บทที่ 4

การค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในยุคการค้าเสรี

สถานการณ์การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปภายหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจากการศึกษาที่ผ่านมาในบทที่ 3 โดยประเทศผู้ส่งออกที่มีต้นทุนค่าจ้างแรงงานต่ำกลับเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงแทนระบบโควตาเดิม กลุ่มประเทศเอเชียได้เป็นประเทศที่มีความสามารถในการส่งออกของโลกอย่างชัดเจน ทว่าจากลักษณะการผลิตสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีลักษณะการผลิตที่ใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้นดังนั้นเมื่อต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานของไทยสูงขึ้นโดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกโลกจึงส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถของไทย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าในตลาดหลักของการส่งออกของไทยอย่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปซึ่งในอดีตประเทศไทยยังมีหลักประกันในระบบโควตาทำให้สามารถส่งออกได้ ดังนั้นหลังจากที่มีการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสิ้นสุดลงประเทศไทยได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับประเทศคู่แข่งแต่ในขณะเดียวกันจากการศึกษาในบทที่ผ่านมาก็มีความเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตจากไทยก็มีโอกาสที่จะการขยายการส่งออกไปยังทั้งสองตลาดได้ ในการศึกษาบทนี้จะทำการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์การส่งออกจากการที่ตลาดส่งออกหลักของไทยคือสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปมีการเปลี่ยนแลงรูปแบบทางการค้าจากการวิเคราะห์พิกัดสินค้าที่ผ่านมารวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านการค้าและการปรับตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในยุคการค้าเสรีสิ่งทอ

ประเทศไทยได้เริ่มส่งออกสินค้าสิ่งทอในปี ค.ศ. 2515 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 674 ล้านบาท โดยเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออก ซึ่งประเทศไทยได้เข้าเป็นสมาชิกข้อตกลงการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศหรือ MFA ในปี ค.ศ. 1975 โดยจากวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมจาก MFA สู่ความตกลงสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขององค์กรการค้า(Agreement on Textiles & Clothing : ATC) ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นในข้อตกลง MFA การค้าจะถูกจำกัดให้มีการจัดสรรโควตาการนำเข้าสิ่งทอให้กับประเทศสมาชิกซึ่งส่งผลทำให้ไทยได้ประโยชน์ในการขยายการส่งออกสิ่งทอได้มากขึ้นเพราะตลาดหลักของการส่งออกสิ่งทอโลกอย่างสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปต่างก็เป็นสมาชิกข้อตกลง MFA ขณะที่คู่แข่งที่สำคัญของไทยอย่างเช่น ไต้หวัน เกาหลี และฮ่องกงยังไม่เป็นสมาชิกในช่วงเวลาดังกล่าว และระบบโควตายังเป็นหลักประกันในเรื่องของตลาดซึ่งไทยสามารถส่งออกได้โดยปราศจากการ

แข่งขันในการแย่งส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ทั้งที่ราคาสินค้าของไทยอาจสูงกว่าแต่หลังจากที่ประเทศต่างๆเข้าร่วมตามข้อตกลง MFA แล้วแต่ละประเทศต่างก็ถูกจำกัดโควตานำเข้าเช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นแล้วการเติบโตของธุรกิจสิ่งทอไทยยังเป็นผลจากการที่ภาครัฐให้การปกป้องและคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศเพื่อให้มีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญ ซึ่งจากการขยายตัวจากการส่งออกตามระบบโควตาและการคุ้มครองของรัฐจึงทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีส่วนสำคัญในการเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าในระยะที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันโดยในปี ค.ศ. 2008 พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยคิดเป็นสัดร้อยละ 2.3ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปัจจุบันในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มยังก่อให้เกิดการจ้างแรงงานประมาณ 820,000 คนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.6 ของการจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมหรือร้อยละ 2.2 ของการจ้างแรงงานทั้งประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยยังสร้างรายได้จากการส่งออกเป็นเงินตราต่างประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 3,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯและในปี ค.ศ. 2008 ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกและเกินดุลการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกว่า 6,975.5 และ 3,849 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ

หากพิจารณาวิวัฒนาการการค้าของอุตสาหกรรมจากการเข้าร่วม MFA จากตารางที่ 4.1 พบว่าการส่งออกของไทยในสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยหลังจากที่มีการทำข้อตกลง MFA แล้วมีการเบี่ยงเบนทางการค้าอย่างเห็นได้ชัดโดยในช่วงก่อนที่จะทำข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหรือก่อนปี ค.ศ. 1995 การส่งออกของไทยเกือบทั้งหมดส่งไปยังตลาดในข้อตกลง MFA ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับตลาดนอกข้อตกลงแต่หลังจากที่มีการทำข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแล้วสัดส่วนการส่งออกค่อยๆลดลงในกลุ่มประเทศข้อตกลงโดยลดลงเหลือร้อยละ 25, 27, 25 ในปี ค.ศ. 2003 ,2004, 2005 ตามลำดับ และกลุ่มประเทศนอกข้อตกลง MFA เริ่มเข้ามามีบทบาทในการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกับไทยมากขึ้นเป็นร้อยละ 75 ,73, 75 ตามลำดับในปี ค.ศ. 2003 ,2004, 2005 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกไปยังตลาดในข้อตกลง

ตารางที่ 4.1

แสดงการส่งออกสิ่งทอของประเทศไทยแยกตามตลาดในช่วงปี ค.ศ. 1984-2005

ปี ค.ศ.	ตลาดในข้อตกลง		ตลาดนอกข้อตกลง		มูลค่ารวม(ล้านบาท)
	มูลค่า(ล้านบาท)	สัดส่วน(ร้อยละ)	มูลค่า(ล้านบาท)	สัดส่วน(ร้อยละ)	
1984	3,124	49	3,354	51	6,478
1985	3,553	44	4,585	56	8,138
1986	3,773	39	6,001	61	9,774
1990	13,969	51	13,645	49	27,614
1991	14,482	43	19,304	57	33,786
1993	8,923	28	22,596	72	31,519
1994	10,467	27	27,661	73	38,128
1995	17,007	29	40,980	71	57,987
1996	16,566	29	39,735	71	56,301
1997	22,967	32	49,241	68	722,08
1998	30,007	36	54,367	64	84,374
1999	25,798	32	54,928	68	80,726
2000	28,729	31	64,255	69	92,984
2001	28,715	29	69,455	71	98,170
2002	28,218	29	68,125	71	96,343
2003	26,448	25	77,992	75	104,440
2004	35,280	27	97,032	73	132,312
2005	17,340	25	50,812	75	68,152

ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมการส่งออก เรียบเรียบโดยผู้เขียน

โดยประเทศนอกข้อตกลง MFA ที่เข้ามาเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น โปแลนด์ ซาอุดิอาระเบีย สิงคโปร์ รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ ปานามาฮ่องกง และสวิตเซอร์แลนด์ โดยหลังจากปี ค.ศ. 2005 การส่งออกของไทยยังส่งออกในประเทศข้อตกลงเป็นคือ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโปและสัดส่วนในการส่งออกไปยังประเทศนอกข้อตกลงยังคง ญี่ปุ่นที่มีสัดส่วนมากสุดสำหรับประเทศไทยนั้น ในช่วงระยะเวลาปรับตัวในระยะแรกการขยายอัตราโควตายังคงมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น แต่เมื่อต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานของไทยสูงขึ้นโดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายใหม่อย่างจีนกับอินโดนีเซีย โควตาจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้ไทยส่งออกได้เพราะประเทศผู้นำเข้าหันไปนำเข้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เมื่อซื้อจากประเทศเหล่านี้เต็มโควตาแล้ว จึงหันมานำเข้าจากไทย

