

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม
เครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

นางสาวขวัญแก้ว เล่ห์สิงห์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2555

**An Analysis of Capability on Competitiveness of
Automotive Air Conditioning Industry in Thailand**

Miss Khwankaew Leahasingha



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Economics

School of Economics


Sukhothai Thammathirat Open University

2012

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ
รถยนต์ ในประเทศไทย
ชื่อและนามสกุล นางสาววิญญ์แก้ว เล่ห์สิงห์
แขนงวิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์สุภาสินี ดันติศรีสุข
2. รองศาสตราจารย์ศิริพร สัจจามันท์

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2556

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ วินุลลชุตikul)

ประธานกรรมการ



(รองศาสตราจารย์สุภาสินี ดันติศรีสุข)

กรรมการ



(รองศาสตราจารย์ศิริพร สัจจามันท์)

กรรมการ



(ศาสตราจารย์ ดร. สิริวรรณ ศรีพหล)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา



ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

ผู้วิจัย นางสาวขวัญแก้ว เล่ห์สิงห์ **รหัสนักศึกษา** 2496002565 **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์สุภาสิณี ตันติศรีสุข (2) รองศาสตราจารย์ศิริพร สัจจามันท์ **ปีการศึกษา** 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและในประเทศคู่ค้าสำคัญ (2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย (3) ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย (4) ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

วิธีการศึกษา การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยและประเทศคู่แข่งใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) โดย ตลาดที่พิจารณาคือ ตลาดโลก สาธารณรัฐจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ สเปน ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย เบลเยียม อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ สอังก และญี่ปุ่น การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยใช้แบบจำลองไดมอนต์

ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตลาดที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ เพราะค่า RCA > 1 มี 5 ตลาด คือ ตลาดโลก ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ ญี่ปุ่น และอาร์เจนตินา กลุ่มตลาดที่ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ เพราะค่า RCA < 1 มี 16 ตลาด คือ ตลาดสิงคโปร์ เบลเยียม ตุรกี สหพันธรัฐมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สอังก สาธารณรัฐจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ และสเปน (2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นผลมาจากการแข่งขัน การส่งออกถูกกีดกัน การขยายตัวการส่งออกของโลก และการกระจายตลาด ตามลำดับ (3) อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก โดยมีปัจจัยสนับสนุนในด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า มีความได้เปรียบในด้านอุปสงค์และอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายที่เข้มแข็งในการส่งออกเครื่องปรับอากาศและนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ในภูมิภาค (4) ปัญหาที่สำคัญคือ ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศและต้นทุนนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศมีราคาสูง ส่วนอุปสรรคที่สำคัญ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ภาวะเศรษฐกิจ และกฎระเบียบของประเทศคู่ค้าที่ผู้ผลิตไม่สามารถปรับตัวได้ตามระเบียบนำเข้าที่กำหนด

คำสำคัญ ความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

Thesis title : An Analysis of Capability on Competitiveness of Automotive Air Conditioning Industry in Thailand

Researcher: Miss Khwankaew Leahasingha ; **ID:** 2496002565; **Degree:** Master of Economics ;

Thesis advisors: (1) Supasinee Tantisrisuk, Associate Professor ; (2) Siriporn Sajjanan, Associate Professor ;

Academic year: 2012

Abstract

The purposes of this research were to study: 1) the competitiveness of the Automotive Air Conditioning industry in Thailand compared with its competitors in the world markets and major trading partners; (2) factors affecting the export value of Automotive Air Conditioning industry in Thailand; (3) the competitiveness potential of Automotive Air Conditioning industry in Thailand; and (4) the problems and obstacles of Automotive Air Conditioning industry in Thailand.

For analyzing the competitiveness, the research applied Revealed Comparative Advantage Index(RCA) to compared with its competitors in the global market as a whole and the trading partners, including Czech Republic, USA, Germany, Mexico, United Kingdom, Italy, France, China, Netherlands, Spain, Australia, South Africa, Singapore, Malaysia, Belgium, Argentina, Turkey, Philippines, Hong Kong and Japan. The measurement of this study was compared by Revealed Comparative Advantage Index(RCA). For investigating factors affecting the change of Thai automotive air conditioning export value, the study used the Constant Market Share Model (CMS). For assessing competitiveness potential of the industry, it employed the Diamond Model.

The research findings were as follows: (1) The group of markets that Thailand possessed advantage in the export of Thai Automotive Air Conditioning industry, as the $RCA > 1$, comprising 5 markets (i.e. World market, Australia, South Africa, Japan and Argentina). Those did not showed the advantage, as the $RCA < 1$, consisting of 16 markets (i.e. Singapore, Belgium, Turkey, Malaysia, Philippines, Hong Kong, Czech Republic, USA, Germany, Mexico, United Kingdom, Italy, France, China, Netherlands and Spain). (2) The factors affecting the export growth of the industry in the major markets included an increase of the competition, an export correct direction, the growth of world market, and a market distribution effect. (3) Thai Automotive Air Conditioning industry had the potential to compete in the global market level as a result of various factors including the research and development effort, business demand, supporting and linkage industries, the strength of Automotive Air Conditioning exporting government policy, and the policy supporting the Automotive industry as the center in the region. (4) The Important problems of the industry were high cost of production because some raw materials were imported from abroad, and high cost of importing foreign technologies. The major obstacles were an exchange rate, economic conditions, and the unable adaptation of the producers to comply with the trading partners' regulations.

Keywords: Competitiveness Capability, Automotive Air Conditioning Industry

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์และได้รับคำแนะนำจาก รองศาสตราจารย์ สุภาสินี ตันติศรีสุข ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาเสนอแนวคิด และขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วัฒนชุตินุกูล ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านทั้งสามเป็นอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่อนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งคุณเจษฎาทิพย์ เล่ห์สิงห์ พี่สาว เจ้าหน้าที่สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดของกรมส่งเสริมการส่งออกและกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนในงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบระลึกถึงพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา รวมทั้งครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี มีศีลธรรม ทั้งประสิทธิ์ประสาทวิชาการทำงานทำให้ผู้วิจัยมีสติปัญญา มีความรู้ประสบการณ์ สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมไทย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขวัญแก้ว เล่ห์สิงห์

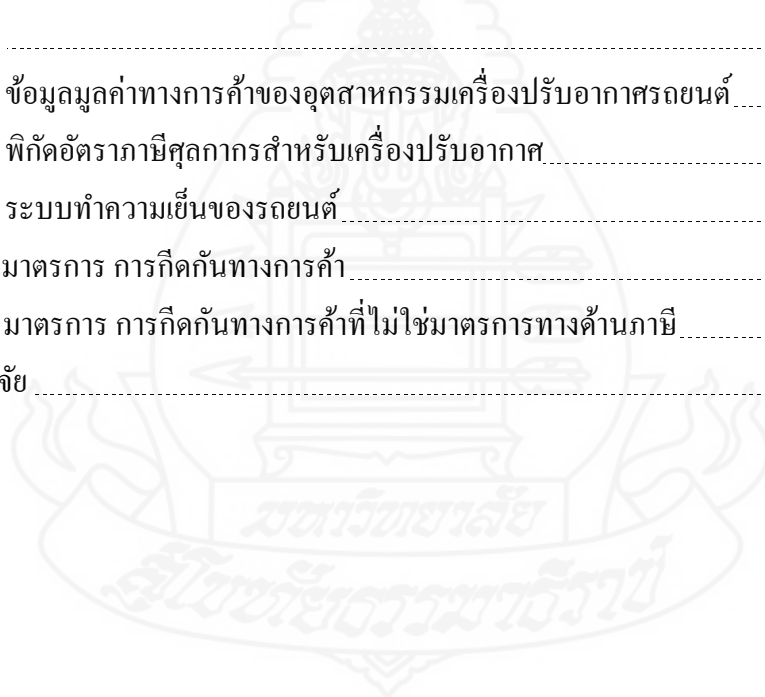
เมษายน 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
สมมติฐานของการวิจัย	9
ขอบเขตของการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดและทฤษฎี	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ในประเทศไทยในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าที่สำคัญ	58
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและประเทศ คู่ค้าที่สำคัญ	148

