได้มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยสูงกว่าร้อยละ ๑๐๐ และ ๑๒.๓๕ ต่อปี และมูลค่าการส่งออกของตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นตามโดยเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๔๖.๕ ต่อปี

อุตสาหกรรมไม้เนื้อแข็งและไม้ฉีก (SITC 631)

ในช่วง ๕ ปีแรก มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้แนวโน้มลดลง สำหรับตลาดอาเซียนประมาณร้อยละ ๒๑.๓ แต่ตลาดพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๗.๕ ต่อปี ทำให้ตลาดทั้งหมดลดลงไปประมาณร้อยละ ๔๕.๗ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลังทั้ง ๒ ตลาดกลับมีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยแล้วสูงถึงร้อยละ ๑๐๐ ทำให้ตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ ๑๐๐ ต่อปีเช่นกัน

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากไม้ (SITC 632)

ทั้งในช่วงแรกและช่วงหลังมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งในสองตลาด จึงทำให้มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๖.๘ ต่อปี ในช่วงแรกและ ๔๑.๖ ต่อปี ในช่วงหลัง

อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ (SITC 642)

ในช่วง ๕ ปีแรกของอุตสาหกรรมนี้ มูลค่าการส่งออกไปตลาดอาเซียนลดลงประมาณร้อยละ ๐.๘ ต่อปี แต่ในตลาดประเทศพัฒนาแล้ว เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๑๑๒.๗ ตลาดทั้งหมดลดลงประมาณร้อยละ ๑๓.๕ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลังการส่งออกไปเพิ่มมากขึ้น คือเกินกว่า ๑๐๐ ทั้ง ๒ ตลาด ทำให้การส่งออกไปยังตลาดทั้งหมดเพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ เช่นกัน

อุตสาหกรรมยางและค้าย (SITC 651)

ในช่วง ๕ ปีแรกของการส่งออกทั้งสองตลาดเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๓๗.๕ และ ๘๒.๓ ต่อปี สำหรับการส่งออกไปยังตลาดทั้งหมดนั้น ในช่วง ๕ ปีแรกการส่งออกเพิ่มมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลังการส่งออกไปยังตลาดทั้ง ๓ ตลาด เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยแล้ว สูงกว่าร้อยละ ๑๐๐

อุตสาหกรรมผ้าฝ้ายทอ (SITC 652)

การส่งออกของสินค้าประเภทนี้ทั้งในตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๒๖.๖ และ ๑๓๕.๘ ต่อปี สำหรับในช่วงแรก ส่วนในช่วงหลังการส่งออกได้เพิ่มขึ้นมากขึ้นกว่าครึ่งแรก คือ เป็นประมาณร้อยละ ๘๑.๑๕ และสูงกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดการส่งสินค้าประเภทนี้ออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพิ่มมากกว่าร้อยละ ๑๐๐.๐ ทั้งในระยะ ๕ ปีแรก และ ๕ ปีหลัง

อุตสาหกรรมผ้าฝ้ายทอจากผ้าฝ้าย (SITC 653)

การส่งออกของอุตสาหกรรมประเภทนี้ในช่วง ๕ ปีแรกส่งออกไปยังตลาดอาเซียนเฉลี่ยแล้วเพิ่มประมาณร้อยละ ๗.๒ ต่อปี สำหรับในตลาดประเทศพัฒนาแล้วมูลค่าการส่งออกของเราที่ลดลงเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๓.๒ ต่อปีในช่วง ๕ ปีหลัง การส่งออกไปยังตลาด

อาเซียนกลับคืนคือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๓๔.๑๓ ต่อปี การส่งออกในประเทศพัฒนาแล้วก็ยังลดลงอยู่เหมือนเดิม กล่าวคือมีอัตราการลดลงประมาณร้อยละ ๕.๒๕ ต่อปี เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดในช่วง ๕ ปีแรก การส่งออกของเราลดลงไปประมาณร้อยละ ๒.๕ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีหลังลดลงประมาณร้อยละ ๔.๘ ต่อปี

อุตสาหกรรมสิ่งทอพิเศษอื่น ๆ (SITC 655)