ตั้งแต่ 1 ม.ค. 2005 การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้เข้าสู่ยุคการค้าเสรี (Quota Free) ประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเช่นเดียวกันซึ่งประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำได้เปลี่ยนเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงแทนระบบโควตาเดิมจะเห็นได้จากมูลค่าและอัตราการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดสำคัญที่ลดลงเพราะผู้ส่งออกไทยต้องเข้าแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงกว่าในจำนวนที่มากขึ้นและถูกกีดกันด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเพิ่มขึ้น (Non-tariff barriers: NTBs) และมาตรการส่วนใหญ่ที่ใช้นั้นมีความซับซ้อนและหลากหลายซึ่งในบางประเทศได้ใช้มาตรการที่อาจส่งผลในเชิงลบต่อประเทศอื่นมาใช้เป็นแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในแต่ละประเทศหรือใช้เป็นเครื่องมือปกป้องทางการค้า (Trade Defense Instruments) เช่น กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม การต่อต้านการทุ่มตลาด (Antidumping) การกำหนดมาตรฐานการผลิตที่ต้องมีตรารับรอง มีการรับรองว่ามิได้เกิดการผิดจรรยาในการผลิต (Ethical Standards), Eco-labels เป็นต้น ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นเป็นต้น ขณะที่ผู้บริโภคก็ได้รับประโยชน์และมีความหลากหลายของสินค้าจากตลาดใหม่ที่มีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าหลังจากการยกเลิกโควตานำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประเทศไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคในการส่งออกหลายประการไม่ว่าจะเป็นค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งต้นทุนแรงงานที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับจีนและเวียดนาม รวมทั้งการชะลอตัวของตลาดสหรัฐฯซึ่งถือเป็นตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญที่สุดของไทยส่งผลให้การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด

จากตารางที่ 4.2 นั้นพบว่ามูลค่าการนำและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยปี ค.ศ. 1996-2008 มีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในมูลค่าการนำเข้า แต่การส่งออกมีแนวโน้มชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัดในปี ค.ศ. 2007และ 2008 และในปี ค.ศ. 2009 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย ในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2009 มีอัตราการขยายตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วง 5 เดือนแรกของปี ค.ศ. 2009การขยายตัวโดยรวมของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในเดือนช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2009 มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 15 สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญของเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มของเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเปรียบเทียบก่อนและหลังการกำหนดข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังเป็นตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและ ญี่ปุ่น และตลาดอาเซียน

ในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2003 มูลค่าการส่งออกมีการกระจุกตัวที่ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปถึงร้อยละ 50 ของมูลค่ารวมของการส่งออกและอาเซียนก็ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในตลาดส่งออกโดยมีมูลค่าส่งออกเป็นอันดับสามในปี ค.ศ. 2003 ทั้งนี้หากพิจารณาการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปพบว่าในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2009 มีค่าการส่งออก122 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ10.7 โดยประเภทเครื่องนุ่งห่มที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป มีมูลค่าการส่งออก 93.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 โดย โดยมีสหรัฐฯเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่ง มีสัดส่วนสูงถึงกว่าร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดของไทย

ตารางที่ 4.2
มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทย ปี ค.ศ.1995-2008

(มูลค่า: ล้านบาท)

ปี ค.ศ.	มูลค่าส่งออก	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่านำเข้า	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าดุลการค้า	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1996	80,115.22	-28.2	3,803.07	15.8	76,312.15	-30.4
1997	97,208.63	17.6	5,711.03	33.4	91,497.60	16.6
1998	122,908.52	20.9	5,853.76	2.4	117,054.76	21.8
1999	110,146.98	-11.6	5,930.02	1.3	104,216.96	-12.3
2000	124,332.38	11.4	8,053.30	26.4	116,279.08	10.4
2001	129,343.37	3.9	9,331.30	13.7	120,012.07	3.1
2002	116,710.48	-10.8	8,814.01	-5.9	107,896.47	-11.2
2003	114,912.20	-1.6	8,973.78	1.8	105,938.42	-1.8
2004	124,256.41	7.5	10,632.06	15.6	113,624.35	6.8
2005	126,322.02	1.6	11,233.75	5.4	115,088.27	1.3
2006	121,974.79	-3.6	12,852.14	12.6	109,122.65	-5.5
2007	103,013.30	-18.4	13,554.53	5.2	89,458.77	-22.0
2008	101,768.32	-1.2	15,217.28	10.9	86,551.04	-3.4

ที่มา: สถาบันสิ่งทอ

ตารางที่ 4.3
มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยปี ค.ศ. 1975 - 2008

(มูลค่า: ล้านบาท)

ปี ค.ศ.	มูลค่าส่งออก	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่านำเข้า	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ดุลการค้า	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1975	1,039	98	45	67	994	100
1980	12,616	92	695	94	11,921	92
1985	26,950	53	1,223	43	25,727	54
1986	35,009	23	1,421	14	33,588	23
1987	54,333	36	2,289	38	52,044	35
1988	65,998	18	2,602	12	63,396	18
1989	82,813	20	3,438	24	79,375	20
1990	89,300	7	3,343	-3	85,957	8
1991	114,969	22	3,874	14	111,095	23
1992	119,081	3	4,197	8	114,884	3
1993	123,067	3	4,071	-3	118,996	3
1994	141,146	13	4,456	9	136,690	13
1995	102,701	-37	3,201	-39	99,500	-37
1996	80,115	-28	3,803	16	76,312	-30
1997	97,209	18	5,711	33	91,498	17
1998	122,909	21	5,854	2	117,055	22
1999	110,147	-12	5,930	1	104,217	-12
2000	124,332	11	8,053	26	116,279	10
2001	129,343	4	9,331	14	120,012	3
2002	116,710	-11	8,814	-6	107,896	-11
2003	114,912	-2	8,974	2	105,938	-2
2004	124,256	8	10,632	16	113,624	7
2005	126,322	2	11,234	5	115,088	1
2006	121,975	-4	12,852	13	109,123	-5
2007	103,013	-18	13,555	5	89,459	-22
2008	101,768	-1	15,217	11	86,551	-3

ที่มา: กรมศุลกากร (ประมวลผลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย)

ในช่วง 3 เดือนแรกของปี ค.ศ. 2009 ไทยมีการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดสหรัฐฯมูลค่า 314.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯลดลงร้อยละ 23.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน ในขณะเดียวกันหากพิจารณาการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐฯมีมูลค่าทั้งสิ้น 10,176.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งตลาดนำเข้าของสหรัฐเองก็ลดลงถึงร้อยละ11.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปี ค.ศ.2008 ซึ่งปัจจัยดังกล่าว กระทบต่อประเทศผู้ส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่พึ่งพิงตลาดสหรัฐฯเป็นอย่างมาก โดยเป็นที่น่าสังเกตว่ามูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐฯจากประเทศผู้ส่งออกรายสำคัญ 10 อันดับแรกปรับลดลงเกือบทุกประเทศ ทั้งจีน เม็กซิโก อินเดีย ฮอนดูรัส กัมพูชา รวมทั้งไทยที่มีมูลค่านำเข้า 237.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯลดลงร้อยละ19.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน ยกเว้นเพียงเวียดนาม อินโดนีเซีย และบังคลาเทศ ซึ่งการส่งออกยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้ไทยจำเป็นต้องหามาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบที่มีต่อภาคการผลิตและการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดหลัก ส่วนตลาดส่งออกหลักของไทยอย่างตลาดสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น รวมทั้งอาเซียน พบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวในการส่งออกลดลงเช่นเดียวกันโดยช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2009 ซึ่งมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยรวมของไทยมีมูลค่าทั้งสิ้น 227 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 2.3 แต่ยังพบว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีมูลค่าการส่งออกที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดีโดยมีมูลค่า 93.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2

ในตลาดอาเซียนการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยรวมของไทยไปยังตลาดอาเซียนมีมูลค่าการส่งออก 447.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 12.2 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า หลังการยกเลิก ข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม หรือการเข้าสู่ยุคการค้าเสรีสิ่งทอ การค้าในอุตสาหกรรมนี้ของไทยซึ่งไทยจัดเป็นกลุ่มประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มการส่งออกในอัตราส่วนที่ชะลอตัว โดยรูปแบบการค้าของไทยยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกันจากการที่ยังพึ่งพิงตลาดหลักในการส่งออกทั้งก่อนและหลังการยกเลิกระบบโควตาที่ไม่เปลี่ยนแปลง ภายหลังการยกเลิกโควตารูปแบบการค้าเปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาดและหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) มากขึ้นและประเทศไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงจากการที่ประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่าง เวียดนาม อินโดนีเซีย และบังคลาเทศ สามารถสร้างส่วนแบ่งตลาด (Market Share)ในอัตราส่วนที่สูงกว่าไทยในช่วงหลังของการยกเลิก โดยใน ปี ค.ศ. 2008 เวียดนามและอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในส่วนแบ่งการตลาดที่ชัดเจนในสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

4.1 การวิเคราะห์รายพิกัดสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทย

จากการเปลี่ยนแปลงทิศทางและรูปแบบการค้าในตลาดตัวแปรของโลกอย่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ดังนั้นเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าของไทยจึงดำเนินการวิเคราะห์มูลค่าการส่งออกรายพิกัดสินค้าดังนี้

การส่งออกรายพิกัดสินค้า 610990

การส่งออกของไทยในรายพิกัดสินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยพิจารณาจากตารางที่ 4.4 พบว่าไทยมีมูลค่าการส่งออกในปี ค.ศ.1999 เท่ากับ 40.39 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มเป็น 113.57 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2004 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของ ข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และในปี ค.ศ. 2008 มีมูลค่าส่งออกไปในตลาดโลก 210.87 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้จากมูลค่าการส่งออกยังถือว่าประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งในตลาดโลกที่ไม่สูงมากนัก สำหรับประเทศคู่ค้าหลักในการส่งออกของไทยเมื่อพิจารณาก่อนและหลังการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางการค้าเนื่องจากสหรัฐอเมริกายังเป็นประเทศคู่ค้าหลักที่ไทยส่งออกด้วยสัดส่วนมากที่สุดโดยมีสัดส่วนร้อยละ 21.52 ในปี ค.ศ. 2008 ของสัดส่วนรวมของมูลค่าการส่งออกรวม ตามด้วย เบลเยียม และอังกฤษ ส่วนตลาด จีน และฝรั่งเศสนั้นไทยเริ่มมีการส่งออกไปยังทั้งสอประเทศเพิ่มขึ้นภายหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทั้งนี้หากพิจารณาในตลาดสหรัฐฯ นั้นไทยถือเป็นกลุ่มประเทศนำเข้าอันดับที่ 11 ตามตารางที่ 3.11 ซึ่งไทยยังมีสัดส่วนการนำเข้าตลาดสหรัฐฯที่น้อยกว่าคู่แข่งอย่างจีน เวียดนามและอินโดนีเซีย

แต่ที่เห็นได้อย่างชัดเจนภายหลังจากการยกเลิก ข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเวียดนามถือเป็นประเทศที่มีพัฒนาการส่วนแบ่งทางตลาดที่เปลี่ยนแปลงแบบชัดเจนมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.17 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งทางตลาดร้อยละ 2.45 ซึ่งกล่าวโดยสรุปได้ว่าการค้าภายใต้พิกัดสินค้านี้ของไทยยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของประเทศคู่ค้าภายหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี ค.ศ. 1999 - 2008 แต่มูลค่าที่เปลี่ยนแปลงนั้นยังไม่สูงมากนัก และส่วนแบ่งในตลาดหลักไทยก็ยังจัดอยู่ในกลุ่มประเทศผู้นำเข้าซึ่งสะท้อนให้เห็นขีดความสามารถที่อาจลดลงจากการผลิตสินค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากไทยยังจัดอยู่ในประเทศที่ใช้แรงงาน

แบบเข้มข้น (Labor Intensive)แต่จากลักษณะของการผลิตสินค้ากลุ่มนี้ที่เป็นแบบ High Fashion ซึ่งคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกันกลับมีส่วนแบ่งในตลาดหลักที่มากกว่าไทย

การส่งออกรายพิกัดสินค้า 610910

การส่งออกของไทยในสินค้ารายพิกัด 610910 มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลกด้วยมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี ค.ศ. 1999 - 2008 โดยพิจารณาจากตารางที่ 4.5 การส่งออกในปี ค.ศ. 1999 มีมูลค่าการส่งออก 140.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มเป็น 193.62 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในปี ค.ศ. 2008 ไทยยังคงส่งออกไปยังสหรัฐฯด้วยส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดซึ่งยังมีสัดส่วนการส่งออกที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งก่อนและหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม นอกจากนี้ประเทศคู่ค้าที่ไทยส่งออกเป็นอันดับสองคือ ญี่ปุ่น และอิตาลี ตามลำดับ หากพิจารณากลุ่มประเทศผู้นำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกาของรายพิกัดสินค้านี้แล้วพบว่าไทยเป็นกลุ่มประเทศผู้นำเข้าอันดับที่ 16 ตามตารางที่ 3.13 โดยมีส่วนแบ่งทางตลาดร้อยละ1.89 ของมูลค่ารวมของการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้หากพิจารณาจากคู่ค้าของการส่งออกแล้วนั้นพบว่าการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่มีผลต่อทิศทางการส่งออกรวมถึงรูปแบบการค้าของไทยแต่ประเด็นที่น่าสนใจซึ่งภายใต้การผลิตสินค้าพิกัดนี้ที่ต้องใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ไทยยังส่วนแบ่งทางตลาดในตลาดส่งออกหลักของไทยที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มเอเชียอย่างจีน อินเดียและเวียดนามที่จัดเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราค่าจ้างของแรงงานต่ำซึ่งอาส่งผลต่อขีดความสามารถในเชิงแข่งขันที่ลดลงในอนาคตของไทย