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย	213
ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย	223
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	224
สรุปผลการวิจัย	224
อภิปรายผล	245
ข้อเสนอแนะ	265
บรรณานุกรม	266
ภาคผนวก	270
ก ข้อมูลมูลค่าทางการค้าของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์	271
ข พิกัดอัตราภาษีศุลกากรสำหรับเครื่องปรับอากาศ	342
ค ระบบทำความเย็นของรถยนต์	344
ง มาตรการ การกีดกันทางการค้า	354
จ มาตรการ การกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่มาตรการทางด้านภาษี	360
ประวัติผู้วิจัย	385



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2554 2
ตารางที่ 1.2	มูลค่าการส่งออกสินค้า 13 รายการแรกของไทยช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 3
ตารางที่ 1.3	มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ประเทศสำคัญของโลก 10 อันดับแรกในช่วงปี พ.ศ.2550-2554..... 4
ตารางที่ 1.4	มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศแบบแยกประเภท ช่วงปี พ.ศ. 2544-2554..... 5
ตารางที่ 1.5	มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ประเทศสำคัญของโลก 15 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554..... 8
ตารางที่ 4.1	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554..... 60
ตารางที่ 4.2	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 62
ตารางที่ 4.3	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 66
ตารางที่ 4.4	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด ออสเตรเลียระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 68
ตารางที่ 4.5	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 70
ตารางที่ 4.6	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด แอฟริกาใต้ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 73
ตารางที่ 4.7	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 74
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 76
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 78
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 81

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐ มาเลเซียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 83
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สหพันธรัฐมาเลเซียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 85
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 87
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด เบลเยียมระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 89
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด อาร์เจนตินาระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 91
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด อาร์เจนตินาระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 93
ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 95
ตารางที่ 4.18	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกี ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 98
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 100
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด ฟิลิปปินส์ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 102
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกง ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 103
ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกง ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 105
ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สาธารณรัฐเช็กระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 107

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554136
ตารางที่ 4.38	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 138
ตารางที่ 4.39	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด เนเธอร์แลนด์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554140
ตารางที่ 4.40	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด เนเธอร์แลนด์ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 142
ตารางที่ 4.41	เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปน ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554..... 144
ตารางที่ 4.42	เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปน ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 146
ตารางที่ 4.43	อัตราการขยายตัวการส่งออกช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ. 2550-2554.....149
ตารางที่ 4.44	การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วง ปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)151
ตารางที่ 4.45	การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด ออสเตรเลียในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน) 154

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งใน ตลาดแอฟริกาใต้ในช่วงปีพ.ศ.2547-2549(โดยใช้ช่วงปีพ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	157
ตารางที่ 4.47 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และ ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	160
ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สิงคโปร์ในช่วงปีพ.ศ.2547-2549(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	163
ตารางที่ 4.49 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สหพันธรัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	166
ตารางที่ 4.50 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด เบลเยียมในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	169
ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด อาร์เจนตินาในช่วงปีพ.ศ.2547-2549(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	172

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดตุรกีใน ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	175
ตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด ฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	178
ตารางที่ 4.54 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	181
ตารางที่ 4.55 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สาธารณรัฐเช็กในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็น ปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)....	184
ตารางที่ 4.56 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สหรัฐอเมริกาในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปี ฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	187
ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดเยอรมัน ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วง ปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	190

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.59 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดเม็กซิโก ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และ ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	193
ตารางที่ 4.60 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสหราชอาณาจักร ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	196
ตารางที่ 4.61 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดอิตาลีใน ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	199
ตารางที่ 4.62 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด ฝรั่งเศส ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และ ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน).....	202
ตารางที่ 4.63 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	205
ตารางที่ 4.64 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด เนเธอร์แลนด์ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็น ปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)...	208

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.65	การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสเปนในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	212
ตารางที่ 5.1	สรุปค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าสำคัญของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554	226
ตารางที่ 5.1	สรุปค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดคู่ค้าที่สำคัญของไทยในช่วงปี พ.ศ.2544-2554	217
ตารางที่ 5.2	ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)	239



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศแบบแยกประเภท ช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 6
ภาพที่ 2.1	ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศตามแนวคิด Michael E. Porter 31
ภาพที่ 2.2	แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) ที่สมบูรณ์ 37
ภาพที่ 4.1	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่างประเทศ ไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 61
ภาพที่ 4.2	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่างประเทศ ไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 63
ภาพที่ 4.3	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 66
ภาพที่ 4.4	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 69
ภาพที่ 4.5	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 71
ภาพที่ 4.6	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 73
ภาพที่ 4.7	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างประเทศ ไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 75
ภาพที่ 4.8	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 77
ภาพที่ 4.9	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 78
ภาพที่ 4.10	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 82
ภาพที่ 4.11	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 76

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.12 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปีพ.ศ. 2544-2554	84
ภาพที่ 4.13 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียมระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554	88
ภาพที่ 4.14 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียมระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554	90
ภาพที่ 4.15 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554	92
ภาพที่ 4.16 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	94
ภาพที่ 4.17 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดตุรกีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	97
ภาพที่ 4.18 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดตุรกีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	99
ภาพที่ 4.19 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	100
ภาพที่ 4.20 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	102
ภาพที่ 4.21 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	104
ภาพที่ 4.22 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	106
ภาพที่ 4.23 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็กระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปีพ.ศ.2544-2554.....	108
ภาพที่ 4.24 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็กระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	110

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.25	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี.พ.ศ.2544-2554 112
ภาพที่ 4.26	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 114
ภาพที่ 4.27	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมนีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 117
ภาพที่ 4.28	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมนี ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 119
ภาพที่ 4.29	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเม็กซิโกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 121
ภาพที่ 4.30	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเม็กซิโกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 123
ภาพที่ 4.31	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 125
ภาพที่ 4.32	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 127
ภาพที่ 4.33	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 129
ภาพที่ 4.34	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 131
ภาพที่ 4.35	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฝรั่งเศสระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 133
ภาพที่ 4.36	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฝรั่งเศสระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554..... 135
ภาพที่ 4.37	ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.... 137

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.38 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตลาดสาธารณรัฐ ประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปีพ.ศ.2544-2554.....	139
ภาพที่ 4.39 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ตลาดเนเธอร์แลนด์ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	141
ภาพที่ 4.40 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด เนเธอร์แลนด์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	143
ภาพที่ 4.41 ดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	145
ภาพที่ 4.42 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554.....	147
ภาพที่ 5.1 สรุปการประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์.....	243



