บทที่ 4
วิธีการศึกษาและผลการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ส่วนหลัก ส่วนแรก กล่าวถึงตัวแบบ Shift-Share Analysis ส่วนที่สอง กล่าวถึงข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ส่วนที่สาม กล่าวถึงผลการดำเนินงานของตลาดส่งออกของประเทศไทย และส่วนสุดท้าย กล่าวถึงผลการดำเนินงานของสินค้าส่งออกแต่ละประเภทของประเทศไทย รายละเอียดของแต่ละส่วนเป็นดังนี้

ตัวแบบ Shift-Share Analysis

งานศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ Shift-Share Analysis (SSA) โดยผสมผสานตัวแบบที่เสนอโดย Monetary Authority of Singapore, Economics Department (1998), Gilbert (2010) และ Piezas-Jerbi and Colemen (2009) ทั้งนี้ได้มีการแยกองค์ประกอบของการขยายตัวของสินค้าส่งออกและตลาดส่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. พิจารณาการแยกส่วนของการเปลี่ยนแปลงของสินค้าส่งออกแต่ละชนิด

$$X_t^{ij} - X_b^{ij} = rX_b^{ij} + (r_i - r)X_b^{ij} + (r_{ij} - r_i)X_b^j \frac{X_b^i}{X_b} + e^{ij} \qquad ...(10)$$

ทั้งนี้ $e^{ij} = (r_{ij} - r_i)(X_b^{ij} - X_b^j \frac{X_b^i}{X_b})$

โดยที่

i คือ สินค้าส่งออกชนิด i

J คือ ตลาดประเทศ (ส่งออก j)

t คือ ปีปัจจุบันที่ทำการศึกษา

b คือ ปีฐานที่ทำการศึกษา

X คือ มูลค่าส่งออกของสินค้า

r คือ อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกรวมของประเทศ

r_i คือ อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกชนิดที่ i ของประเทศ

r_{ij} คือ อัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกชนิดที่ i ไปตลาดที่ j

เทอมแรกทางขวามือของสมการ (10) คือ ผลภาพรวม (overall growth) เทอมที่สอง คือ ผลด้านสินค้า (commodity effect) เทอมที่สาม คือ ผลทางด้านตลาด (market effect) และเทอมที่สี่ คือ ผลด้านการแข่งขัน (competitive effect)

2. พิจารณาการแยกส่วนของการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออก หาได้โดยการรวมสินค้าทุกชนิดที่ส่งไปตลาด j ที่แสดงในสมการ (10) ได้ผลดังนี้

$$X_t^j - X_b^j = \sum_i rX_b^{ij} + \sum_i (r_i - r)X_b^{ij} + \sum_i (r_{ij} - r_i)X_b^j \frac{X_b^i}{X_b} + \sum_i e^{ij} \qquad ...(11)$$

การนำวิธี SSA ไปใช้ในศึกษาการเติบโตของตลาดส่งออกของประเทศ จะวัดขนาดเปรียบเทียบ (relative size) ของการเพิ่มขึ้น (gains) หรือลดลง (losses) ของตลาดส่งออก เมื่อเทียบกับการขยายตัวของการส่งออกรวม (overall growth) ซึ่งเรียกส่วนนี้ว่าส่วนร่วม (share) การวัดผลการเปลี่ยนแปลงของแต่ละตลาด เมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานของการส่งออกรวม หรือ ส่วนร่วม หรือเรียกส่วนเปลี่ยนแปลงนี้ว่า ส่วนเพิ่ม (net shift) ซึ่งเกิดจากผลรวมของ 3 ส่วน คือ ส่วนที่เกิดจากสินค้า (Commodity Effect--CE) ส่วนที่เกิดจากตลาด (Market Effect--ME) และส่วนที่เกิดจากการแข่งขัน (Competitiveness Effect--CPE) ซึ่งก็คือ ส่วนที่เหลือ (residual) เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{Net Shift} = \Delta\text{CE} + \Delta\text{ME} + \Delta\text{CPE} \qquad ...(12)$$

การคำนวณ ส่วนเพิ่มสุทธิ (net shift) ทำได้ทั้งระดับสินค้า (แสดงในสมการ 10) และระดับตลาด (แสดงในสมการ 11) ส่วนเครื่องหมายของส่วนเพิ่มสุทธิ เป็นไปได้ทั้งบวกและลบ กรณีที่เป็นบวก แสดงว่า สินค้าหรือตลาดที่พิจารณามีอัตราการขยายตัวสูงกว่าผลภาพรวม (overall growth) หรือส่วนร่วม จึงเป็นตลาดหรือสินค้าที่มีผลการดำเนินงานดี ในทางตรงข้าม ถ้าส่วนเพิ่มสุทธิติดลบ แสดงว่า เป็นตลาดหรือสินค้าที่มีการขยายตัวต่ำกว่าผลภาพรวม จึงเป็นตลาดหรือสินค้าที่มีผลการดำเนินงานไม่ดี

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. งานศึกษาเลือกสินค้าส่งออกของประเทศไทยจำนวน 15 ชนิด แยกเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดจำนวน 10 ชนิดในปี พ.ศ. 2553 ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ แผงวงจรไฟฟ้า ยางพารา น้ำมันสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ และข้าว และสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยจำนวน 5 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย และผลไม้กระป๋องและแปรรูป

2. งานศึกษาเลือกตลาดส่งออกที่มูลค่าส่งออกสูงสุด 15 อันดับแรกของไทยในปี พ.ศ. 2553 ประกอบด้วย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ สหราชอาณาจักร ฮ่องกงจีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม อินเดีย เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

ผลการดำเนินงานของตลาดส่งออกของประเทศไทย

จากการศึกษาผลการดำเนินงานของตลาดส่งออกของประเทศไทยจำนวน 15 ตลาด (ประเทศ) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2543 และปี พ.ศ. 2553 ตามที่แสดงในสมการ (11) และสมการ (12) พบว่า มีประเทศที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ซึ่งหมายถึง ตลาดที่มีผลประกอบการดีมีจำนวน 9 ประเทศ และประเทศที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ ซึ่งหมายถึง ตลาดที่มีผลประกอบการไม่ดีมีจำนวน 6 ประเทศ (ดูตาราง 17) จะเห็นว่า ประเทศที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวกส่วนใหญ่เป็นประเทศในแทบทวีปเอเชีย ประเทศสวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศเดียวที่อยู่ในทวีปยุโรปที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดส่งออกที่มีส่วนเพิ่มสุทธิสูงสุด รองลงมา คือ ออสเตรเลีย และฮ่องกงจีน สำหรับประเทศที่ส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่เคยเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย ได้แก่ สหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดที่มีการหดตัวมากที่สุด รองลงมา คือ ประเทศสิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น รายละเอียดของแต่ละตลาด เป็นดังนี้

ตาราง 17

ส่วนเพิ่มสุทธิและขนาดส่วนเพิ่มของตลาดช่วงปี พ.ศ. 2543 และปี พ.ศ. 2553

ตลาดที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวก (positive net shift)	ขนาด (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	ตลาดที่มีส่วนเพิ่มเป็นลบ (negative net shift)	ขนาด (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)
1. สาธารณรัฐประชาชนจีน	11,118.6	1. สหรัฐฯ	–7,937.0
2. ออสเตรเลีย	3,847.1	2. สิงคโปร์	–4,421.1
3. ฮ่องกงจีน	3,840.1	3. เนเธอร์แลนด์	–2,533.1
4. สวิตเซอร์แลนด์	3,226.7	4. ญี่ปุ่น	–2,106.4
5. มาเลเซีย	2,574.8	5. สหราชอาณาจักร	–329.9
6. อินโดนีเซีย	1,878.7	6. เกาหลีใต้	–115.0
7. อินเดีย	1,607.3		
8. ฟิลิปปินส์	1,548.0		
9. เวียดนาม	1,406.5		

ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมากที่สุด คือ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 11,118 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน คือ ผลด้านสินค้า ผลด้านตลาด และ ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวกทั้งหมด เปรียบเทียบผลทั้งสามด้าน พบว่า ผลด้านตลาดมีค่าสูงสุด (ดูตาราง 18) ผลการเปลี่ยนแปลงในทางเพิ่มขึ้นมากที่สุดดังกล่าว ทำให้สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดส่งออกของประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน

ตาราง 18

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	1,604.2	710.2	185.3	708.7
2. ข้าว	–110.5	52.2	–91.7	–71.0
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,068.3	43.5	689.3	335.5
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–85.8	–79.4	–8.3	1.9

ตาราง 18 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	6.5	–0.8	627.4	–620.1
6. น้ำตาลทราย	–11.4	3.7	–50.0	34.9
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	6.2	1.4	16.4	–11.6
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	3,810.5	–283.6	3,340.6	753.5
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	61.9	24.1	695.9	–658.1
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	7.1	23.2	–191.3	175.2
11. แผงวงจรไฟฟ้า	373.4	–156.1	626.0	–96.5
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	1,347.6	74.8	2,397.9	–1,125.1
13. เม็ดพลาสติก	1,068.5	118.2	360.5	589.8
14. เคมีภัณฑ์	1,506.9	183.7	666.7	656.5
15. น้ำมันสำเร็จรูป	465.3	371.3	35.4	58.6
รวม	11,118.6	1,086.3	9,300.1	732.2

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า กลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษา มีส่วนเพิ่มเป็นบวก ยกเว้นข้าว กุ้งสด-แช่เย็นแช่แข็ง และน้ำตาลทราย สาเหตุที่ทำให้การส่งออกข้าวไปตลาดสาธารณรัฐ-ประชาชนจีนมีส่วนเพิ่มเป็นลบ มีเหตุผล 2 ประการ ประการแรก เป็นผลมาจากตลาด (market effect) ติดลบ ซึ่งหมายความว่า การขยายตัวของการส่งออกข้าวไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการขยายตัวของการส่งออกข้าวของไทยไปตลาดโลก (ดังจะเห็นว่าค่า ME ติดลบ 91.7) และเป็นผลมาจากด้านแข่งขัน (competitive effect) ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนติดลบ (CPE ติดลบ 71) สำหรับเหตุผลที่ทำให้กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีส่วนเพิ่มเป็นลบ เป็นผลมาจากด้านสินค้าและผลจากด้านตลาด ส่วนผลที่ทำให้น้ำตาลทรายมีส่วนเพิ่มเป็นลบเกิดจากด้านตลาด แต่ด้านความสามารถในการแข่งขันของน้ำตาลทรายในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนยังคงเพิ่มขึ้น (CPE มีค่าเป็นบวก) ขณะที่ศักยภาพการแข่งขันของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งอยู่ในระดับต่ำมาก สำหรับสินค้าที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวก แต่ความสามารถในการแข่งขันลดลงมี

4 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากยาง รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป แผงวงจรไฟฟ้า และผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ตลาดออสเตรเลีย

ตลาดออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ขนาดของส่วนเพิ่มขึ้นเป็นอันดับที่ 2 คิดเป็นมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3,847 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลเพิ่มสุทธิด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ โดยมีส่วนเพิ่มที่เกิดจากการผลด้านตลาดมีค่าสูงสุด ผลการเปลี่ยนแปลงในทางเพิ่มขึ้นดังกล่าว ทำให้ประเทศออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกของประเทศไทยที่มีการขยายตัวการส่งออกในอันดับที่สองรองจากตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งไปตลาดออสเตรเลีย พบว่าสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษา มีส่วนเพิ่มขึ้นเป็นบวก ยกเว้นยางพารา กุ้งสด-แช่เย็นแช่แข็ง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และแผงวงจรไฟฟ้า สาเหตุที่ทำให้การส่งออกสินค้ายางพาราไปตลาดออสเตรเลียลดลงเป็นผลทางด้านตลาด กล่าวคือ การขยายตัวของการส่งออกสินค้ายางพาราไทยในตลาดออสเตรเลียต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการขยายตัวของการส่งออกสินค้ายางพาราของไทยไปตลาดโลก (ดังจะเห็นว่าค่า ME ติดลบ 154.2) สาเหตุที่ทำให้การส่งออกสินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดออสเตรเลียมีส่วนเพิ่มติดลบเป็นผลมาจากทั้งสามด้านมีค่าติดลบ สำหรับเหตุผลที่ทำให้ผลไม้กระป๋องและแปรรูปมีส่วนเพิ่มติดลบเป็นผลมาจากด้านตลาดและด้านแข่งขัน และแผงวงจรไฟฟ้ามีส่วนเพิ่มติดลบเป็นผลมาจากด้านสินค้าและด้านการแข่งขัน

สำหรับสินค้าที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวก (ผลประกอบการดี เนื่องมาจากตลาดที่ส่งไปขายขยายตัวดี และสินค้าที่ส่งไปมีอัตราขยายตัวสูงกว่าระดับของประเทศ) แต่ความสามารถในการแข่งขันลดลงมี 8 ประเภท ได้แก่ ข้าว น้ำตาลทราย เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์และน้ำมันสำเร็จรูป (ดูตาราง 19)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

ตาราง 19

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดออสเตรเลีย

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–5.9	7.1	–154.2	141.2
2. ข้าว	41.2	9.5	56.6	–24.9
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	3.1	6.1	–8.5	5.5
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–86.6	–72.2	–11.9	–2.5
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	28.8	–63.4	57.9	34.3
6. น้ำตาลทราย	26.6	-	28,213.7	–28,187.1
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–9.5	3.7	–9.7	–3.5
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	0.1	–53.7	133.9	–80.1
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,928.0	2,068.5	–17.4	–123.1
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,473.3	73.1	3,043.2	–1,643
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–5.3	–6.0	13.4	–12.7
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	123.7	88.3	32.6	2.8
13. เม็ดพลาสติก	148.1	23.6	136.4	–11.9
14. เคมีภัณฑ์	40.2	26.7	27.0	–13.5
15. น้ำมันสำเร็จรูป	141.3	31.9	276.5	–167.1
รวม	3,847.1	2,143.2	31,789.5	–30,085.6

ตลาดฮ่องกงจีน

ตลาดฮ่องกงจีนเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ที่มีขนาดส่วนเพิ่มมากเป็นอันดับ 3 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3,840 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ด้านการแข่งขันมีค่าเป็นติดลบ (ค่า CPE ติดลบ 2942) โดยผลส่วนเพิ่มที่มาจากผลด้านตลาดมีค่าสูงสุด

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดฮ่องกงจีน (ดูตาราง 20) พบว่า กลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ชนิดที่ทำการศึกษา สินค้าที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมี 4 ชนิด ได้แก่ น้ำตาลทราย เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และแผงวงจรไฟฟ้า ส่วนสินค้าที่เหลือ 11 ประเภทมีส่วนเพิ่ม