การส่งออกรายพิกัดสินค้า 611020

ทิศทางการค้าภายใต้พิกัดสินค้า611020 สามารถพิจารณาโดยจากตารางที่ 4.6 การส่งออกของไทยในปี ค.ศ. 1999 -2004 มีมูลค่าการส่งออกรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2004 มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลก 153 .61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งจากข้อมูลจะเห็นได้ว่าหลังจากปี ค.ศ. 2005 ซึ่งเข้าสู่ยุคเสรีสิ่งทอพบว่ามูลค่าการส่งออกของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องซึ่งไทยมีมูลค่าส่งออกรวมในปี ค.ศ. 2008 เท่ากับ 121.37 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งประเทศคู่ค้าหลักที่ไทยส่งออกยังเป็นสหรัฐอเมริกาโดยมีสัดส่วนร้อยละ 45.57 ของมูลค่าการส่งออกรวมในปี ค.ศ. 2008 นอกจากนี้ไทยยังส่งออกไปยัง เยอรมนี อังกฤษ สเปน เป็นกลุ่มประเทศที่มีสัดส่วน

การส่งออกในลำดับถัดมาทั้งนี้หากพิจารณาการนำเข้าในตลาดสหรัฐฯซึ่งเป็นคู่ค้าหลักของไทยในรายพิกัดนี้พบว่าในปี ค.ศ. 2008 ไทยมีสัดส่วนทางการตลาดร้อยละ 1.31 เท่านั้นซึ่งไทยมีความสามารถในการส่งออกน้อยกว่า จีน เวียดนาม ฮ่องกง อินโดนีเซีย อินเดีย และกัมพูชา อย่างชัดเจน ทั้งนี้จากข้อมูลสามารถสรุปได้ว่าไทยยังมีรูปแบบการค้ากับประเทศคู่ค้าเดิม และเริ่มมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งจากลักษะของสินค้าพิกัดกลุ่มนี้ซึ่งเป็นการผลิตภายใต้ Commodity เป็นสินค้าที่ต้องใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ไทยมีส่วนแบ่งทางตลาดในตลาดส่งออกหลักของไทยที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มเอเชียอย่างจีน อินเดียและเวียดนามเช่นกัน

การส่งออกรายพิกัดสินค้า 611030

สำหรับการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า 611030 นี้พบว่าไทยมีมูลค่าการส่งออกในพิกัดสินค้านี้ไม่สูงมากนัก โดยพิจารณาจากตารางที่ 4.7 มูลค่าการส่งออกรวมไปยังตลาดโลกในปี ค.ศ. 1999 มีมูลค่าการส่งออกรวม 78.56 ล้านเหรียญสหรัฐฯแต่อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนในปี ค.ศ. 2008 นั้นมีมูลค่าการส่งออกรวม 161.28 ล้านเหรียญสหรัฐฯทั้งนี้ประเทศคู่ค้าที่ไทยส่งออกไปมากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนของมูลค่าสูงสุดตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 เป็นต้นมา ทั้งนี้จากข้อมูลพบว่าในปี ค.ศ. 2008 นั้นไทยได้ส่งออกไปยังประเทศสเปนในสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยมีมูลค่าการส่งออกในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับสหรัฐอมริกาคือ ร้อยละ 23.35 ในขณะที่ไทยส่งออกไปสหรัฐในสัดส่วนร้อยละ 23.37 ซึ่งถือได้ว่าทิศทางการส่งออกไปยังสเปนเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

โดยพิจารณาจากปี ค.ศ. 1999 -2007 นั้นพบว่าไทยมีการส่งออกไปยังเสปนที่น้อยมาก คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3 ของมูลค่าการส่งออกรวมในขณะที่ในปี ค.ศ. 2008 การส่งออกของไทยไปยังตลาดฝรั่งเศสมีทิศทางสวนทางกับสเปนอย่างชัดเจนโดยในปี ค.ศ. 2008 ไทยมีสัดส่วนในการส่งออกไปยังฝรั่งเศส ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้า ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกไปยังฝรั่งเศสลดลงมีสัดส่วนร้อยละ 12.87 ในปี ค.ศ. 2008 ทั้งนี้หากพิจารณาจากข้อมูลอาจกล่าวได้ว่าภายใต้การผลิตสินค้าพิกัดนี้ที่เป็นสินค้ากลุ่ม Commodity ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ทิศทางการค้าเริ่มมีการเปลี่ยนในสัดส่วนกลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก แต่การเปลี่ยนแปลงยังไม่ชัดเจนมากนักเนื่องจากมูลค่ายังมีแนวโน้มที่ขยายตัวในระดับคงที่ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ายไทยยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในอนาคต

การส่งออกรายพิกัดสินค้า 620442

การผลิตเพื่อส่งออกสินค้ารายพิกัดนี้ประเทศไทยยังมีมูลค่าการส่งออกไปในตลาดโลกในระดับที่ไม่สูงมาก ซึ่งอัตราการขยายตัวของการส่งออกพิกัดสินค้านี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านมูลค่าการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังการยกเลิก ข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทั้งนี้พิจารณาจากตารางที่ 4.8 พบว่ามูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกของไทยมีมูลค่าเพียง 26.06 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 1999 และหลังยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม การส่งออกของไทยก็ไม่ได้มีมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นโดยในปี ค.ศ. 2008 ไทยมีมูลค่าการส่งออกรวม 18.84 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยไทยยังคงส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาด้วยสัดส่วนสูงสุด และไทยเริ่มส่งออกไปยังสเปนเพิ่มขึ้นโดยในปี ค.ศ. 2008 นั้นไทยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกไปยังสเปนสูงเป็นอันดับสองด้วยสัดส่วนร้อยละ 10.08 ซึ่งจากแนวโน้มของประเทศคู่ค้าแล้วการส่งออกของไทยไปยังประเทศคู่ค้ายังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ทั้งนี้หากพิจารณาการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาจากตารางที่ 3.19 ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกสินค้ารายพิกัดนี้น้อยกว่าประเทศในแถบเอเชียอย่างเห็นได้ชัด นั่นคือไทยมีสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดน้อยกว่า จีน อินเดีย เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ อย่างเห็นได้ชัด จึงอาจกล่าวได้ว่าการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังไม่มีผลต่อทิศทางการค้าและรูปแบบการค้าของไทย

เมื่อเข้าสู่ยุคการค้าเสรีสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากการศึกษาพบว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการยกเลิกข้อตกลงเช่นเดียวกันเนื่องจากไทยต้องพบกับภาวะที่แข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าไทยสูเสียความสามารถในการแข่งในการส่งออกอย่างชัดเจน และประเทศจีน และอินเดีย เป็นประเทศที่มีมูลค่าและอัตราการส่งออกที่สูงขึ้นหลังจากการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Nordas และศิริพร บุญสิน ทั้งนี้เมื่อศึกษาภาวะการค้าของไทย พบว่าไทยยังมีการส่งออกไปยังประเทศหลักคือสหรัฐฯ ยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงในคู่การค้าเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังของการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มูลค่าการนำและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทย 1996-2008 มีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในมูลค่าการนำเข้า แต่การส่งออกมีแนวโน้มชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัดในปี ค.ศ. 2007และ 2008 และในปี ค.ศ. 2009 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย ในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน ค.ศ 2009 มีอัตราการขยายตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วง 5 เดือนแรกของปี ค.ศ. 2009 การขยายตัวโดยรวมของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในเดือนช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2009 มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 15 ซึ่งไทยจัดเป็นกลุ่มประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มการส่งออกในอัตราส่วนที่ชะลอตัว