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องปรับอากาศได้เข้าสู่ประเทศไทยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยระยะแรกๆเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งสิ้น ต่อมาได้มีการตั้งโรงงานผลิตเครื่องปรับอากาศขึ้นในประเทศไทยประมาณ พ.ศ.2503 เพื่อผลิตเครื่องทำน้ำเย็นสำหรับน้ำดื่ม และผลิตเครื่องปรับอากาศขึ้น แต่ไม่ได้รับความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะเครื่องปรับอากาศยังเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและมีราคาสูง ในปี พ.ศ.2510-2511 ได้มีบริษัทจากต่างประเทศมาตั้งโรงงานผลิตเครื่องปรับอากาศ ในช่วงปี พ.ศ.2515-2518 ตลาดเครื่องปรับอากาศภายในประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว และถือว่าเป็นช่วงที่สำคัญของการเจริญเติบโตในประเทศไทย ได้มีอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศเกิดขึ้นอย่างมากทำให้อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งปัจจุบันสามารถผลิตได้เอง นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจและเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก

จากโครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย จะพบว่าสินค้าอุตสาหกรรมประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อเนื่องดังข้อมูลในตารางที่ 1.1 ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมมีมูลค่า 49,082.80 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 75.30 ของมูลค่าสินค้าส่งออกรวม และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี พ.ศ.2550 มีมูลค่า 120,559.60 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 78.35 หลังจากนั้นโดยส่วนใหญ่ลดลงเล็กน้อย แต่ค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 อยู่ที่ร้อยละ 75.47 จึงจะเห็นได้ว่าสินค้าส่งออกที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมมีส่วนสำคัญในการส่งออกสูงกว่าสินค้ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้นนโยบายภาครัฐจึงได้พยายามส่งเสริมสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกมากขึ้น

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย ช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2554

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ.

ปี	รวม	สินค้า เกษตรกรรม	สินค้าอุตสาหกรรม เกษตร	สินค้า อุตสาหกรรม	สินค้าแร่และ เชื้อเพลิง	สินค้า อื่นๆ
2544	65,183.2	7,055.7	4,817.9	49,082.8	2,046.7	2,180.1
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.82)	(7.39)	(75.30)	(3.14)	(3.34)
2545	68,156.3	7,117.8	5,098.9	51,901.2	2,002.1	2,036.3
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.44)	(7.48)	(76.15)	(2.94)	(2.99)
2546	80,040.0	8,797.1	5,950.1	61,213.9	2,302.9	1,775.4
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.99)	(7.43)	(76.48)	(2.88)	(2.22)
2547	96,531.0	10,330.2	6,374.7	74,615.7	3,680.3	1,530.1
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.70)	(6.60)	(77.30)	(3.81)	(1.59)
2548	110,937.7	10,447.3	7,008.8	86,764.9	5,128.0	1,588.7
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(9.42)	(6.32)	(78.21)	(4.62)	(1.43)
2549	129,720.4	13,131.2	7,970.6	100,068.1	6,894.9	1,655.6
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.12)	(6.14)	(77.14)	(5.32)	(1.28)
2550	153,865.0	15,167.7	9,489.5	120,559.6	7,510.9	1,137.4
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(9.86)	(6.17)	(78.35)	(4.88)	(0.74)
2551	177,775.2	20,139.4	11,714.0	133,826.4	12,095.1	352.3
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(11.33)	(6.59)	(75.28)	(6.80)	(0.20)
2552	152,426.3	16,429.9	11,264.5	116,405.8	8,326.0	265.0
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(10.78)	(7.39)	(76.37)	(5.46)	(0.17)
2553	195,306.7	21,526.1	13,222.9	150,085.5	10,472.2	410.1
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(11.02)	(6.77)	(76.85)	(5.36)	(0.21)
2554	228,825.3	29,601.3	17,475.2	167,928.0	13,273.7	547.2
สัดส่วน(ร้อยละ)	(100.00)	(12.94)	(7.64)	(73.39)	(5.80)	(0.24)

ที่มา : โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ (2555) ค้นเมื่อ 30 เมษายน พ.ศ. 2555 , จาก <http://www2.ops3.moc.go.th>

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 13 รายการ พบว่า เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของประเทศเป็นลำดับที่ 12 มีมูลค่าการส่งออก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีมูลค่าเท่ากับ 3,413, 3,291, 2,462, 3,401 และ 3,845 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ ดังแสดงมูลค่าการส่งออกในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้า 13 รายการแรกของไทย ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	2550	2551	2552	2553	2554
1.เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วน	17,332	18,384	16,017	18,837	17,064
2.รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	12,978	15,586	11,121	17,712	16,984
3.อัญมณีและเครื่องประดับ	5,382	8,270	9,761	11,652	12,301
4.เม็ดพลาสติก	5,212	5,520	4,457	6,344	8,800
5.ผลิตภัณฑ์ยาง	3,654	4,550	4,488	6,434	8,389
6.เคมีภัณฑ์	3,920	4,309	4,466	5,778	8,293
7.แผงวงจรไฟฟ้า	8,418	7,241	6,445	8,066	7,910
8.เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของ เครื่อง	4,369	4,239	3,326	4,879	6,115
9.เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ	3,747	3,756	3,343	4,491	5,022
10.เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	4,571	5,362	4,952	4,647	4,986
11.เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และ ส่วนประกอบ	3,071	3,150	3,167	4,026	4,238
12.เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	3413	3291	2462	3401	3845
13.เครื่องนุ่งห่ม	3,432	3,505	2,961	3,206	3,275

ที่มา : โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ (2555) ค้นเมื่อ 30 เมษายน พ.ศ. 2555 , จาก <http://www2.ops3.moc.go.th>

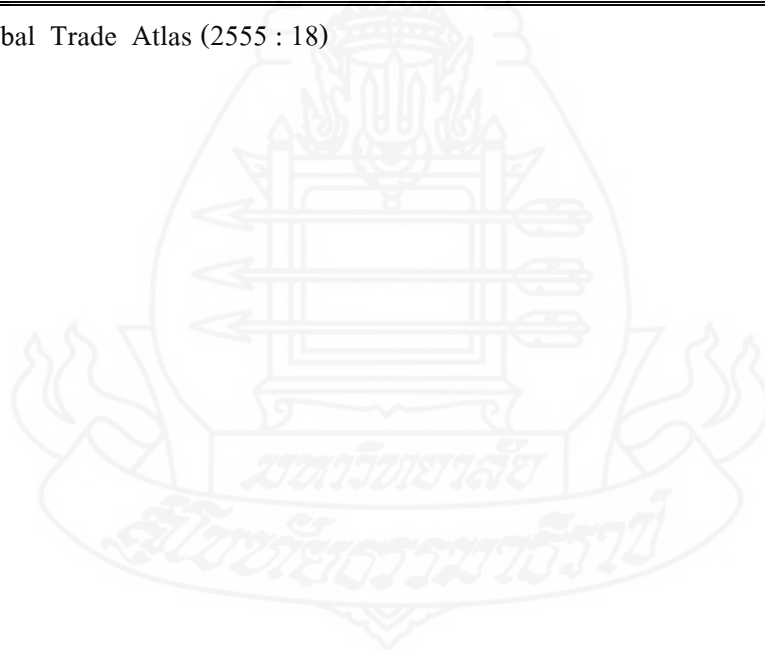
จากตารางที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบในตลาดโลก พบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก 3844.65 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2554 ซึ่งเป็นอันดับที่ 2 ของผู้ส่งออกของโลก และตลอดช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบเป็นอันดับที่ 2 ต่อเนื่อง เป็นรองประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันสินค้าเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ

ตารางที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ประเทศสำคัญของโลก 10 อันดับ
แรกในช่วงปี พ.ศ.2550-2554

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554
1.สาธารณรัฐประชาชนจีน	8226.69	9588.23	9351.38	7175.83	10614.33
2.ไทย	3417.72	3290.51	2461.96	3400.77	3844.65
3.สหรัฐอเมริกา	2304.93	2355.88	2331.19	1936.83	2354.67
4.อิตาลี	1989.27	2153.19	2112.89	1499.70	1559.69
5.ญี่ปุ่น	1585.59	1637.65	1573.65	1313.38	1950.27
6.เยอรมนี	1520.60	1667.82	1639.78	1276.42	1688.71
7.สาธารณรัฐเช็ก	1304.79	1559.92	1486.62	1125.23	1282.55
8.เม็กซิโก	1292.82	1164.99	1123.87	929.42	910.83
9.เกาหลีใต้	1181.73	1109.30	1030.46	811.29	1136.29
10.เบลเยียม	843.66	896.11	923.21	1107.95	1454.73

ที่มา : Global Trade Atlas (2555 : 18)



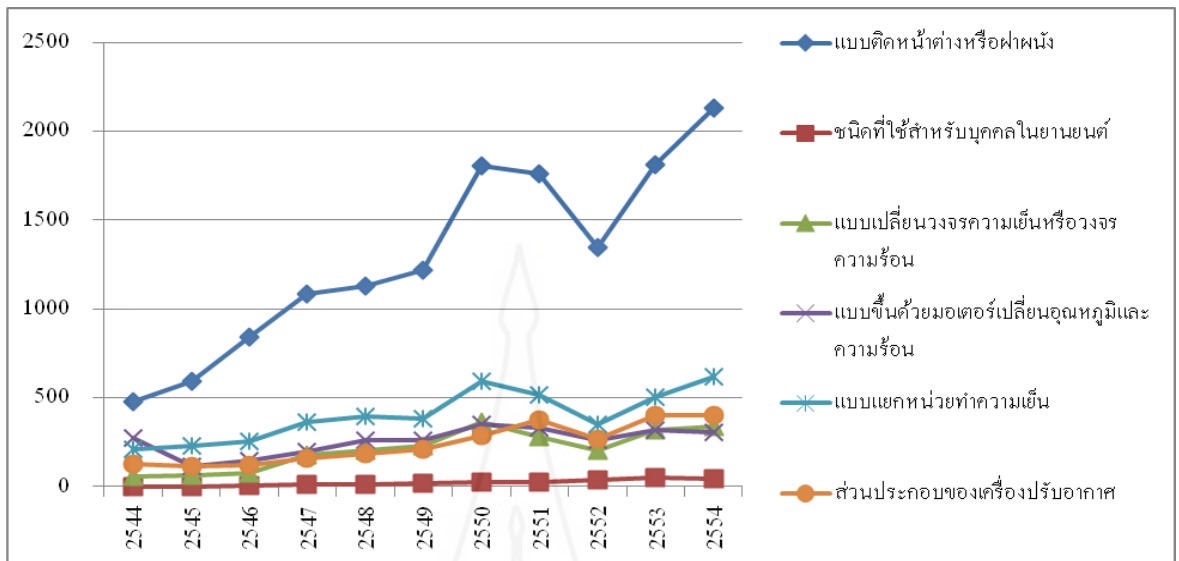
ตารางที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศแบบแยกประเภท ช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ล้านดอลลาร์.

รายการ	ปี พ.ศ.											
	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ												
(HS:8415)	1149.48	1112.93	1433.14	1993.41	2181.37	2317.48	3417.72	3290.51	2461.96	3400.77	3844.65	
1.แบบติดหน้าต่างหรือฝาผนัง												
(HS:841510)	479.28	589.45	840.23	1086.86	1125.85	1217.00	1804.64	1759.65	1345.70	1812.84	2129.42	
2.ชนิดที่ใช้สำหรับบุคคลในยานยนต์												
(HS:841520)	0.63	1.26	2.36	10.34	12.79	18.79	21.91	24.79	39.37	50.07	46.35	
3.แบบเปลี่ยนวงจรความเย็นหรือ												
วงจรความร้อน(HS:841581)	57.61	63.62	74.68	179.02	200.90	228.93	363.10	279.91	202.81	320.97	340.22	
4.แบบขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์เปลี่ยน												
อุณหภูมิและความร้อน(HS:841582)	272.20	115.66	142.64	194.07	259.03	261.10	348.28	333.96	257.81	316.99	306.45	
5.แบบแยกหน่วยทำความเย็น												
(HS:841583)	212.64	226.29	252.50	364.36	397.29	379.04	593.32	513.79	351.00	500.62	620.12	
6.ส่วนประกอบของ												
เครื่องปรับอากาศ(HS:841590)	127.12	116.66	120.74	158.75	185.51	212.62	286.47	378.41	265.28	399.28	402.11	

ที่มา : Global Trade Atlas

ล้านเหรียญ สรอ.



ภาพที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศแบบแยกประเภท ช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

จากตารางที่ 1.4 และภาพที่ 1.1 แม้ว่าเครื่องปรับอากาศชนิดที่ใช้สำหรับบุคคลในยานยนต์ (HS:841520) จะมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุดในสินค้าเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (HS:8415) แต่เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์แล้ว พบว่ามูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2553 ซึ่งตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2553 ค่าเฉลี่ยมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 1.79 เท่าของทุกปี มีเพียงปี พ.ศ.2554 เท่านั้นที่มีมูลค่าการส่งออกลดลงเล็กน้อยซึ่งเนื่องมาจากปัญหาอุทกภัยในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมชั้นกลาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมอลูมิเนียม เป็นต้น ดังนั้นความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศรถยนต์มีแนวโน้มขยายตัวตามธุรกิจยานยนต์ ปริมาณความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศรถยนต์จะแปรผันตรงกับอัตราการผลิตรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งรัฐบาลได้สนับสนุนให้มีการผลิตเพื่อการส่งออกทั้งในอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศมากขึ้น เพราะกลุ่มของอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญด้านการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ได้สังเกตเห็นว่าอุตสาหกรรมรถยนต์มีส่วนสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ:กล่าวถึงอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยมีแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมในปี พ.ศ.2554 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีมูลค่าการส่งออกถึง 22,000 ล้านดอลลาร์. โดยคิดเป็นมูลค่า

การส่งออกยานยนต์ 12,340 ล้านเหรียญสหรัฐ. และการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ 9,721 ล้านเหรียญสหรัฐ.(ศุภนาถ ศิริพงษ์ และกิตติศักดิ์ ดีเสมอ,2555) ทั้งนี้ในปี พ.ศ.2555 อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยคาดการณ์ยอดการผลิตรถยนต์ของไทยว่าจะมีอัตราการขยายตัวสูง เนื่องจากปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปีพ.ศ.2554 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับที่ 17 ของโลก และเป็นอันดับที่ 4 ของทวีปเอเชีย รองจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่ถ้ามองในเชิงรถเพื่อการพาณิชย์แล้ว ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ด้วยจำนวนมูลค่า 5,360,743,000 เหรียญสหรัฐ. ในที่สุดแล้ว ประเทศไทยจะเป็นประเทศที่ได้รับประโยชน์จากการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และจะก้าวไปสู่ความเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์แห่งภูมิภาคอย่างสมบูรณ์แบบ