สุทธิลดลง สินค้าที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมากที่สุด คือ อัญมณีและเครื่องประดับ สาเหตุที่ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปตลาดฮ่องกงเพิ่มขึ้นมาจากผล 2 ประการ ประการแรก เป็นผลมาจากตลาด (market effect) กล่าวคือ ขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดฮ่องกงสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปตลาดโลก (มีค่า ME เป็น 2364) และผลมาจากสินค้า (commodity effect) ซึ่งอัตราการขยายตัวการส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยสูงกว่าอัตราการขยายตัวสินค้าการส่งออกรวมของไทย (มีค่า CE เป็น 299) แต่ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในระดับต่ำ โดยมีผลด้านการแข่งขันติดลบ สำหรับเหตุผลที่ทำให้สินค้าน้ำตาลทราย เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้ามีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก เป็นผลมาจากด้านตลาด คือ อัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าทั้งสามประเภทที่ส่งไปตลาดฮ่องกงจีนสูงกว่าอัตราการส่งออกสินค้าทั้งสามประเภทของไทยไปตลาดโลก แต่ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าน้ำตาลทราย และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ในตลาดฮ่องกงจีนลดลง โดยน้ำตาลทรายและเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีผลด้านแข่งขันติดลบ ส่วนแผงวงจรไฟฟ้ามีผลด้านสินค้าติดลบ หมายความว่า อัตราการขยายตัวการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าไปตลาดฮ่องกงจีนต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าไทยไปตลาดโลก

ตาราง 20

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดฮ่องกงจีน

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–55.9	65.4	–338.7	217.4
2. ข้าว	–132.4	54.3	–125.5	–61.2
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	–10.4	12.4	–67.1	44.3
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–98.6	–71.6	–48.3	21.3
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–27.2	–17.4	–48.2	38.4
6. น้ำตาลทราย	4.7	0.1	804.0	–799.4

ตาราง 20 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–9.3	1.8	–36.8	25.7
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,501.8	–142.5	3,313.2	–1,668.9
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–4.2	21.9	–656.6	630.5
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	2,367.5	298.8	2,364.0	–295.3
11. แผงวงจรไฟฟ้า	1,452.2	–240.0	1,613.7	78.5
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	–3.5	170.9	–178.3	3.9
13. เม็ดพลาสติก	–985.2	319.0	–227.4	–1,076.8
14. เคมีภัณฑ์	–40.6	50.2	–207.5	116.7
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–118.8	252.9	–254.8	–116.9
รวม	3,840.1	776.2	5,905.7	–2,841.8

ตลาดสวิตเซอร์แลนด์

ตลาดสวิตเซอร์แลนด์เป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกอยู่ในอันดับที่ 4 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3,227 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสินค้า ด้านตลาด และด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวกทั้งหมด โดยเฉพาะเป็นส่วนที่เกิดจากด้านการแข่งขันมีค่ามากที่สุด (ดูตาราง 21) พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดสวิตเซอร์แลนด์ พบว่า สินค้าที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวกมี 6 ชนิด ได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง คอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง และแผงวงจรไฟฟ้า สินค้าที่มีส่วนเพิ่มมากที่สุด คือ อัญมณีและเครื่อง-ประดับ ผลทั้งสามด้านมีค่าเป็นบวกทั้งหมด โดยผลทางด้านการแข่งขันมีค่ามากที่สุด ส่วนสินค้าอีก 5 ชนิดมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกเพียงเล็กน้อย และมีข้อสังเกตว่า ผลทางด้านแข่งขันของสินค้าเหล่านี้มีค่าติดลบ ยกเว้นผลิตภัณฑ์จากยางพารา สำหรับสินค้าที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบมี 9 ชนิด แต่ละชนิดมีส่วนติดลบไม่มาก สะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงที่ทำการศึกษา ผลการดำเนินการด้านส่งออกของไทยในตลาดสวิตเซอร์แลนด์อยู่ในระดับเกณฑ์เฉลี่ยหรือภาพรวมของประเทศ (overall growth)

ตาราง 21

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดสวิตเซอร์แลนด์

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–2.7	2.3	–63.9	58.9
2. ข้าว	2.3	1.8	1.7	–1.2
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1.0	0.2	21.8	–21.0
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–16.8	–10.3	–12.9	6.4
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–12.4	–9.1	–4.9	1.6
6. น้ำตาลทราย	–6.7	1.1	–17.4	9.6
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–2.6	0.6	–5.1	1.9
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	22.6	–5.2	243.7	–215.9
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–16.7	45.9	–120.4	57.8
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	3,258.2	260.7	628.8	2,368.7
11. แผงวงจรไฟฟ้า	1.5	–2.6	57.9	–53.8
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	1.7	6.8	–20.8	15.7
13. เม็ดพลาสติก	–1.6	0.4	–48.1	46.1
14. เคมีภัณฑ์	–1.0	1.3	–32.1	29.8
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–0.1	-	–56.5	56.4
รวม	3,226.7	293.9	571.8	2,361

ตลาดมาเลเซีย

ตลาดมาเลเซียเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยในกลุ่มอาเซียน สัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดมาเลเซียปรับเพิ่มขึ้นจนเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มอาเซียนในปี พ.ศ. 2551 แทนที่สิงคโปร์ โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2,575 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ ซึ่งหมายความว่า ศักยภาพโดยรวมในการแข่งขันของกลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษาของไทยในตลาดมาเลเซียลดลง ส่วนผลที่เกิดจากด้านตลาดมีค่าสูงสุด (ดูตาราง 22)

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดมาเลเซีย พบว่า สินค้าที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมี 7 ชนิด ได้แก่ ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติกและน้ำมันสำเร็จรูป ส่วนสินค้าที่เหลือ 8 ชนิดมีผลเพิ่มสุทธิเป็นลบ สินค้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ โดยผลด้านตลาดและด้านสินค้าเป็นบวก แต่ผลด้านแข่งขันลดลง ยางพาราเป็นสินค้าที่มีสินค้าที่มีผลประกอบการในตลาดมาเลเซียที่ดี โดยผลทั้งสามด้านเป็นบวก สินค้าที่มีผลเพิ่มสุทธิเป็นลบมากที่สุด คือ แผงวงจรไฟฟ้า รองลงมา คือ ข้าว ผลทั้งสามด้านของแผงวงจรไฟฟ้ามีค่าติดลบ ส่วนกรณีของข้าวเกิดจากผลด้านตลาดและด้านการแข่งขันที่มีค่าติดลบ

ตาราง 22

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดมาเลเซีย

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	807.1	399.5	150.0	257.6
2. ข้าว	–156.2	44.0	–133.6	–66.6
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	46.1	27.2	20.3	–1.4
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–1.0	–1.2	16.6	–16.4
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–11.7	–11.0	–4.7	4.0
6. น้ำตาลทราย	–53.8	19.4	–46.6	–26.6
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–7.3	2.4	–19.0	9.3
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	113.7	–266.9	329.5	51.1
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,047.6	290.8	1,155.2	–398.4
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–5.3	21.9	–341.8	314.6
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–399.6	–295.5	–64.9	–39.2
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	295.8	94.2	301.0	–99.4
13. เม็ดพลาสติก	4.9	52.9	–40.6	–7.4
14. เคมีภัณฑ์	–25.0	234.4	–102.3	–157.1

ตาราง 22 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
15. น้ำมันสำเร็จรูป	919.5	14.6	8,633.1	–7,728.2
รวม	2,574.8	626.7	9,852.2	–7,904.1

ตลาดอินโดนีเซีย

ตลาดอินโดนีเซียเป็นตลาดส่งออกสินค้าของไทยที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งในอาเซียน ตลาดอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกอยู่ในอันดับที่ 6 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,879 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านแข่งขันติดลบ ซึ่งหมายความว่า ผลประกอบการส่งออกที่ดีในตลาดอินโดนีเซียเป็นผลมาจากสินค้าที่ส่งไปมีการขยายตัวที่ดีและตลาดอินโดนีเซียมีการขยายตัวในเกณฑ์ที่ดี โดยผลที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดมีค่ามากกว่าผลที่เกิดจากสินค้า อย่างไรก็ตาม ศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าไทยโดยรวมในตลาดอินโดนีเซียลดลง (ดูตาราง 23)