แนวโน้มการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนในช่วง ๕ ปีแรกมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี การส่งออกไปยังตลาดประเทศพัฒนาแล้วลดลงประมาณร้อยละ ๑.๐ ต่อปี ส่วนในช่วง ๕ ปีหลังการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๒๓.๗๕ ต่อปี และส่งออกไปยังตลาดประเทศพัฒนาแล้วมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดจะเห็นได้ว่าในช่วง ๕ ปีแรกและ ๕ ปีหลังการส่งออกเพิ่มมากกว่าร้อยละ ๑๐๐.๐ ต่อปี

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ (SITC 656)

การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนของสินค้าประเภทนี้เพิ่มขึ้นทุกปีในช่วง ๕ ปีแรกมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี ส่งออกไปยังตลาดประเทศพัฒนาแล้วและตลาดทั้งหมด ในช่วงเดียวกันเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี เช่นกันในช่วง ๕ ปีหลังการส่งออกไปยังตลาดทั้ง ๓ ตลาดที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี

อุตสาหกรรมซีเมนต์รวมทั้งวัสดุก่อสร้าง (SITC 661)

การส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ในตลาดอาเซียนและตลาดประเทศพัฒนาแล้ว ตลอดระยะเวลา ๑๐ ปีที่ผ่านมาเพิ่มบ้างลดบ้าง และบางปีก็ไม่มีส่งออก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณซีเมนต์ที่ผลิตได้ในประเทศ นโยบายการส่งออกของรัฐบาลและความต้องการของตลาดต่างประเทศ ทางด้านตลาดทั้งหมดในช่วง ๕ ปีแรกการส่งออกลดลงประมาณร้อยละ ๓๒.๗ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลัง โดยเฉพาะในปีหลังๆ มีการส่งออกมากเป็นพิเศษ เฉลี่ยแล้วเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี

อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (SITC 666)

ในช่วง ๕ ปีแรกการส่งออกไปยังประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๒๒.๕ ต่อปี แต่ในตลาดประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๒.๘ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีหลัง

การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนกลับลดลงประมาณร้อยละ ๒๗ ต่อปี แต่ตลาดประเทศพัฒนาแล้วกลับเพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดแล้วปรากฏว่าในช่วง ๕ ปีแรก การส่งออกของเราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๘.๑ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลังกลับเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยแล้วเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ ต่อปี

อุตสาหกรรมไหม และเครื่องประดับ (SITC 567)

ในช่วง ๕ ปีแรกการส่งออกสินค้าประเภทนี้ไปยังตลาดอาเซียนเพิ่มร้อยละ ๑๔.๘ แต่การส่งไปออกไปยังตลาดพัฒนาแล้วกลับลดลงร้อยละ ๘.๖ และในตลาดทั้งหมดการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐.๘ สำหรับในช่วง ๕ ปีหลังการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้ง ๓ ตลาด คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๓.๖๓ ร้อยละ ๒๖ และร้อยละ ๒๕.๓ ตามลำดับ

อุตสาหกรรมขนนวม มีด และของมีคม (SITC 695)

แนวโน้มการส่งออกสำหรับตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้นทุกปีเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ ๒๓.๒ ต่อปีสำหรับช่วง ๕ ปีแรก และร้อยละ ๑๑.๗๕ ต่อปีสำหรับช่วง ๕ ปีหลัง แต่สำหรับประเทศพัฒนาแล้ว ในช่วงแรกลดลงประมาณร้อยละ ๘.๖ ต่อปี แต่ในช่วง ๕ ปีหลังเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๒๓.๒ ต่อปี เราส่งออกไปยังตลาดทั้งหมดในช่วงแรกเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๕.๐ ต่อปี ในช่วงหลังเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๕๕.๕ ต่อปี

อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือน (SITC 697)