จากการศึกษาโดยการวิเคราะห์รายพิกัดสินค้า 5 ชนิดซึ่งมีสองลักษณะคือกลุ่มที่เป็น High Fashion และ Commodity พบว่าทั้งก่อนและหลังการยกเลิกข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศหลักที่ไทยส่งออกไปและมีมูลค่าสูงขึ้นแต่ในอัตราที่คงที่ไม่สูงมากนักแต่จากการศึกษาในตลาดนำเข้าของสหรัฐอเมริกากลับพบว่าไทยมีส่วนแบ่งทางตลาด (Market Share) ในระดับที่น้อยกว่าคู่แข่งที่สำคัญในภาคมิภาคเดียวกัน ซึ่งคู่แข่งที่สำคัญ เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม อินโดนีเซียและประเทศกัมพูชาจัดที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันทั้งนี้เนื่องมาจากแรงงานไทยเริ่มเคลื่อนย้ายไปสู่ภาคบริการมากยิ่งขึ้น จากลักษณะการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปซึ่งเป็นการผลิตแบบใช้ปัจจัยแรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) จึงทำให้ไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่น้อยกว่าประเทศข้างต้นอย่างเห็นได้ชัด

4.2 การปรับตัวของผู้ประกอบการไทยในยุคการค้าเสรี

เมื่อเข้าสู่ยุคการค้าเสรีสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มส่งผลให้ส่วนแบ่งทางตลาดของไทยในตลาดส่งออกหลักมีแนวโน้มลดลง ดังนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคการค้าเสรีสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2005 เป็นต้นมาส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยต้องการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกลับเปลี่ยนเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้นและเนื่องจากการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิตตามรูปแบบ ประเภทวัตถุดิบและตราสินค้าของผู้สั่งซื้อ (Original Equipment Manufacturing: OEM) ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงมีผลต่อคำสั่งซื้อเป็นอย่างประกอบกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใช้แรงงานจำนวนมากในการผลิต (Labor Intensive) จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบน้อยกว่าประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทยอันได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ปากีสถาน อินเดีย บังคลาเทศ ปากีสถานและเวียดนาม แม้ว่าการยกเลิกโควตาสิ่งทอเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในราคาถูกลงและเป็นไปตามหลักที่การค้าเสรีซึ่งปราศจากข้อกีดกันทางการค้า เพราะการให้ประเทศที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าโดยต้นทุนต่ำที่สุดผลิตสินค้านั้น ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ประเทศกำลังพัฒนาและรวมถึงประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับกระแสแรงกดดันจากมาตรการกีดกันทางการค้าเช่น มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด กฎแหล่งกำเนิดสินค้า กฎระเบียบด้านมาตรฐานแรงงาน (Labor Standard) ที่เข้มงวดหรือระเบียบด้านการอนุรักษ์และปกป้องทางธรรมชาติ เช่น ข้อกำหนดการติดฉลากเขียว (Eco-labeling requirements) เป็นต้น

การปรับตัวด้านตลาดส่งออกหลักเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมด โดยแยกเป็น ตลาดส่งออกสหรัฐฯ มีสัดส่วนค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมด ตามด้วยสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น แม้ว่าจะประสบกับปัญหาภาวะกำลังซื้อที่ชะลอตัวจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 แต่จากจำนวนประชากรและรายได้ต่อประชากรที่อยู่ในระดับสูงจึงส่งผลให้ตลาดกลุ่มนี้ยังมีความสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมไว้ไม่ให้ถูกคู่แข่งแย่งตลาดและสิ่งที่พึงระวังสำหรับการส่งออกไปที่สหรัฐฯคือการที่สหรัฐฯ ให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศในกลุ่มแอฟริกา (เช่น มอริเชียส ไนจีเรีย ซูดาน) และประเทศในแถบแคริบเบียน (อาทิ ฮอนดูรัส นิคารากัว กัวเตมาลา) ด้วยการยกเว้นภาษีนำเข้าและไม่มีการกำหนดโควตานำเข้า สำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่

ผลิตโดยใช้วัตถุดิบประเภททอและถักจากสหรัฐฯ ผลิตเป็นเครื่องแต่งกายส่งวกลับไปจำหน่ายยังสหรัฐฯและสหภาพยุโรป ให้สิทธิพิเศษแก่สิ่งทอจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกด้วยการลดภาษีนำเข้าและไม่จำกัดโควตานำเข้าสำหรับสิ่งทอที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากสหภาพยุโรปมาผลิตเป็นเครื่องนุ่งห่มและส่งกลับไปจำหน่ายยังสหภาพยุโรป การให้สิทธิพิเศษดังกล่าวส่งผลให้การส่งออกสิ่งทอไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบคู่แข่งที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากประเทศผู้ซื้อ ซึ่งทำให้ประเทศเหล่านั้นมีต้นทุนต่ำกว่าไทย

ในส่วนของการปรับตัวด้านการตลาดนั้นประเทศไทยเริ่มมีการปรับตัวเพื่อรองรับตลาดสหภาพยุโรปเพื่อให้มีความพร้อมทางด้านการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานตามที่ผู้นำเข้ากำหนด อาทิ มาตรฐานสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ใช้ เช่น สี และสารเคมี ทั้งนี้ไทยเองมีมาตรฐานที่เหนือกว่าการผลิตสินค้าจากประเทศคู่แข่งทั้งจีน อินเดีย และเวียดนาม ดังนั้นไทยควรจะใช้ข้อได้เปรียบนี้ขยายตลาดให้มากขึ้น ทั้งนี้การปรับตัวที่เห็นได้ชัดภายหลังจากการยกเลิก ข้อตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้นไทยเริ่มมีการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปยังกลุ่มประเทศที่กำลังซื้อของประชาชนปรับสูงขึ้นตามปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจรวมทั้งปัจจัยการค้าที่เปลี่ยนไปโดยในปี ค.ศ. 2008 ไทยมีการส่งออกไปกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง (เติบโตร้อยละ 0.4) กลุ่มประเทศในเอเชียใต้ (เติบโตร้อยละ 4.9) และกลุ่มระเทศในยุโรปตะวันออก (เติบโตร้อยละ 14.3) ส่วนตลาดอาเซียน ที่มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 2.6 มีมูลค่าส่งออก 50.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯและไทยยังมีการปรับตัวร่วมทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆอาทิ เขตการค้าเสรีไทย-กลุ่มประเทศอาเซียน, อาเซียน-เกาหลีใต้, อาเซียน-จีน ซึ่งปรับลดภาษีนำเข้าในกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปลงเหลือร้อยละ 0 ในวันที่ 1 มกราคม 2553 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันสินค้าของไทยในอนาคตได้