โรงงานประกอบยานยนต์ประกอบไปด้วยโรงงานผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์รวมกันประมาณ 700 ราย ซึ่งส่งผลให้เกิดอุตสาหกรรมเชื่อมโยงภายในประเทศ รวมทั้งเครื่องปรับอากาศรถยนต์ก็เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในการประกอบยานยนต์ด้วย และเนื่องจากปัญหาภาวะโลกร้อนที่มีผลให้สภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง อากาศร้อนขึ้นและปัญหามลภาวะทางอากาศเป็นพิษ ปัญหามลภาวะทางด้านเสียง ทำให้รถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจำเป็นต้องมีเครื่องปรับอากาศ โดยรถยนต์ที่ผลิตมากกว่าร้อยละ 90 โรงงานผลิตรถยนต์จะออกแบบและติดตั้งเครื่องปรับอากาศมาพร้อมกับตัวรถยนต์ จึงมีการนำเครื่องปรับอากาศมาใช้กันอย่างกว้างขวาง

จากตารางที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกพบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก 46.35 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นอันดับที่ 12 ของผู้ส่งออกของโลก ทั้งนี้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและอุตสาหกรรมรถยนต์ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก และเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปรับอากาศแตกต่างจากเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไม่มากนัก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยว่ามีปัจจัยใดที่เป็นสาเหตุต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย ในด้านการผลิตและการตลาดที่เหมาะสม

ตารางที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ประเทศสำคัญของโลก 15 อันดับแรกในช่วง
ปี พ.ศ.2550-2554

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554
1.สาธารณรัฐจีน	353.91	335.72	265.10	310.29	394.41
2.เยอรมนี	241.86	225.30	135.83	184.37	274.58
3.สหรัฐอเมริกา	183.67	130.53	115.36	142.42	144.65
4.เม็กซิโก	133.92	141.67	48.54	47.34	73.52
5.สาธารณรัฐประชาชนจีน	43.54	48.67	69.56	105.37	133.96
6.โปแลนด์	52.25	47.74	58.59	91.26	96.51
7.อิตาลี	87.04	105.15	32.37	45.72	66.77
8.สหราชอาณาจักร	55.08	53.85	67.63	71.06	63.86
9.ฝรั่งเศส	57.64	71.18	56.59	52.08	63.98
10.สโลวาเกีย	0.95	7.49	75.64	86.35	122.73
11.โรมาเนีย	32.37	48.84	40.73	38.75	40.17
12.ไทย	21.91	24.79	39.37	50.07	46.35
13.สเปน	38.49	30.46	25.81	26.60	52.45
14.ญี่ปุ่น	35.12	29.40	17.18	27.93	23.38
15.เกาหลีใต้	35.63	14.31	12.93	19.70	23.14

ที่มา : Global Trade Atlas (2555: 75)

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

2.1 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

2.3 ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

2.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

3. สมมติฐานของการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถกำหนดสมมติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยดังนี้

3.1 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงเวลาที่พิจารณา

3.2 ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงเวลาที่พิจารณา

3.3 ประเทศไทยมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้นในตลาดที่ทำการศึกษในช่วงเวลาที่พิจารณา

3.4 ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงเวลาที่พิจารณา

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 เครื่องปรับอากาศที่นำมาศึกษา คือ เครื่องปรับอากาศรถยนต์ ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกจำแนกตามระบบ Harmonized Commodity Description and Coding System(HS) 6 digits คือ HS 841520

4.2 ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญของโลก เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาและเป็นข้อมูลทศนิยมรายปี ซึ่งเป็นข้อมูลจากห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Library) กรมการค้าส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โดยการศึกษาครั้งนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ได้ใช้ข้อมูลที่อยู่ในช่วงปี 2544-2554 สำหรับการศึกษา ส่วนแบ่งตลาดคงที่จะแบ่งช่วงข้อมูลเป็น 3 ช่วงเวลา เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยเปรียบเทียบสัดส่วนมูลค่าการส่งออก ที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยมีสภาพทางเศรษฐกิจถึง 3 ลักษณะ คือ ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นช่วงเวลาหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (เศรษฐกิจฟองสบู่ของไทย) ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา และช่วงปี พ.ศ.2550-2554 เป็นช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา

4.2.1 ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยโดยใช้ดัชนี RCA โดยแยกเป็นตลาดโลก และตลาดส่งออกสำคัญของโลกซึ่งมีมูลค่าส่งออกสูงสุด 15 ลำดับ เลือกร้อยปี 10 ตลาด คือ สาธารณรัฐจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ และสเปน และตลาดที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 15 ลำดับ เลือกร้อยปี 10 ตลาด คือ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย เวียดนาม อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ ฮังการี และญี่ปุ่น โดยนำมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งดังนี้

1.ตลาดโลก

ตลาดส่งออก	ประเทศคู่แข่ง
ตลาดโลก	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส เวียดนาม อิตาลี สาธารณรัฐจีน สเปน

2.ตลาดส่งออกสำคัญ

ตลาดส่งออกที่สำคัญ (ตลาดคู่ค้า)	ประเทศคู่แข่ง
ออสเตรเลีย	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สวีเดน ญี่ปุ่น สหพันธรัฐ มาเลเซีย อิตาลี สาธารณรัฐจีน สเปน
แอฟริกาใต้	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี แคนาดา สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น อิตาลี สาธารณรัฐจีน ออสเตรเลีย
ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เม็กซิโก สวีเดน อิตาลี สาธารณรัฐจีน เนเธอร์แลนด์
สิงคโปร์	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เม็กซิโก สวีเดน อิตาลี สาธารณรัฐจีน ออสเตรเลีย
สหพันธรัฐ มาเลเซีย	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์
เวียดนาม	ฝรั่งเศส เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ สวีเดน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ สาธารณรัฐจีน สเปน
อาร์เจนตินา	สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เม็กซิโก อิตาลี สาธารณรัฐจีน เกาหลีใต้ สเปน บราซิล

ตลาดส่งออกที่สำคัญ (ตลาดคู่ค้า)	ประเทศคู่แข่ง
ตุรกี	สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สเปน อิตาลี โรมานี
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย สหพันธรัฐมาเลเซีย ไต้หวัน สิงคโปร์
ฮ่องกง	สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหพันธรัฐมาเลเซีย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน อินโดนีเซีย
สาธารณรัฐเช็ก	เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สโลวาเกีย อิตาลี สเปน โปแลนด์ ออสเตรีย ฮังการี
สหรัฐอเมริกา	เม็กซิโก แคนาดา เยอรมนี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน แอฟริกาใต้
เยอรมนี	สาธารณรัฐเช็ก เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สเปน อิตาลี เบลเยียม เกาหลีใต้ โปแลนด์
เม็กซิโก	เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สเปน สาธารณรัฐเช็ก บราซิล แคนาดา สวีเดน ญี่ปุ่นสาธารณรัฐประชาชนจีน
สหราชอาณาจักร	เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เบลเยียม สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย
อิตาลี	เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สเปน สาธารณรัฐเช็ก เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น
ฝรั่งเศส	สหราชอาณาจักร อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี สเปน เบลเยียม สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ โปแลนด์
สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สเปน สาธารณรัฐเช็ก ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ อิตาลี อินโดนีเซีย
เนเธอร์แลนด์	สหราชอาณาจักร อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เบลเยียม สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์
สเปน	สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี เบลเยียม เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเช็ก เนเธอร์แลนด์ โปรตุเกส