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดอินโดนีเซีย พบว่า จากสินค้าทั้งหมด 15 ชนิดที่ทำการศึกษา มี 10 ชนิดที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวก ได้แก่ ยางพารา ข้าว น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและแผงวงจรไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีผลประกอบการดีที่สุด (ส่วนเพิ่มสุทธิมากที่สุด) โดยผลทั้งสามด้านมีค่าเป็นบวก ผลทางด้านตลาดมีค่าสูงสุด ส่วนสินค้าที่มีผลประกอบการไม่ดีในตลาดอินโดนีเซีย (ส่วนเพิ่มติดลบ) มี 5 ชนิด ได้แก่ สินค้ากุ้ง-สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์และน้ำมันสำเร็จรูป โดยกลุ่มเคมีภัณฑ์มีค่าติดลบมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากผลด้านการแข่งขันและผลด้านตลาดติดลบ

ตาราง 23

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดอินโดนีเซีย

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	7.2	9.4	–16.4	14.2
2. ข้าว	23.0	19.2	2.8	1.0
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	26.6	68.6	–8.6	–33.4
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–2.2	–1.3	–30.9	30.0
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–1.1	–0.7	–15.2	14.8
6. น้ำตาลทราย	4.8	96.7	–5.6	–86.3
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	1.9	0.4	7.8	–6.3
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–16.7	–14.4	–17.5	15.2
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,646.7	221.3	1,367.4	58.0
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	14.8	4.7	282.7	–272.6
11. แผงวงจรไฟฟ้า	9.2	–0.7	1,218.5	–1,208.6
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	129.6	25.0	282.0	–177.4
13. เม็ดพลาสติก	202.0	41.6	82.5	77.9
14. เคมีภัณฑ์	–158.8	363.4	–63.5	–458.7
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–8.3	48.0	–78.3	22.0
รวม	1,878.7	881.2	3,007.7	–2,010.2

ตลาดอินเดีย

อินเดียเป็นตลาดการส่งออกของไทยที่เริ่มมีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ ดังจะเห็นว่าอินเดียจัดอยู่ในตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยในปี พ.ศ. 2550 ต่อมาในปี พ.ศ. 2553 เลื่อนขึ้นมาอยู่อันดับที่ 11 และจากผลการศึกษาพบว่า ตลาดอินเดียมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก โดยผลด้านสินค้าและผลด้านตลาดมีค่าเป็นบวก โดยส่วนที่เกิดจากตลาดมีค่าสูงกว่า แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดอินเดีย พบว่ากลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษามีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ยกเว้นข้าว และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สาเหตุที่ทำให้สินค้าข้าวไปตลาดอินเดีย

ลดลงเป็นผลมาจากตลาด สำหรับเหตุผลที่ทำให้สินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ปรับตัวลดลงมีผลด้านสินค้า สำหรับสินค้าส่งออกของไทยไปยังประเทศอินเดียที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ส่วนมากมีผลมาจากทางด้านตลาด แต่ศักยภาพในการแข่งขันลดลงมีถึง 10 ประเภท ได้แก่ สินค้ายางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งสด-แช่เย็นแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากยาง น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป แผงวงจรไฟฟ้า และน้ำมันสำเร็จรูป ข้อค้นพบนี้แสดงบ่งชี้ว่า ผลประกอบการที่ดีในตลาดอินเดียเป็นผลมาจากเศรษฐกิจของประเทศอินเดียขยายตัวทำให้มีการนำเข้ามากขึ้น แต่การที่ผลด้านแข่งขันติดลบ แสดงว่าศักยภาพการแข่งขันในตลาดนี้ยังต่ำ (ดูตาราง 24)

ตาราง 24

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดอินเดีย

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	184.4	10.0	454.3	–279.9
2. ข้าว	–1.6	0.2	–37.0	35.2
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	12.8	2.6	20.5	–10.3
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	1.2	–0.1	195.5	–194.2
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	0.1	–0.1	27.9	–27.7
6. น้ำตาลทราย	163.8	0.1	5,396.2	–5,232.5
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	4.2	0.1	25.6	–21.5
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–20.6	–50.0	24.0	5.4
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	232.7	47.4	306.3	–121.0
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	182.1	74.9	69.4	37.8
11. แผงวงจรไฟฟ้า	1.0	–1.3	58.1	–55.8
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	76.0	13.2	118.2	–55.4
13. เม็ดพลาสติก	355.3	19.1	138.8	197.4
14. เคมีภัณฑ์	409.9	43.2	138.5	228.2
15. น้ำมันสำเร็จรูป	6.0	1.2	94.0	–89.2
รวม	1,607.3	160.5	7,030.3	–5,583.5

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

ตลาดฟิลิปปินส์

ตลาดฟิลิปปินส์มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก คือ เพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,548 ล้านดอลลาร์-สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันเป็นลบ ซึ่งหมายความว่า ผลการดำเนินการที่ดีในตลาดฟิลิปปินส์เป็นผลมาจากตัวสินค้าและการเติบโตของตลาด ไม่ใช่เป็นผลมาจากศักยภาพในการแข่งขันของสินค้า (ค่าCPE รวมติดลบ 1,775) ส่วนที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดฟิลิปปินส์สูงสุดเป็นทางด้านตลาด (3,180 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) (ดูตาราง 25)

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดฟิลิปปินส์ พบว่ากลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษาปรับตัวเพิ่มขึ้น ยกเว้นสินค้ากุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็ง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ สาเหตุที่ทำให้สินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ เพราะผลจากด้านสินค้าและผลด้านตลาดที่ติดลบ ส่วนสาเหตุที่ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ เพราะผลทั้งสามด้านติดลบ ส่วนเคมีภัณฑ์มีส่วนเพิ่มเป็นลบ เป็นผลมาจากด้านตลาดและด้านแข่งขันติดลบ สำหรับสินค้าส่งออกของไทยไปตลาดฟิลิปปินส์ที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก ส่วนมากมีผลมาจากทางด้านตลาด ส่วนผลด้านแข่งขันของสินค้าส่วนใหญ่จะติดลบ

ตาราง 25

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดฟิลิปปินส์

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	7.6	1.6	209.9	–203.9
2. ข้าว	229.1	2.7	966.4	–740.0
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	21.9	10.5	12.2	–0.8
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–0.1	–0.1	–5.4	5.4
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1.7	–0.2	219.3	–217.4
6. น้ำตาลทราย	135.8	5.6	110.5	19.7
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	4.0	0.2	30.5	–26.7

ตาราง 25 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–513.1	–131.1	–260.5	–121.5
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	915.2	156.4	832.7	–73.9
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	0.3	0.1	193.4	–193.2
11. แผงวงจรไฟฟ้า	99.9	–109.4	136.3	73.0
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	50.4	55.1	–4.6	–0.1
13. เม็ดพลาสติก	23.8	34.6	–5.4	–5.4
14. เคมีภัณฑ์	–7.2	79.3	–39.0	–47.5
15. น้ำมันสำเร็จรูป	578.7	37.3	783.6	–242.2
รวม	1,548.0	142.6	3,179.9	–1,774.5