ตารางที่ 4.4

มูลค่าการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า HS-610990

(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

Country	2008			2007			2006			2005			2004			2002			2000			1999		
	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า
World	0	100.00	210.87	0	100.00	195.29	0	100.00	188.45	0	100.00	156.72	0	100.00	113.57	0	100.00	64.87	0	100.00	45.61	0	100.00	40.39
United States	1	21.52	45.37	1	25.67	50.13	1	22.67	42.73	1	23.28	36.48	1	30.74	34.91	1	32.84	21.30	1	29.84	13.61	1	31.59	12.76
Belgium	2	14.47	30.51	2	13.03	25.44	3	11.43	21.54	3	11.49	18.01	3	10.70	12.15	3	10.45	6.78	4	7.70	3.51	5	6.81	2.75
United Kingdom	3	11.39	24.02	4	9.61	18.77	4	10.72	20.20	5	9.56	14.98	2	13.08	14.85	2	12.37	8.02	2	14.56	6.64	4	7.83	3.16
Netherlands	4	8.91	18.80	5	9.50	18.56	6	6.35	11.97	6	5.73	8.98	6	4.23	4.80	6	3.62	2.35	7	3.57	1.63	3	8.51	3.44
France	5	6.49	13.69	3	11.24	21.95	2	13.19	24.86	2	13.36	20.94	4	7.84	8.90	7	3.55	2.30	10	2.06	0.94	13	1.82	0.73
Japan	6	5.13	10.82	6	4.66	9.09	5	7.64	14.40	4	9.73	15.24	5	5.26	5.98	4	6.33	4.11	3	7.93	3.62	2	10.15	4.10
Spain	7	4.89	10.31	10	1.32	2.57	9	1.58	2.97	10	1.57	2.47	12	1.33	1.51	11	2.07	1.34	11	2.06	0.94	11	1.97	0.80
Germany	8	3.21	6.76	7	2.54	4.95	7	4.54	8.55	7	3.38	5.30	7	2.04	2.31	8	2.53	1.64	6	4.46	2.04	8	2.66	1.07
Singapore	9	2.16	4.56	13	1.15	2.25	18	0.73	1.37	18	0.74	1.16	14	1.17	1.33	13	1.14	0.74	16	0.85	0.39	18	0.83	0.33
China	10	2.05	4.33	11	1.32	2.57	14	1.01	1.91	12	1.14	1.78	22	0.69	0.78	39	0.18	0.12	60	0.05	0.02	50	0.07	0.03
Hong Kong	11	1.58	3.33	18	0.70	1.36	17	0.76	1.43	16	0.83	1.29	18	0.94	1.06	14	1.08	0.70	21	0.62	0.28	15	1.42	0.57
Mexico	12	1.44	3.03	9	1.70	3.33	16	0.81	1.52	21	0.60	0.93	20	0.83	0.95	20	0.56	0.36	29	0.31	0.14	42	0.10	0.04
UAE	13	1.39	2.92	12	1.30	2.53	11	1.14	2.15	14	1.10	1.72	16	1.00	1.13	10	2.34	1.52	9	2.63	1.20	7	2.90	1.17
Canada	14	1.35	2.85	8	2.29	4.48	8	2.34	4.41	8	2.16	3.39	8	1.87	2.12	9	2.48	1.61	8	3.17	1.45	9	2.30	0.93
Australia	15	1.10	2.33	14	0.93	1.82	15	0.92	1.73	20	0.66	1.03	19	0.86	0.97	16	0.87	0.56	15	1.04	0.48	12	1.89	0.76
Korea, South	16	0.93	1.97	20	0.66	1.28	22	0.60	1.14	23	0.48	0.75	17	0.98	1.11	18	0.65	0.42	33	0.21	0.10	53	0.05	0.02
Brazil	17	0.89	1.88	21	0.65	1.27	33	0.24	0.46	40	0.12	0.19	66	0.04	0.04	87	0.01	0.01	N/A	N/A	N/A	58	0.04	0.02
South Africa	18	0.87	1.83	16	0.84	1.65	25	0.45	0.84	24	0.48	0.74	27	0.40	0.46	27	0.33	0.21	37	0.15	0.07	38	0.12	0.05
Italy	19	0.85	1.80	17	0.83	1.63	13	1.03	1.95	11	1.32	2.07	15	1.07	1.21	15	1.07	0.69	17	0.76	0.35	16	1.20	0.48
Panama	20	0.72	1.52	15	0.88	1.72	12	1.05	1.97	13	1.10	1.73	13	1.31	1.49	17	0.65	0.42	23	0.56	0.25	31	0.24	0.10

ที่มา : World Trade Atlas, (หมายเหตุ: N/A = Data is not available)

ตารางที่ 4.5
มูลค่าการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า HS-610910

(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

Country	2008			2007			2006			2005			2004			2002			2000			1999		
	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า
World	0	100.00	193.62	0	100.00	200.16	0	100.00	194.82	0	100.00	184.93	0	100.00	168.10	0	100.00	115.11	0	100.00	139.30	0	100.00	140.47
United States	1	33.63	65.12	1	29.79	59.62	1	26.39	51.41	1	24.85	45.96	2	15.45	25.97	2	19.09	21.97	2	16.58	23.10	2	14.16	19.89
Japan	2	19.08	36.93	2	18.54	37.11	2	18.43	35.90	2	16.92	31.28	1	21.59	36.30	1	19.46	22.41	1	20.04	27.92	1	24.80	34.84
Italy	3	5.10	9.88	5	4.08	8.16	7	3.59	6.99	12	2.35	4.34	9	3.27	5.50	12	2.00	2.31	23	0.69	0.96	24	0.79	1.11
Germany	4	4.31	8.34	3	4.63	9.27	3	4.65	9.06	4	5.15	9.52	7	4.26	7.15	11	2.26	2.60	9	2.98	4.15	10	2.31	3.24
France	5	3.41	6.60	4	4.11	8.22	4	4.39	8.55	6	3.40	6.28	4	5.10	8.57	9	2.81	3.24	10	2.79	3.89	9	2.51	3.52
UAE	6	3.11	6.02	6	3.97	7.94	6	3.96	7.72	5	4.07	7.53	5	4.84	8.13	3	7.08	8.15	3	8.03	11.18	3	6.71	9.43
Netherlands	7	2.86	5.54	7	3.70	7.41	8	3.40	6.63	8	3.07	5.67	6	4.46	7.49	7	3.34	3.84	8	3.37	4.69	6	3.01	4.22
Singapore	8	2.65	5.13	12	2.11	4.21	11	2.58	5.02	10	2.75	5.09	11	2.62	4.40	8	3.18	3.66	6	3.78	5.27	7	2.83	3.97
United Kingdom	9	2.54	4.91	11	2.31	4.62	5	4.33	8.43	3	6.36	11.75	3	5.91	9.93	4	4.51	5.19	5	4.70	6.55	11	2.02	2.83
Spain	10	1.93	3.73	10	2.37	4.74	10	2.58	5.02	9	3.06	5.66	8	3.60	6.05	5	4.21	4.85	7	3.72	5.18	8	2.79	3.91
Taiwan	11	1.79	3.47	8	3.27	6.54	14	1.11	2.16	15	1.13	2.09	16	1.11	1.87	13	1.58	1.82	17	1.03	1.43	18	1.00	1.40
Saudi Arabia	12	1.52	2.94	9	2.72	5.45	9	2.71	5.29	7	3.21	5.94	10	2.72	4.58	6	3.83	4.41	4	5.35	7.45	4	5.75	8.08
Indonesia	13	0.99	1.91	19	0.54	1.08	24	0.55	1.07	29	0.37	0.68	24	0.60	1.01	31	0.36	0.42	73	0.09	0.13	109	0.02	0.03
Russia	14	0.95	1.84	32	0.33	0.67	47	0.18	0.36	57	0.13	0.24	89	0.04	0.07	82	0.07	0.08	63	0.12	0.17	60	0.17	0.24
Australia	15	0.85	1.65	13	1.02	2.04	15	1.08	2.10	14	1.19	2.19	14	1.34	2.26	20	0.82	0.94	22	0.72	1.00	26	0.67	0.94
Hong Kong	16	0.78	1.51	14	0.78	1.56	19	0.90	1.75	18	0.89	1.64	17	0.96	1.61	16	1.21	1.40	18	0.99	1.38	15	1.35	1.89
Canada	17	0.74	1.43	15	0.69	1.37	16	1.00	1.96	16	1.05	1.95	15	1.32	2.22	10	2.53	2.91	12	1.73	2.40	14	1.65	2.32
Sri Lanka	18	0.58	1.11	18	0.60	1.20	12	1.44	2.81	13	1.74	3.22	13	1.80	3.02	14	1.31	1.51	16	1.05	1.47	17	1.06	1.49
Maldives	19	0.57	1.11	20	0.49	0.98	29	0.37	0.72	36	0.30	0.56	41	0.26	0.43	52	0.19	0.22	49	0.22	0.30	51	0.22	0.31
Greece	20	0.55	1.07	27	0.41	0.82	25	0.48	0.94	20	0.66	1.22	25	0.56	0.94	54	0.18	0.20	83	0.05	0.07	79	0.07	0.10