4.2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(Constant Market Share : CMS)โดยพิจารณาในแต่ละตลาด คือ ตลาดโลก สาธารณรัฐเช็ก สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี

ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ สเปน ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย เวียดนาม อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ ฮังการี และญี่ปุ่น

4.2.3 ศักยภาพการแข่งขัน โดยใช้แบบจำลองไดมอนต์โมเดลเนื่องจากการพิจารณาในระดับประเทศ

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของอุตสาหกรรมของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก เปรียบเทียบกับคู่แข่งระหว่างประเทศต่างๆ ในอุตสาหกรรมนั้น

5.2 อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ หมายถึง กระบวนการแปรรูป หรือ การผลิตโดยใช้เครื่องจักรหรือแรงคน เพื่อผลิตสิ่งของจากวัตถุดิบให้เป็นอุปกรณ์ที่ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศในห้องโดยสารรถยนต์โดยการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นในเวลาเดียวกัน อุปกรณ์ที่สำคัญของเครื่องปรับอากาศรถยนต์มีชิ้นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

5.2.1 คอมเพรสเซอร์

5.2.2 คอยล์ร้อน

5.2.3 ถังพักน้ำยา

5.2.4 วาล์วลดความดัน

5.2.5 คอยล์เย็น

5.3 ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) หมายถึง ดัชนีที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเปรียบเทียบกับข้อมูลการส่งออกของประเทศ ในตลาดโลก หรือกลุ่มประเทศที่ศึกษา หรือตลาดในประเทศที่เป็นคู่ค้าที่ต้องการศึกษา

5.4 กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วย กลยุทธ์การผลิต การตลาดของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

5.5 สภาพการแข่งขันในประเทศ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตในประเทศ

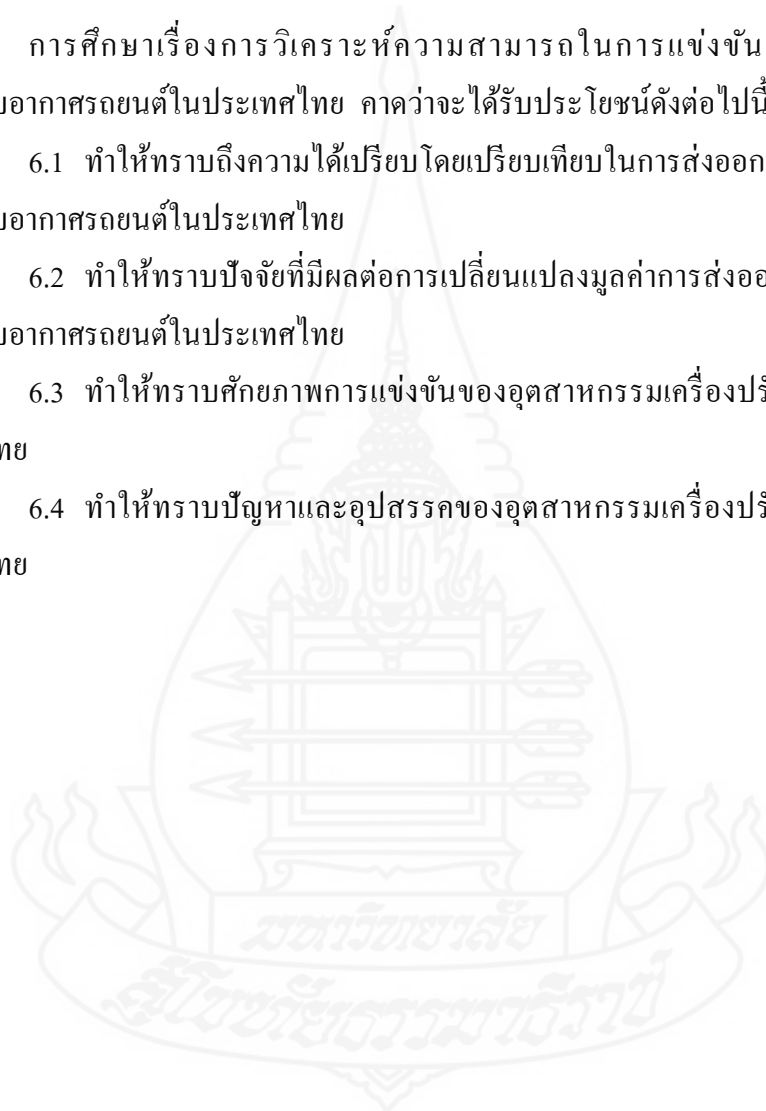
5.6 Diamond Model หมายถึง รูปแบบจำลองการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศซึ่งศึกษาโดย Michael E. Porter เมื่อปี 1990 ที่ประกอบไปด้วยปัจจัยสี่ด้าน ได้แก่ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องใน

ประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ซึ่งนอกจาก 4 ปัจจัยข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้องอีก 2 ปัจจัย คือ รัฐบาลและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 6.1 ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย
- 6.2 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย
- 6.3 ทำให้ทราบศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย
- 6.4 ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์(Theory of Absolute Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ เป็นทฤษฎีแรกๆของแนวคิดทางการค้าระหว่างประเทศ นำเสนอโดย Adam Smith(ค.ศ.1776) ที่ได้อธิบายไว้ในหนังสือความมั่งคั่งของชาติ(An Inquiry into the Nature and causes of the Wealth of Nations) ซึ่งกล่าวไว้ว่าประสิทธิภาพในการผลิตหรือผลิตภาพ(Productivity) ของแต่ละประเทศเกิดจากการแบ่งงานกันทำ(Division of Labor) และการผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง(Specialization) ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตสินค้า แนวความคิดนี้จึงเป็นแนวคิดแนวคิดเศรษฐกิจเสรีที่นำมาใช้อธิบายการค้าระหว่างสองประเทศที่เกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์(Absolute Advantage) ซึ่งมีหลักการว่า ถ้าสองประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากกว่าหรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ แล้วนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์ ซึ่งการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์นี้สามารถอธิบายได้จากการเปรียบเทียบจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่กำหนดให้ โดยการแบ่งกันผลิตเฉพาะสินค้าที่ได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แล้วแลกเปลี่ยนกัน ในที่สุดจะทำให้การใช้ทรัพยากรของโลกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และได้ผลผลิตสูงสุด

ภายใต้แนวคิดดังกล่าว ตัวชี้ที่เป็นตัวกำหนดว่าประเทศใดจะผลิตสินค้าชนิดใดเพื่อส่งออก และจะนำเข้าสินค้าชนิดใดจากต่างประเทศนั้น คือต้นทุนการผลิต โดยปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียว คือ แรงงาน

1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(Theory of Comparative Advantage)

ปี ค.ศ. 1772-1823 David Ricardo (as cited in Carbaugh, 2000, pp. 28-29) เสนอแนวความคิดเรื่อง การค้าระหว่างประเทศ เพิ่มเติมจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของ Adam Smith ว่าประเทศ 2 ประเทศจะทำการค้าขายสินค้าชนิดใดก็ต่อเมื่อ ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นได้มีประสิทธิภาพสูงกว่า เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง

โดยเน้นระบบเสรีทางการค้า และแต่ละประเทศจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และนำเข้าสินค้า ที่ตนมีการผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น แนวความคิดนี้อธิบายภายใต้ข้อสมมติที่ว่า

1. มีปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียว คือ แรงงาน
2. ปัจจัยการผลิตไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ และแรงงานผลิตในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตที่แตกต่างกัน