ตลาดเวียดนาม

เวียดนามเป็นตลาดการส่งออกที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวกเช่นเดียวกับตลาดอาเซียนอื่นที่ทำการศึกษา ผลการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและด้านตลาดเป็นบวก แต่ผลด้านการแข่งขันมีค่าเป็นลบ ซึ่งหมายความว่า ศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทที่ทำการศึกษาของไทยในตลาดเวียดนามค่อนข้างต่ำมาก (CPE มีค่าติดลบ 33,618) ปัจจัยที่ทำให้ผลการดำเนินการในตลาดเวียดนามประสบผลสำเร็จเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดเวียดนาม ดังจะเห็นได้จากผลด้านตลาดมีค่าเป็นบวกสูงสุด (ME มีค่า 34,554)

พิจารณารายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทที่ส่งออกไปตลาดเวียดนาม พบว่ากลุ่มสินค้าทั้งหมด 15 ชนิดที่ทำการศึกษาทุกชนิดมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก โดยน้ำมันสำเร็จรูปมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกสูงสุด รองลงมา คือ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยางและน้ำตาลทราย ตามลำดับ และมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า สินค้าทุกชนิดมีผลการแข่งขันเป็นลบ ยกเว้นน้ำมันสำเร็จรูป และเคมีภัณฑ์ (ดูตาราง 26)

ตาราง 26

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดเวียดนาม

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	72.9	1.4	2,268.4	–2,196.9
2. ข้าว	1.2	0.1	81.0	–79.9
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	14.5	1.1	104.5	–91.1
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	30.8	–0.1	6,634.4	–6,603.5
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	0.5	–0.2	90.1	–89.4
6. น้ำตาลทราย	122.8	0.1	4,991.4	–4,868.7
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	2.2	-	142.8	–140.6
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	29.7	–0.6	3,302.5	–3,272.2
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	220.6	19.1	1,397.6	–1,196.1
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	57.8	10.4	375.9	–328.5
11. แผงวงจรไฟฟ้า	10.9	-	14,925.0	–14,914.1
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	172.7	37.0	154.1	–18.4
13. เม็ดพลาสติก	36.7	73.2	–6.7	–29.8
14. เคมีภัณฑ์	220.4	62.5	69.9	88.0
15. น้ำมันสำเร็จรูป	412.8	267.4	22.7	122.7
รวม	1,406.5	471.4	34,553.6	–33,618.5

ตลาดสหรัฐฯ

ตลาดสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงสุทธิเป็นติดลบมากที่สุด โดยมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 7,937 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลด้านสินค้าและด้านการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แต่ผลด้านตลาดมีค่าติดลบ ซึ่งหมายความว่า ผลประกอบการส่งออกที่ไม่ดีในตลาดสหรัฐฯ เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่มีผลทำให้เกิดการหดตัวของการส่งออกในตลาดนี้ ทั้งนี้ผลด้านการแข่งขันและด้านตัวสินค้ายังมีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก (CE = 426.2, CPE = 1,619) แต่น้อยกว่าผลด้านตลาดที่เป็นลบ (ME = –9,982) (ดูตาราง 27)

พิจารณาผลการดำเนินงานของสินค้าแต่ละชนิดที่ส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ สินค้าที่มีผลประกอบการดี คือ สินค้าในกลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมีจำนวน 6 ชนิด ได้แก่

ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ยาง และเคมีภัณฑ์ จะเห็นว่าสินค้าส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้เป็นสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป ส่วนสินค้าที่มีผลประกอบการที่ไม่ดี คือ กลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบมีจำนวน 9 ชนิด เป็นสินค้ากลุ่มเกษตรและเกษตรแปรรูป 3 ชนิด ได้แก่ ยางพารา กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป นอกนั้นเป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าในกลุ่มนี้ที่หดตัวมาก ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

ตาราง 27

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดสหรัฐฯ

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–56.4	531.1	–853.4	265.9
2. ข้าว	95.6	54.2	117.8	–76.4
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	19.3	17.8	12.6	–11.1
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–1,294.2	–1,236.3	–25.4	–32.5
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–1,063.1	–718.3	–173.8	–171.0
6. น้ำตาลทราย	6.6	1.6	209.8	–204.8
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	136.5	32.3	80.1	24.1
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–2,448.0	–1,330.3	–1,019.4	–98.3
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–279.1	948.5	–3,016.4	1,788.8
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–331.7	1,970.8	–1,686.4	–616.1
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–2,788.6	–1,202.2	–1,276.4	–310.0
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	307.5	1,103.1	–532.5	–263.1
13. เม็ดพลาสติก	–137.8	52.5	–852.3	662.0
14. เคมีภัณฑ์	73.3	34.6	542.8	–504.1
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–176.9	166.8	–1,510.0	1,166.3
รวม	–7,937.0	426.2	–9,982.9	1,619.7

ตลาดสิงคโปร์

ตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ ซึ่งมีขนาดมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดสหรัฐฯ ทำให้สิงคโปร์เป็นตลาดอาเซียนเพียงตลาดเดียวที่ผลประกอบการการส่งออกของไทยไม่ประสบผลสำเร็จ (การศึกษานี้พิจารณาตลาดอาเซียน 5 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) พิจารณาผลทั้งสามด้าน พบว่า ผลด้านสินค้าเป็นบวก แต่ผลด้านตลาดและผลด้านแข่งขันติดลบ ซึ่งหมายความว่า การที่ผลประกอบการการส่งออกของไทยในตลาดสิงคโปร์ไม่ดี เป็นเพราะตลาดสิงคโปร์ขยายตัวไม่มากและการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดสิงคโปร์ลดลง ผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ตลาดสิงคโปร์ที่เคยเป็นตลาดส่งออกใหญ่สุดของประเทศไทยในตลาดอาเซียนลดความสำคัญลง

สินค้าส่งออกของไทยไปยังตลาดสิงคโปร์ที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมี 4 ชนิด ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ น้ำตาลทรายและผลิตภัณฑ์ยาง ส่วนสินค้าที่มีผลสุทธิเพิ่มเป็นลบมี 11 ชนิด โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีส่วนเพิ่มติดลบมากที่สุด นอกจากนี้เป็นสินค้าในกลุ่มเกษตรและเกษตรแปรรูป เช่น ข้าว ยางพารา กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น สาเหตุที่ทำให้สินค้าที่มีส่วนเพิ่มลดลงส่วนใหญ่เป็นผลมาจากด้านตลาด (ดูตาราง 28)

ตาราง 28

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดสิงคโปร์

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–51.6	104.9	–469.7	313.2
2. ข้าว	–158.9	47.5	–273.2	66.8
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	–6.2	16.0	–87.0	64.8
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–295.0	–182.8	–135.7	23.5
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–297	–93.3	–322.4	118.7
6. น้ำตาลทราย	44.0	2.7	403.1	–361.8
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–14.3	2.6	–66.6	49.7

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

ตาราง 28 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–4,035.6	–1,162.4	–1,223.4	–1,649.8
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–106.9	307.6	–1,281.1	866.6
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–5.6	39.8	–670.6	625.2
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–32.6	–377.4	360.5	–15.7
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	15.0	82.4	–245.7	178.3
13. เม็ดพลาสติก	–46.1	28.5	–251.2	176.6
14. เคมีภัณฑ์	176.2	96.2	164.7	–84.7
15. น้ำมันสำเร็จรูป	393.5	1,351.8	–211.9	–746.4
รวม	–4,421.1	264.1	–4,310.2	–375.0