การส่งออกของอุตสาหกรรมนี้เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมขนนวม มีด และของมีคมคือสำหรับประเทศอาเซียนในช่วง ๕ ปีแรกการส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๕๗.๘ แต่ในช่วงหลังเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๘.๖ ต่อปี ตลาดประเทศพัฒนาแล้วในช่วง ๕ ปีแรกลดลงประมาณร้อยละ ๒๒.๘ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีหลังกลับเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๒๓.๕ ต่อปี เมื่อพิจารณาจากตลาดทั้งหมดจะเห็นได้ว่าในช่วง ๕ ปีแรกเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ ๖.๕ ต่อปีเท่านั้น ในช่วง ๕ ปีหลังเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อยเป็นร้อยละ ๑๒.๘ ต่อปี

๔. ข้อสรุปขั้นต้นบางประการ

ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ (SITC 642) ที่ส่งไปยังตลาดอาเซียนขยายตัวอย่างรวดเร็วมากของลงมาก็ได้แก่

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์จากยาง (SITC 629) อุตสาหกรรมเส้นใยทอและเส้นใย
 (SITC 651) ตามลำดับ

สำหรับทางกานตลาดประเทศพัฒนาแล้วอุตสาหกรรมที่เราส่งออกที่มีอัตราการขยาย
 ตัวเร็วมากในช่วง ๕ ปีหลังนี้ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอพิเศษ รองลงมาได้แก่อุตสาหกรรมใย
 ทอและเส้นใย (SITC 651) และอุตสาหกรรมผ้าฝ้ายทอ (SITC 652) อุตสาหกรรมซี
 เมนต์ และวัสดุก่อสร้าง (SITC 661) ตามลำดับ

ทางกานตลาดทั้งหมด อุตสาหกรรมส่งออกที่ขยายตัวเร็วที่สุดได้แก่ อุตสาหกรรมใยทอ
 และเส้นใย (SITC 651) รองลงมาได้แก่ซีเมนต์ (SITC 661) และเครื่องปั้นดินเผา
 (SITC 666) และเครื่องใช้ในครัวเรือน (SITC 697) ตามลำดับ

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดสำหรับตลาดอาเซียนได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ (SITC
 65๑) รองลงมา ได้แก่ หนังสั๊วและผลิตภัณฑ์จากหนังสั๊ว (SITC 61๗) และผ้าฝ้ายทอนอก
 จากผ้าฝ้าย (SITC 653)

ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดสำหรับตลาดประเทศพัฒนาแล้วได้แก่ ไข่มุก และ
 เครื่องประดับ (SITC 667) รองลงมาได้แก่ผ้าฝ้ายทอที่นอกจากผ้าฝ้าย (SITC 653) และ
 ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ (SITC 656) ตามลำดับ

ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า มูลค่าส่งออกไปยังตลาดในประเทศพัฒนาแล้ว สูง
 กว่าประเทศในตลาดอาเซียน ทั้งนี้จะเป็นเพราะจำนวนผู้ต้องการสินค้าและรายได้ของผู้
 ในประเทศพัฒนาแล้วมีมากกว่าในประเทศอาเซียน อีกทั้งสินค้าเหล่านี้เป็นที่นิยมของคนในประ
 เทศนั้นมากกว่าเพราะเป็นสิ่งหัตถกรรม ซึ่งหาได้ยากในประเทศของตน จึงทำให้อิทธิพลของ
 ตลาดในประเทศพัฒนาแล้วมีอำนาจเหนือตลาดทั้งหมด ทั้งนี้เพราะอำนาจซื้อของตลาดทั้งหมดขึ้น
 อยู่กับตลาดของประเทศพัฒนาแล้วเป็นส่วนใหญ่

แต่อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการส่งออกของไทยจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้นทุกปีทั้งในตลาดอา
 เซียนและตลาดในประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะในระยะหลัง ๆ นี้ ตลาดประเทศพัฒนาแล้ว
 ก็มีแนวโน้มบทบาทและความสำคัญต่อสินค้าส่งออกของเรา มาก ฉะนั้น อนาคตการส่งออกของสินค้า
 อุตสาหกรรมของไทยยังคงแจ่มใสมาก และมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปีทั้งในตลาดอาเซียน
 และตลาดประเทศพัฒนาแล้ว เป็นผลให้ความต้องการของตลาดทั้งหมดสูงขึ้นตามด้วย.