3. การค้าเป็นไปอย่างเสรี

4. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต

5. ความพอใจในการบริโภคของแต่ละประเทศเหมือนกัน

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของ David Ricardo ยังมีข้อบกพร่องอยู่ที่ การใช้ปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาด้านทุนการผลิต ซึ่งในสภาวะที่แท้จริงแล้ว แรงงานในประเทศเดียวกันก็มีประสิทธิภาพในการผลิตที่ต่างกันด้วย นอกนี้ การผลิตสินค้ายังต้องอาศัยปัจจัยการผลิตชนิดอื่นๆประกอบด้วย เช่น ที่ดิน และทุน เป็นต้น และปัจจัยเหล่านี้สามารถใช้ทดแทนกันได้

เนื่องจากการอธิบายทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของ Adam Smith และทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ David Ricardo มีข้อบกพร่องในการสมมติให้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตชนิดเดียวโดยยึดถือทฤษฎีมูลค่าแรงงาน(The Labor Theory of Value) จึงทำให้ทฤษฎีนี้ใช้ได้ค่อนข้างแคบ และมีข้อจำกัดในการนำไปใช้อธิบายสถานการณ์จริงในทางปฏิบัติ ต่อมา Eli Heckscher(ค.ศ.1919) เสนอแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง “The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income” แนวคิดนี้ได้มีการขยายความและพัฒนาโดย Bertli Ohlin (ค.ศ.1933) แล้วจัดพิมพ์เป็นหนังสือเรื่อง”Interregional and International Trade” ซึ่งแนวคิดนี้เป็นที่รู้จักกันภายใต้ชื่อ Hecksher-Ohlin Theorem(H-O Theorem) ซึ่งอธิบายว่า การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของการผลิต(Factor Endowment) โดยแต่ละประเทศจะได้ประโยชน์จากการผลิตและการขายสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากมายในประเทศ กล่าวคือ ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุนประเทศนั้นก็จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยแรงงานอย่างเข้มข้น(Labor Intensive) และนำเข้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยทุนอย่างเข้มข้น(Capital Intensive) นั่นคือประเทศต่างๆ จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต นอกจากนี้การค้าระหว่างประเทศก็เกิดจากการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง(Increasing Return to Scale) แม้ว่า

ประเทศที่ทำการค้าระหว่างกันจะมีสภาพทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกันก็ตาม อุตสาหกรรมที่มีต้นทุน (Fixed Cost) สูง การขยายการผลิตจะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง ทำให้ผู้ผลิตได้กำไรและมีความชำนาญในการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ผลิตภาพของปัจจัยการผลิต (Factor Productivity) สูงขึ้นด้วย ดังนั้นถ้ามีการค้าระหว่างประเทศ ผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตในลักษณะ Increasing Return to Scale ก็จะได้ประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากตลาดสินค้าใหญ่ขึ้นทำให้สามารถขยายการผลิตได้ ส่วนประเทศที่นำเข้าสินค้าดังกล่าวก็จะได้ประโยชน์จากการที่ราคาสินค้าลดลงหรือถูกกว่าทำการผลิตเอง นอกจากนี้ความแตกต่างของเทคโนโลยี (Technology Gap) ก็มีส่วนทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีสูงมักมีรายได้และค่าจ้างสูงจะลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดการจ้างงาน ประเทศเหล่านี้จึงได้เปรียบในการผลิตสินค้าใหม่ที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศ ประเทศเหล่านี้จะส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่ำกว่า จนกว่าเทคโนโลยีดังกล่าวจะแพร่กระจายไปยังประเทศอื่นๆ

จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของ Heckscher-Ohlin Theorem (H-O Theorem) ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่า ประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าอะไรโดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ

ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้น เป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี แต่ในความเป็นจริงประเทศต่างๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออก โดยกำหนดมาตรการต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่างๆ เหล่านี้มีผลดีต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมแต่ละประเทศ ซึ่งไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ตามแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

1.3 แนวคิดการวัดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออก

1.3.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

(Revealed Comparative Advantage-RCA)

เนื่องด้วยแต่ละประเทศมีสภาพเศรษฐกิจต่างกัน อันเป็นผลจาก ศักยภาพของปัจจัยการผลิต เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทุน แรงงานฝีมือ ความเชี่ยวชาญของแรงงานรวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ต่างกัน ทำให้แต่ละประเทศสามารถผลิตสินค้าได้ในราคา และคุณภาพที่ไม่เหมือนกัน จึงเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งจะสามารถผลิตสินค้าได้ทุกชนิด ดังนั้นแต่ละประเทศควรผลิตสินค้า

ชนิดที่ต้นมีความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นไปตาม หลักการของความได้เปรียบ Bela Balassa จึงคิดเครื่องมือที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เรียกว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏ (Reveled Comparative Advantage-RCA) ภายใต้อธิบายที่ว่าการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ หลักการคือ การเปรียบเทียบส่วนแบ่งของการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้น กับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวในการส่งออกรวมของโลก ซึ่งเครื่องชี้สร้างขึ้นเพื่อลดข้อจำกัดของทุนเพราะการผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ส่วนประกอบของต้นทุนที่ต่างกัน จะเกิดปัญหาในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าชนิดนั้น (Balassa,1989,pp.41-62)

RCA ดัชนีที่ใช้ในการประเมินศักยภาพการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบซึ่งพัฒนามาจากแนวความคิดด้านเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศเดิมที่เชื่อในเรื่องของความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบหรือสัมพัทธ์มากกว่าความได้เปรียบในเชิงสมบูรณ์ โดยเชื่อว่าประเทศที่มีโครงสร้างการส่งออกสินค้าใดๆก็ตามที่สัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นมากกว่าโดยเปรียบเทียบกับสัดส่วนการค้าในสินค้านั้นของตลาดโดยรวมต่อการส่งออกทั้งหมดของกลุ่มประเทศที่มีการศึกษา แสดงว่าประเทศนั้นๆมีศักยภาพในการแข่งขันในสินค้านั้นสูงกว่าโครงสร้างโดยรวม

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA_{ik} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าชนิดที่ k ของประเทศ i

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าชนิด k ของประเทศ i

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของทั้งโลก

X_w คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

เกณฑ์การพิจารณาค่า RCA

1. ถ้าค่า $RCA > 1$ หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศ i ของมูลค่าตลาดโลกของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ มากกว่าส่วนแบ่งตลาดส่งออกรวมของประเทศ i ต่อมูลค่าตลาดส่งออกรวมของโลก แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะเครื่องปรับอากาศรถยนต์ หรือมีความได้เปรียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในทางตรงข้าม

2. ถ้าค่า $RCA < 1$ แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ลดลงหรือมีความได้เปรียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดในการอธิบายความหมายของ RCA หลายประการที่ควรคำนึง เช่น RCA ของการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมเป็นหลัก มักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมโดยปกติจะมากกว่าส่งออกสินค้าเกษตร

3. ถ้าค่า $RCA = 1$ แสดงว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรืออีกนัยหนึ่งคือประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดโลก

สรุปได้ว่า

1. ถ้า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ใดของประเทศใดเท่ากับ 1 ($RCA = 1$) แสดงว่าประเทศนั้นมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกชนิดนั้นเท่ากับประเทศอื่นในตลาดโลกหรือในตลาดที่พิจารณา