ตลาดเนเธอร์แลนด์

ตลาดเนเธอร์แลนด์เป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิติดลบ โดยมีส่วนเพิ่มสุทธิลดลงเท่ากับ 2,533 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสินค้า (commodity effect) ด้านตลาด (market effect) และด้านการแข่งขัน (competitive effect) มีค่าเป็นติดลบทั้งหมด โดยเฉพาะเป็นส่วนที่เกิดจากผลด้านการแข่งขันที่มีค่าติดลบมากที่สุด (มีค่า CPE เป็นติดลบ 1,644 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ผลการเปลี่ยนแปลงในทางลดลงดังกล่าว ทำให้ตลาดเนเธอร์แลนด์เป็นตลาดการส่งออกของประเทศไทยที่มีส่วนเพิ่มสุทธิติดลบอยู่ในอันดับที่ 3

สินค้าที่มีผลประกอบการดี คือ กลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก มีจำนวน 6 ชนิด ที่สำคัญ คือ ยางพารา และผลิตภัณฑ์ยาง แต่ส่วนเพิ่มสุทธิมีขนาดไม่มาก (ดูตาราง 29) สินค้าที่มีผลประกอบการไม่ดี คือ กลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ สินค้าในหมวดอุตสาหกรรมที่ลดลงมากที่สุด ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สาเหตุที่ทำให้สินค้าทั้งสองชนิดนี้ลดลงมาก เพราะผลทั้งสามด้านมีค่าติดลบ ส่วนสินค้าในหมวดเกษตรกรรมที่ลดลงมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง สาเหตุที่ทำให้ลดลง เป็นผลมาจากผลด้านตลาดและด้านแข่งขันที่มีค่าติดลบ ส่วน

น้ำตาลทรายมีค่าส่วนเพิ่มสุทธิเป็นศูนย์ หมายความว่า การส่งออกน้ำตาลทรายไปตลาดเนเธอร์แลนด์ขยายตัวในระดับเดียวกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของประเทศไทย

ตาราง 29

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดเนเธอร์แลนด์

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	25.1	27.7	–10.8	8.2
2. ข้าว	–16.5	9.3	–65.5	39.7
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	–363.2	194.2	–67.3	–490.1
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–25.5	–19.5	–25.3	19.3
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–18.4	–19.4	2.8	–1.8
6. น้ำตาลทราย	-	-	281.9	–281.9
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–44.9	14.5	–15.6	–43.8
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–954.1	–423.2	–232.5	–298.4
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–5.5	72.0	–383.4	305.9
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	12.2	33.7	–140.5	119.0
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–1,257.1	–605.0	–159.2	–492.9
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	80.1	47.2	78.6	–45.7
13. เม็ดพลาสติก	18.8	1.5	403.5	–386.2
14. เคมีภัณฑ์	15.8	69.0	–57.1	3.9
15. น้ำมันสำเร็จรูป	0.1	-	99.6	–99.5
รวม	–2,533.1	–598.0	–290.8	–1,644.3

ตลาดญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกของไทยที่สำคัญมาก มูลค่าการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นอยู่ในอันดับที่ 2 ตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิติดลบ การขยายตัวลดลงเป็นอันดับที่ 4 โดยมีมูลค่าส่วนเพิ่มสุทธิลดลงเท่ากับ 2,106 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการในตลาดญี่ปุ่นไม่ดี เป็นผลมาจากการหดตัวของตลาดญี่ปุ่น ดังจะเห็นได้จาก

ผลทางด้านตลาดมีค่าติดลบ (ME = –4,297) ซึ่งหมายความว่า อัตราขยายตัวของการส่งออกของสินค้าทั้งหมด 15 ประเภทของไทยที่ทำการศึกษาในตลาดญี่ปุ่นต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกของกลุ่มสินค้าเหล่านี้ในไปตลาดโลก ส่วนผลทางด้านสินค้าและด้านแข่งขันยังคงเป็นบวก (ดูตาราง 30)

สินค้าส่งออกของไทยไปยังญี่ปุ่นที่มีผลประกอบการไม่ดี คือ สินค้าในกลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิติดลบมีจำนวน 10 ชนิด โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีค่าติดลบมากที่สุด ส่วนสินค้าในหมวดเกษตรที่มีค่าติดลบมากที่สุด ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง สำหรับสินค้าที่มีผลประกอบการดี คือ สินค้าในกลุ่มที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมีจำนวน 5 ชนิด สินค้าที่มีส่วนเพิ่มมากที่สุด ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รองลงมา คือ ยางพารา ข้าว และผลิตภัณฑ์ยาง

ตาราง 30

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดญี่ปุ่น

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	99.8	836.4	–467.7	–268.9
2. ข้าว	82.0	11.1	675.5	–604.6
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	–43.7	135.4	–139.7	–39.4
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–562.0	–535.6	–18.4	–8.0
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–578.9	–340.5	–174.4	–64.0
6. น้ำตาลทราย	–98.0	53.4	–126.1	–25.3
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–20.3	8.7	–56.8	27.8
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–1300.9	–585.8	–1,019.1	304.0
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	657.9	875.2	–398.1	180.8
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–29.7	473.8	–1,055.5	552.0
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–213.5	–422.0	328.8	–120.3
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	74.1	377.1	–408.2	105.2
13. เม็ดพลาสติก	–50.3	101.9	–241.6	89.4
14. เคมีภัณฑ์	4.6	205.6	–326.4	125.4

ตาราง 30 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–127.5	176.4	-869.0	565.1
รวม	–2,106.4	1,371.1	–4,296.7	819.2

ตลาดสหราชอาณาจักร

ตลาดสหราชอาณาจักรเป็นตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิติดลบ ขนาดส่วนเพิ่มที่ติดลบมีค่าไม่มาก คือ ประมาณ 330 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการส่งออกในตลาดสหราชอาณาจักรไม่ดี เป็นเพราะผลด้านการแข่งขันมีค่าติดลบ ขณะที่ผลด้านสินค้าและด้านตลาดยังมีค่าเป็นบวก

สินค้าส่งออกของไทยไปยังประเทศสหราชอาณาจักรที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบมี 9 ชนิด ที่ติดลบมากที่สุด คือ แผงวงจรไฟฟ้า รองลงมา คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ส่วนสินค้าในหมวดเกษตรกรรมและแปรรูปลดลงไม่มาก (ดูตาราง 31) สินค้าที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวกมี 6 ชนิด ที่มีค่ามากที่สุด คือ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รองลงมา คือ อัญมณีและเครื่องประดับ

ตาราง 31

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดสหราชอาณาจักร

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	–20.5	39.9	–187.6	127.2
2. ข้าว	24.4	3.3	159.1	–138
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	–1.7	1.9	–46.0	42.4
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	17.4	–25.8	145.7	–102.5
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–8.6	–48.4	47.8	–8.0
6. น้ำตาลทราย	–0.7	0.1	–69.9	69.1
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	–6.9	3.9	–10.9	0.1
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–108.5	–78.0	–76.1	45.6

ตาราง 31 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	114.3	273.0	–217.3	58.6
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	32.9	267.6	–203.1	–31.6
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–363	–196.2	–131.9	–34.9
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	–20.3	104.5	–141.4	16.6
13. เม็ดพลาสติก	11.6	3.4	91.1	–82.9
14. เคมีภัณฑ์	–1.6	5.9	–98.7	91.2
15. น้ำมันสำเร็จรูป	1.3	-	192,766.4	–192,765.1
รวม	–329.9	355.1	192,027.2	–192,712.2

ตลาดเกาหลีใต้

ตลาดเกาหลีใต้เป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงสุทธิเป็นติดลบการขยายตัวลดลง เป็นอันดับที่ 6 โดยส่วนเพิ่มสุทธิลดลงไม่มากเท่ากับ 115 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการในตลาดเกาหลีใต้ไม่ดี เป็นผลมาจากผลด้านตลาดและผลด้านแข่งขันมีค่าติดลบ ส่วนผลด้านสินค้ายังคงเป็นบวก (ดูตาราง 32)