ที่มา : World Trade Atlas

ตารางที่ 4.6
มูลค่าการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า HS-611020

(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

Country	2008			2007			2006			2005			2004			2002			2000			1999		
	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า
World	0	100.00	121.37	0	100.00	124.90	0	100.00	130.86	0	100.00	139.11	0	100.00	153.61	0	100.00	140.49	0	100.00	141.39	0	100.00	114.22
United States	1	45.57	55.31	1	48.77	60.91	1	55.11	72.12	1	58.71	81.67	1	44.49	68.35	1	53.05	74.53	1	50.65	71.61	1	46.39	52.99
Germany	2	13.46	16.34	2	11.87	14.82	2	12.17	15.92	2	10.50	14.60	2	11.15	17.12	3	8.31	11.67	3	10.75	15.20	2	12.79	14.61
United Kingdom	3	10.73	13.03	3	10.38	12.96	4	6.28	8.22	3	6.99	9.73	3	9.35	14.37	2	11.67	16.40	2	11.71	16.56	3	10.36	11.84
Spain	4	7.70	9.35	5	5.16	6.45	7	2.70	3.54	8	1.84	2.56	6	4.08	6.26	8	1.97	2.77	9	1.85	2.62	11	1.50	1.71
France	5	5.08	6.16	4	5.95	7.43	3	6.68	8.74	4	6.25	8.69	5	8.44	12.97	5	5.66	7.95	4	6.11	8.64	4	5.68	6.49
Italy	6	3.38	4.11	6	3.99	4.98	6	3.00	3.92	10	1.29	1.80	8	2.01	3.09	12	1.07	1.50	12	0.81	1.15	10	1.58	1.81
Netherlands	7	3.32	4.03	7	3.67	4.58	5	3.69	4.83	5	2.85	3.97	4	8.59	13.20	4	6.34	8.91	5	4.54	6.43	5	4.25	4.86
Canada	8	1.51	1.83	8	1.85	2.31	8	1.86	2.43	7	2.49	3.46	9	1.93	2.97	6	2.39	3.35	7	2.29	3.24	9	2.14	2.44
Japan	9	1.32	1.61	9	1.50	1.87	9	1.76	2.30	6	2.76	3.83	10	1.73	2.65	10	1.33	1.87	8	2.09	2.96	8	3.12	3.56
Sweden	10	1.27	1.54	10	0.97	1.21	10	1.20	1.56	9	1.39	1.94	7	2.34	3.60	7	2.15	3.02	6	3.38	4.77	6	3.84	4.38
Mexico	11	1.03	1.25	11	0.89	1.11	12	0.89	1.16	11	0.96	1.33	17	0.27	0.41	16	0.33	0.46	20	0.15	0.21	30	0.04	0.05
Russia	12	0.69	0.84	15	0.37	0.46	20	0.17	0.23	18	0.13	0.18	34	0.02	0.03	49	0.00	0.01	37	0.02	0.02	N/A	N/A	N/A
Belgium	13	0.64	0.77	12	0.85	1.06	11	1.07	1.40	12	0.73	1.01	15	0.48	0.73	11	1.11	1.56	10	1.60	2.26	7	3.31	3.78
China	14	0.63	0.76	14	0.41	0.52	17	0.21	0.27	29	0.05	0.07	55	0.00	0.01	29	0.02	0.03	22	0.13	0.19	29	0.05	0.05
Hong Kong	15	0.59	0.72	16	0.30	0.38	15	0.29	0.38	13	0.61	0.85	16	0.42	0.65	15	0.36	0.51	11	0.86	1.21	17	0.30	0.34
Ireland	16	0.43	0.52	13	0.54	0.67	14	0.32	0.42	17	0.14	0.19	32	0.05	0.07	20	0.15	0.21	18	0.16	0.22	20	0.15	0.17
Turkey	17	0.37	0.45	18	0.28	0.35	27	0.08	0.10	34	0.03	0.04	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Greece	18	0.32	0.39	23	0.17	0.21	18	0.19	0.25	21	0.09	0.13	25	0.11	0.16	21	0.13	0.18	25	0.09	0.13	22	0.09	0.11
Switzerland	19	0.24	0.29	21	0.20	0.25	16	0.28	0.36	14	0.50	0.70	14	0.48	0.74	13	0.51	0.72	15	0.24	0.35	16	0.35	0.40
Korea, South	20	0.21	0.26	17	0.30	0.38	23	0.08	0.11	19	0.10	0.14	23	0.15	0.22	22	0.11	0.16	24	0.11	0.16	40	0.02	0.03

ที่มา : World Trade Atlas, (หมายเหตุ: N/A = Data is not available)

ตารางที่ 4.7
มูลค่าการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า HS-611030