สินค้าส่งออกของไทยไปยังประเทศเกาหลีใต้ที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบมี 8 ชนิด สินค้าในหมวดอุตสาหกรรมที่ลดลงมากที่สุด คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รองลงมา คือ แผงวงจรไฟฟ้า สำหรับสินค้าที่มีส่วนเพิ่มเป็นบวกมี 7 ชนิด สินค้าในหมวดนี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดเกษตรกรรม ที่มีค่าส่วนเพิ่มสูงสุด ได้แก่ ยางพารา มันสำปะหลัง และข้าว ตามลำดับ

ตาราง 32

ส่วนเพิ่มสุทธิและองค์ประกอบของสินค้าและตลาดเกาหลีใต้

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
1. ยางพารา	277.1	239.1	10.5	27.5
2. ข้าว	7.1	3.2	16.1	–12.2
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	41.4	7.4	60.6	–26.6

ตาราง 32 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ส่วนเพิ่มสุทธิ	ผลของสินค้า (CE)	ผลของตลาด (ME)	ผลการแข่งขัน (CPE)
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–37.4	–47.8	10.1	0.3
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–12.8	–10.1	–8.4	5.7
6. น้ำตาลทราย	–65.8	22.3	–22.0	–66.1
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	2.5	1.2	2.3	–1.0
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–172.5	–89.3	–97.1	13.9
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	22.0	22.0	0.2	–0.2
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–1.2	9.5	–138.9	128.2
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–89.9	–175.0	40.4	44.7
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	29.7	28.9	1.8	–1.0
13. เม็ดพลาสติก	8.9	11.7	–4.9	2.1
14. เคมีภัณฑ์	–5.1	76.3	–44.5	–36.9
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–119.0	165.8	–108.2	–176.6
รวม	–115.0	265.2	–282.0	–98.2

ผลการดำเนินงานของสินค้าส่งออกของประเทศไทย

ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงสุทธิ (net shifts) ของสินค้าส่งออกแต่ละประเภท ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2543 และปี พ.ศ. 2553 ทั้งนี้จะแยกพิจารณาในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวเพิ่มสุทธิเป็นบวก (positive net shift) และกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวเป็นลบ (negative net shift) การคำนวณการขยายตัวของสินค้าส่งออกแต่ละชนิดตามสมการ (10) ได้ผลเป็นดังนี้ (ดูตาราง 33-34)

ตาราง 33

ส่วนเพิ่มสุทธิของสินค้าส่งออกในตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก

ประเภทสินค้า	ตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก (positive set shift)								
	CHINA	AUS	HKCN	SW	M'sia	INDO	INDIA	PHILI	VIET
1. ยางพารา	1,604.2	–5.9	–55.9	–2.7	807.1	7.2	184.4	7.6	72.9
2. ข้าว	–110.5	41.2	–132.4	2.3	156.2	23.0	–1.6	229.1	1.2
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,068.3	3.1	–10.4	1.0	46.1	26.6	12.8	21.9	14.5
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–85.8	–86.6	–98.6	–16.8	–1.0	–2.2	1.2	–0.1	30.8
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	6.5	28.8	–27.2	–12.4	–11.7	–1.1	0.1	1.7	0.5
6. น้ำตาลทราย	–11.4	26.6	4.7	–6.7	–53.8	4.8	163.8	135.8	122.8
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	6.2	–9.5	–9.3	–2.6	–7.3	1.9	4.2	4.0	2.2
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	3,810.5	0.1	1,501.8	22.6	113.7	–16.7	–20.6	–513.1	29.7
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	61.9	1928	–4.2	–16.7	1,047.6	1,646.7	232.7	915.2	220.6
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	7.1	1,473.3	2,367.5	3,258.2	–5.3	14.8	182.1	0.3	57.8
11. แผงวงจรไฟฟ้า	373.4	–5.3	1,452.2	1.5	–399.6	9.2	1.0	99.9	10.9
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	1,347.6	123.7	–3.5	1.7	295.8	129.6	76.0	50.4	172.7
13. เม็ดพลาสติก	1,068.5	148.1	–985.2	–1.6	4.9	202.0	355.3	23.8	36.7

ตาราง 33 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นบวก (positive set shift)								
	CHINA	AUS	HKCN	SW	M'sia	INDO	INDIA	PHILI	VIET
14. เคมีภัณฑ์	1,506.9	40.2	–40.6	–1.0	–25.0	158.8	409.9	–7.2	220.4
15. น้ำมันสำเร็จรูป	465.3	141.3	–118.8	–0.1	919.5	–8.3	6.0	578.7	412.8
รวม	11,118.6	3,847.1	3,840.1	3,226.7	2,574.8	1,838.7	1,607.3	1,548	1,406.5

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

ตาราง 34

ส่วนเพิ่มสุทธิของสินค้าในตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ

ประเภทสินค้า	ตลาดที่มีส่วนเพิ่มสุทธิเป็นลบ (negative net shift)					
	US	SINGA	NETHER	JAPAN	UK	KOREA
1. ยางพารา	–56.4	–51.6	25.1	99.8	–20.5	277.1
2. ข้าว	95.6	–158.9	–16.5	82.0	24.4	7.1
3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	19.3	–6.2	–363.2	–43.7	–1.7	41.4
4. กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง	–1,294.2	–295.0	–25.5	–562.0	17.4	–37.4
5. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	–1,063.1	–297.0	–18.4	–578.9	–8.6	–12.8
6. น้ำตาลทราย	6.6	44.0	-	–98.0	–0.7	–65.8
7. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	136.5	–14.3	–44.9	–20.3	–6.9	2.5
8. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–2,448.0	–4,035.6	–954.1	–1,300.9	–108.5	–172.5
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	–279.1	–106.9	–5.5	657.9	114.3	22.0
10. อัญมณีและเครื่องประดับ	–331.7	–5.6	12.2	–29.7	32.9	–1.2
11. แผงวงจรไฟฟ้า	–2,788.6	–32.6	–1,257.1	–213.5	–363	–89.9
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	307.5	15.0	80.1	74.1	–20.3	29.7
13. เม็ดพลาสติก	–137.8	–46.1	18.8	–50.3	11.6	8.9
14. เคมีภัณฑ์	73.3	176.2	15.8	4.6	–1.6	–5.1
15. น้ำมันสำเร็จรูป	–176.9	393.5	0.1	–127.5	1.3	–119.0
รวม	–7,937.0	–4,421.1	–2,533.1	–2,106.4	–329.9	–115.0

ยางพารา

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด สินค้ายางพารามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดมาเลเซีย อินเดีย และเวียดนาม ตามลำดับ ส่วนตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้การส่งออกยางพาราไปตลาดออสเตรเลีย ฮ่องกงจีนและสวิตเซอร์แลนด์มีการหดตัว แม้ว่าในภาพรวมของการส่งออกทั้งหมดที่ไปยัง 3 ตลาดนี้จะขยายตัวก็ตาม (ดูตาราง 33) สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น (ดูตาราง 34) สินค้ายางพารามีการขยายตัวสุทธิลดลง 3 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ สิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร ส่วนอีก 3 ตลาด ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีการขยายตัว

การส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในตลาดเกาหลีใต้มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นสูงสุด

ข้าว

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ประเทศ (ดูตาราง 33) มี 3 ตลาดที่การขยายตัวของการส่งออกข้าวสุทธิลดลง ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮ่องกงจีน และอินเดีย โดยตลาดฮ่องกงจีนลดลงมากที่สุด ส่วนตลาดในอินเดียลดลงเพียงเล็กน้อย สำหรับตลาดที่มี การขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ประเทศ (ดูตาราง 34) การส่งออกข้าวมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ และมีการขยายตัวลดลง 2 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์และเนเธอร์แลนด์ ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ตลาดกลุ่มนี้ยังมีแนวโน้มที่ดีของการส่งออกข้าวของไทย โดยเฉพาะข้าวที่มีคุณภาพดี

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

การส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นในทุกตลาดของกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้น ยกเว้นตลาดฮ่องกงจีน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (ดูตาราง 33) สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด (ดูตาราง 34) การส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีการขยายตัวสุทธิลดลง 4 ตลาด ได้แก่ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร โดยขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดเนเธอร์แลนด์ แต่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 2 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ และเกาหลีใต้

กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

การส่งออกสินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งส่วนใหญ่มีการขยายตัวสุทธิลดลง คือ ขยายตัวลดลงจำนวน 12 ตลาดจากทั้งหมด 15 ตลาดที่ทำศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้ ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้น 9 ตลาด มีการขยายตัวสุทธิลดลงทุกตลาด ยกเว้นตลาดอินเดีย และเวียดนาม สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6

ตลาด การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีการขยายตัวสุทธิลดลงทุกตลาด ยกเว้นตลาดสหราชอาณาจักร โดยมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดสหรัฐฯ (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด มี 4 ตลาดที่การขยายตัวของการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปสุทธิลดลง ได้แก่ ฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยตลาดฮ่องกงจีนลดลงมากที่สุด สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด การส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีการขยายตัวสุทธิลดลงทุกตลาด สินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดสหรัฐฯ รองลงมา คือ ตลาดญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ตามลำดับ (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

น้ำตาลทราย

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด มี 6 ตลาดที่การขยายตัวของการส่งออกน้ำตาลทรายเพิ่มขึ้น ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮ่องกงจีน อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม โดยตลาดอินเดียเพิ่มขึ้นมากที่สุด ส่วนตลาดในฮ่องกงจีน และอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย และขยายตัวลดลงจำนวน 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน สวิตเซอร์แลนด์ และมาเลเซีย สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด การส่งออกน้ำตาลทรายมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 2 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ และสิงคโปร์ และมีการขยายตัวลดลง 3 ตลาด ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ ส่วนตลาดเนเธอร์แลนด์ไม่มีการเปลี่ยนแปลง (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

การส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด มีการขยายตัวการส่งออกเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก มี 4 ตลาดที่มีการขยายตัว

ลดลง ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์และมาเลเซีย สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด การส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 2 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ และเกาหลีใต้ โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

สินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด (ดูตาราง 33) การส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีขยายตัวเพิ่มขึ้นจำนวน 6 ตลาด โดยขยายตัวมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐ-ประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดฮ่องกงจีนน และมาเลเซีย ตามลำดับ ทั้งนี้การส่งออกสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบไปตลาดอินโดนีเซีย อินเดียและฟิลิปปินส์ ขยายตัวลดลง สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น (ดูตาราง 34) การส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีการขยายตัวสุทธิลดลงทั้งหมด โดยมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดสิงคโปร์ รองลงมา คือ สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ตามลำดับ มีข้อสังเกตว่า ตลาดส่งออกของเครื่อง-คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีการเปลี่ยนแปลงจากตลาดที่พัฒนาแล้วมาเป็นตลาดเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน และฮ่องกงจีน

รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 2 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด (ดูตาราง 33) การส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ยกเว้นตลาดฮ่องกงจีน และสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดออสเตรเลีย รองลงมา คือ ตลาดอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น (ดูตาราง 34) สินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีการขยายตัวสุทธิลดลง 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐ-

อเมริกา สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์ ส่วนอีก 3 ตลาด ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและเกาหลีใต้มีการขยายตัวการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นสูงสุด

อัญมณีและเครื่องประดับ

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 3 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด (ดูตาราง 33) อัญมณีและเครื่องประดับมีขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ยกเว้นตลาดมาเลเซีย โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในสวิตเซอร์แลนด์ รองลงมา คือ ตลาดฮ่องกงจีน และออสเตรเลีย ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น (ดูตาราง 34) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีการขยายตัวสุทธิลดลง 4 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ส่วนอีก 2 ตลาด ได้แก่ เนเธอร์แลนด์และสหราชอาณาจักรมีการขยายตัวการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ มีการขยายตัวสุทธิลดลงมากที่สุด

แผงวงจรไฟฟ้า

แผงวงจรไฟฟ้าเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 4 ในปี พ.ศ. 2553 ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด (ดูตาราง 33) แผงวงจรไฟฟ้ามีขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ยกเว้นตลาดออสเตรเลีย และมาเลเซีย โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดฮ่องกงจีน รองลงมา คือ ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนและฟิลิปปินส์ ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด (ดูตาราง 34) สินค้าแผงวงจรไฟฟ้ามีการขยายตัวสุทธิลดลงทั้งหมด โดยมีการขยายตัวลดลงมากที่สุดในตลาดสหรัฐฯ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ตลาดส่งออกของแผงวงจรไฟฟ้าได้เปลี่ยนแปลงจากตลาดที่พัฒนาแล้วมาเป็นตลาดที่กำลังเกิดใหม่ (emerging economies) ในเอเชีย

ผลิตภัณฑ์ยาง

การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางมีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นในทุกตลาดของกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้น ยกเว้นตลาดฮ่องกงจีน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาด การส่งออกยางพารามีการขยายตัวสุทธิลดลง 1 ตลาด คือ ตลาดสหราชอาณาจักร และมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 5 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ในช่วงที่ผ่านมา ยางพาราเป็นสินค้าส่งออกของไทยที่มีศักยภาพดีเกือบทุกตลาดที่ทำการศึกษา (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

เม็ดพลาสติก

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด การส่งออกเม็ดพลาสติกมีขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ยกเว้นตลาดฮ่องกงจีน และสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดอินเดีย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น สินค้าเม็ดพลาสติกมีการขยายตัวสุทธิลดลง 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหรัฐฯ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ส่วนอีก 3 ตลาด ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักรและเกาหลีใต้ มีการขยายตัวการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

เคมีภัณฑ์

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด การส่งออกเคมีภัณฑ์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ ตลาดอินเดีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ตามลำดับ มี 4 ตลาดที่การขยายตัวของการส่งออกสินค้าเคมีภัณฑ์สุทธิลดลง ได้แก่ ฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ มาเลเซียและฟิลิปปินส์ สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น สินค้าเคมีภัณฑ์มีการขยายตัวสุทธิลดลง 2 ตลาด ได้แก่ ตลาดสหราชอาณาจักรและเกาหลีใต้ ส่วนอีก 4 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น มีการขยายตัวการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในตลาดสิงคโปร์มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นสูงสุด (ดูตาราง 33 และตาราง 34)

น้ำมันสำเร็จรูป

ในกลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ตลาด การส่งออกสินค้าน้ำมันสำเร็จรูปมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมี 6 ตลาด ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินเดีย และฟิลิปปินส์ โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในตลาดมาเลเซีย ส่วนตลาดฮ่องกงจีน สวิตเซอร์แลนด์ และอินโดนีเซียมีการขยายตัวสุทธิลดลง สำหรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวสุทธิลดลงจำนวน 6 ตลาดนั้น สินค้าน้ำมันสำเร็จรูปมีการขยายตัวสุทธิลดลง 3 ตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ส่วนอีก 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดสิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักรมีการขยายตัวการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดสิงคโปร์มีการขยายตัวสุทธิเพิ่มขึ้นสูงสุด (ดูตาราง 33 และตาราง 34)