(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

Country	2008			2007			2006			2005			2004			2002			2000			1999		
	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า
World	0	100.00	161.28	0	100.00	153.56	0	100.00	161.46	0	100.00	128.15	0	100.00	104.42	0	100.00	64.87	0	100.00	75.09	0	100.00	78.56
United States	1	23.37	37.70	2	26.56	40.78	2	27.20	43.92	2	24.21	31.02	1	35.87	37.46	1	29.17	18.92	1	30.17	22.66	1	26.28	20.65
Spain	2	23.35	37.65	6	1.79	2.75	5	1.92	3.10	10	0.76	0.98	5	2.19	2.28	7	2.60	1.69	9	1.46	1.10	10	1.74	1.37
United Kingdom	3	15.07	24.30	3	14.03	21.54	3	13.60	21.96	3	15.85	20.31	4	12.68	13.24	3	18.64	12.09	3	17.99	13.51	3	15.33	12.04
France	4	12.87	20.75	1	30.60	46.99	1	33.66	54.34	1	35.69	45.73	2	20.60	21.51	4	11.93	7.74	4	9.49	7.13	4	11.87	9.32
Germany	5	10.69	17.24	4	11.29	17.33	4	12.29	19.84	4	13.21	16.92	3	16.74	17.48	2	21.53	13.97	2	19.42	14.58	2	22.56	17.72
Netherlands	6	2.47	3.99	5	3.79	5.83	6	1.90	3.06	5	1.81	2.32	8	1.47	1.53	8	2.60	1.69	6	4.81	3.61	6	3.89	3.06
Canada	7	1.60	2.58	7	1.35	2.07	7	1.43	2.31	6	1.36	1.75	6	1.87	1.96	6	3.39	2.20	5	5.20	3.90	5	4.87	3.83
Japan	8	1.35	2.18	10	0.96	1.48	12	0.46	0.75	11	0.69	0.89	12	0.80	0.83	12	0.50	0.32	12	0.59	0.44	12	1.25	0.98
Belgium	9	1.29	2.09	11	0.96	1.47	10	1.06	1.71	8	1.02	1.30	9	0.88	0.92	5	4.34	2.82	7	3.11	2.34	9	1.86	1.46
Turkey	10	0.86	1.38	14	0.75	1.15	14	0.30	0.49	35	0.04	0.05	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	37	0.01	0.01	N/A	N/A	N/A
China	11	0.79	1.28	17	0.37	0.57	21	0.16	0.27	24	0.08	0.10	31	0.05	0.05	N/A	N/A	N/A	28	0.03	0.02	25	0.06	0.04
Switzerland	12	0.70	1.13	15	0.46	0.70	19	0.19	0.31	13	0.36	0.47	19	0.18	0.19	11	0.79	0.51	13	0.55	0.42	16	0.36	0.28
Korea, South	13	0.58	0.93	24	0.14	0.21	20	0.17	0.27	20	0.11	0.14	21	0.16	0.16	22	0.09	0.06	21	0.09	0.07	36	0.01	0.01
Denmark	14	0.50	0.81	18	0.35	0.54	22	0.15	0.25	17	0.17	0.22	18	0.22	0.23	23	0.07	0.05	19	0.29	0.21	14	0.79	0.62
Australia	15	0.46	0.74	16	0.45	0.70	18	0.20	0.32	16	0.24	0.30	14	0.38	0.40	18	0.12	0.08	11	0.73	0.55	19	0.12	0.09
Russia	16	0.46	0.73	12	0.86	1.32	16	0.28	0.46	27	0.07	0.09	32	0.04	0.05	29	0.02	0.02	36	0.01	0.01	N/A	N/A	N/A
Italy	17	0.43	0.70	8	1.25	1.92	8	1.13	1.83	9	0.92	1.18	7	1.79	1.87	10	0.93	0.60	10	1.07	0.81	8	2.38	1.87
Austria	18	0.42	0.68	9	1.08	1.65	9	1.06	1.72	7	1.05	1.34	10	0.86	0.90	13	0.40	0.26	16	0.45	0.34	11	1.61	1.26
Mexico	19	0.38	0.61	13	0.84	1.28	13	0.42	0.67	12	0.58	0.74	17	0.23	0.24	24	0.05	0.03	20	0.10	0.07	40	0.01	0.01
Hong Kong	20	0.31	0.51	22	0.19	0.29	15	0.29	0.47	21	0.10	0.12	23	0.10	0.10	20	0.11	0.07	17	0.37	0.28	17	0.15	0.11

ที่มา : World Trade Atlas, (หมายเหตุ: N/A = Data is not available)

ตารางที่ 4.8

มูลค่าการส่งออกของไทยรายพิกัดสินค้า HS 620442

(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

Country	2008			2007			2006			2005			2004			2002			2000			1999		
	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า	อันดับ	ร้อยละ	มูลค่า
World	0	100.00	18.84	0	100.00	19.30	0	100.00	20.59	0	100.00	17.21	0	100.00	19.42	0	100.00	20.35	0	100.00	24.78	0	100.00	26.06
United States	1	13.70	2.58	1	18.51	3.57	1	28.82	5.93	1	44.13	7.59	1	45.37	8.81	1	43.29	8.81	1	35.21	8.73	1	28.59	7.45
Spain	2	10.08	1.90	3	7.57	1.46	5	4.88	1.01	4	4.20	0.72	7	2.72	0.53	11	1.97	0.40	14	1.40	0.35	14	1.47	0.38
Togo	3	9.74	1.84	2	10.51	2.03	3	9.11	1.88	2	6.53	1.12	3	4.48	0.87	2	3.45	0.70	11	1.87	0.46	24	0.74	0.19
France	4	6.54	1.23	4	6.18	1.19	4	6.33	1.30	3	5.08	0.87	4	4.27	0.83	8	2.75	0.56	5	3.70	0.92	4	5.67	1.48
United Kingdom	5	6.24	1.18	7	4.28	0.83	9	2.18	0.45	7	2.54	0.44	14	1.65	0.32	15	1.41	0.29	25	0.60	0.15	17	1.15	0.30
Japan	6	4.91	0.93	6	5.18	1.00	6	3.60	0.74	5	2.89	0.50	6	2.84	0.55	9	2.56	0.52	4	5.02	1.24	3	6.79	1.77
South Africa	7	4.47	0.84	5	5.97	1.15	2	9.92	2.04	12	1.58	0.27	25	0.57	0.11	37	0.33	0.07	22	0.75	0.19	7	2.90	0.76
Netherlands	8	3.98	0.75	10	3.10	0.60	49	0.18	0.04	38	0.29	0.05	46	0.10	0.02	70	0.05	0.01	38	0.23	0.06	19	1.14	0.30
Saudi Arabia	9	3.54	0.67	9	3.45	0.67	8	2.25	0.46	13	1.26	0.22	19	0.88	0.17	6	3.02	0.61	3	6.58	1.63	2	7.46	1.94
Italy	10	2.60	0.49	11	2.78	0.54	10	1.88	0.39	17	0.90	0.16	21	0.69	0.13	21	0.89	0.18	15	1.35	0.34	8	2.87	0.75
UAE	11	2.54	0.48	8	3.55	0.69	7	3.35	0.69	6	2.77	0.48	8	2.20	0.43	3	3.38	0.69	2	8.12	2.01	5	4.37	1.14
Ghana	12	2.09	0.39	41	0.26	0.05	31	0.45	0.09	10	1.90	0.33	5	3.41	0.66	17	1.35	0.27	18	1.06	0.26	13	1.53	0.40
Greece	13	2.06	0.39	17	1.16	0.22	32	0.43	0.09	55	0.12	0.02	43	0.13	0.03	77	0.03	0.01	42	0.20	0.05	52	0.19	0.05
Israel	14	1.70	0.32	18	1.13	0.22	43	0.23	0.05	54	0.13	0.02	65	0.05	0.01	43	0.21	0.04	26	0.48	0.12	46	0.24	0.06
Cote d Ivoire	15	1.68	0.32	24	0.85	0.16	23	0.61	0.13	35	0.35	0.06	24	0.64	0.12	7	2.85	0.58	9	2.77	0.69	9	2.64	0.69
Singapore	16	1.51	0.28	21	0.96	0.19	11	1.79	0.37	16	0.94	0.16	10	2.04	0.40	28	0.53	0.11	13	1.82	0.45	10	2.01	0.52
Russia	17	1.40	0.26	N/A	N/A	N/A	24	0.60	0.12	60	0.10	0.02	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	69	0.05	0.01	32	0.44	0.12
Germany	18	1.40	0.26	15	1.27	0.25	12	1.51	0.31	8	1.96	0.34	15	1.17	0.23	13	1.78	0.36	7	3.31	0.82	6	4.17	1.09
New Caledonia	19	1.17	0.22	93	0.03	0.01	57	0.13	0.03	89	0.03	0.01	67	0.04	0.01	79	0.03	0.01	83	0.02	0.01	100	0.03	0.01
Australia	20	0.99	0.19	14	1.35	0.26	18	0.98	0.20	15	1.05	0.18	28	0.38	0.07	29	0.53	0.11	28	0.43	0.11	26	0.61	0.16

ที่มา : World Trade Atlas, (หมายเหตุ: N/A = Data is not available)