2. ถ้าเวลาผ่านไปค่า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกของประเทศนั้นเพิ่มขึ้น แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น แม้ว่าค่า RCA จะยังคงน้อยกว่า 1

3. ถ้าเวลาผ่านไปค่า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศนั้นลดลง แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมากกว่า 1

การใช้ค่า RCA มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง 3 ประการ

1. RCA เป็นการวิเคราะห์แบบ Static ซึ่งเป็นค่า ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ในทางปฏิบัติจึงสามารถใช้การเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาได้ (Comparative Static)

2. RCA เป็นการวิเคราะห์แบบแยกส่วน เนื่องจากในภาพรวมการผลิตสินค้าจะใช้ปัจจัยการผลิตที่หลากหลาย การเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบือนโครงสร้างการส่งสินค้าประเภทหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของสินค้าอื่น ดังนั้น RCA จึงมีข้อจำกัดในการพิจารณาผลจากการใช้นโยบายการค้าในองค์รวม โดยบอกได้เฉพาะสถานะภาพของสินค้าที่ศึกษาเท่านั้น

3. RCA เป็นการมองที่ผลลัพธ์ (Outcome) เนื่องจากในโครงสร้างการผลิตและส่งออก ณ เวลาใดเวลาหนึ่งผู้ประกอบการจะดำเนินการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้เงื่อนไขและหรือข้อจำกัดทางด้านการค้าที่เป็นอยู่ ค่า RCA ไม่สามารถประเมินสาเหตุของสถานะภาพที่เป็นอยู่ได้ด้วยตัวเอง

ข้อดีของ RCA

1. เป็นดัชนีวัดถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า

2. ทราบถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกในแต่ละประเทศในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า

ข้อจำกัดของ RCA

1. ขนาดของประเทศที่พิจารณา ถ้าเป็นประเทศขนาดเล็กมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมจะน้อยกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นค่า RCA ของประเทศขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับประเทศขนาดเล็กมักมีค่าน้อยกว่า ทำให้ไม่สามารถสรุปได้ว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกสินค้า k มากกว่ากัน

2. ประเทศที่ส่งออกสินค้าเกษตรกรรมเป็นหลักมีค่า RCA ในการส่งออกสินค้า k สูงกว่าประเทศที่ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก เพราะมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม

3. ค่า RCA ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า หรือน้อยกว่าหนึ่งนั้นไม่สามารถสรุปได้ว่าเกิดจากปัจจัยใด

4. ถ้าประเทศ 2 ประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 ทั้งคู่ จะไม่สามารถระบุได้ว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

5. ค่า RCA ไม่สามารถแสดงผลของการกีดกันทางการค้าออกมาได้เลย

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งตลาดหมายถึง สัดส่วนของปริมาณการค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งที่ทำการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง แล้วสามารถจำหน่ายได้หมดในตลาด ถ้าสัดส่วนนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตรายนี้จะประสบผลสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น (นิติยา สังขปริษา 2541:17)

พื้นฐานการวิเคราะห์ที่ตั้งอยู่บนสมมติฐานทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดด้วยปัจจัย 2 ด้านคืออุปทานและอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศ

ทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลองเริ่มจากพิจารณาอุปสงค์สำหรับสินค้าส่งออกจากคู่แข่งชั้นสองรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$q_1/q_2 = f(p_1/p_2)$$

q_1, q_2 = ปริมาณสินค้าส่งออกจากประเทศที่ 1 และ 2 มายังตลาดเดียวกัน

p_1, p_2 = ราคาสินค้าส่งออกจากประเทศที่ 1 และ 2 มายังตลาดเดียวกัน

1.5 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS)

ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงการขยายตัวหรือการขยายตัวของการส่งออกเราสามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ของ Leamer and Stern โดยแบบจำลอง CMS มีพื้นฐานการวิเคราะห์ตั้งอยู่บนข้อสมมติทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน คือ อุปทานและอุปสงค์ ซึ่งอุปทานส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศส่งออก และอุปสงค์ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศนำเข้าการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจจะไม่สามารถขยายตัวได้รวดเร็วเท่ากับการขยายตัวของการส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องจากเหตุผล 3 ประการ (Richardson, 1971: 227-250)

1. การส่งออกจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่มีความต้องการมีอัตราการขยายตัว
2. การส่งออกจะมุ่งเน้นไปยังตลาดที่ชบเซาหรือมีการขยายตัวต่ำ
3. ประเทศที่ส่งออกจะไม่สามารถหรือไม่อยากที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกจากประเทศอื่นได้

ดังนั้นหลักการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลอง CMS คือ การพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อเทียบกับกรณีที่ประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกหรือตลาดที่กำหนดไว้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริงกับขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวในตลาดหรือตลาดที่กำหนดคงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และผลจากการกระจายตลาด แบบจำลอง CMS สามารถอธิบายได้เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกจะเกี่ยวกับทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลอง และส่วนที่สองเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แบบจำลอง

ทฤษฎีทั่วไปของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก กำหนดได้ดังนี้

$$S = q/Q \quad (1)$$

โดยกำหนดให้

$$S = \text{ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศที่พิจารณา}$$

q = การส่งออกทั้งหมดของประเทศที่พิจารณา

Q = การส่งออกหรือการค้าของโลกทั้งหมด

จาก (1) สามารถแสดงได้ว่า

$$q = SQ \quad (2)$$

และ Total Differential เท่ากับ

$$dq = SdQ + QdS \quad (3)$$

สมการ (3) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการคือ ประการแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์โลก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกนี้ให้มีค่าคงที่ เราอาจเรียกปัจจัยนี้ว่าผลจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก (World Growth Effect) ประการที่สอง เป็นการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกภายใต้เงื่อนไขที่ว่าความต้องการหรืออุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่เรากำลังพิจารณามีปริมาณหรือมูลค่าคงที่ เราเรียกผลด้านนี้ว่าผลทางการแข่งขัน (Competitive or Share Effect) อาจจะกล่าวได้ว่าผลประการแรกส่วนใหญ่เป็นผลเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก ส่วนประการที่สองส่วนใหญ่เนื่องจากสภาพการณ์ภายในประเทศของผู้ส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ที่กล่าวมาในข้างต้นเป็นแบบจำลอง CMS อย่างง่าย ซึ่งในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงต้องทำการเปรียบเทียบการส่งออกของ 2 ช่วงเวลา ซึ่งเรียกว่าปีฐาน (base year) และปีสุดท้าย (last year) ในการคำนวณส่วนแบ่งตลาดส่งออกและการส่งออกทั้งหมดของโลก อาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีฐาน และการใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีสุดท้าย ซึ่งสามารถเขียนสมการ ได้ดังนี้

$$dq^I = S^0 dQ + Q^I dS \quad (3.1)$$

หรืออาจใช้โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศในปีสุดท้ายและใช้การส่งออกทั้งหมดของโลกในปีฐาน ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$dq^{II} = S^I dQ + Q^0 dS \quad (3.2)$$

หรืออาจใช้ปีฐาน (base year) เป็นทั้งโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศและการส่งออกทั้งหมดของโลก นั่นคือ

$$dq^{III} = S^0 dQ + Q^0 dS + dSdQ \quad (3.3)$$

สำหรับเทอมที่สาม ($dSdQ$) แสดงถึงผลกระทบร่วม (Interaction effect) ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

สมการเอกลักษณ์ (3) สามารถเขียนได้เป็น

$$\Delta q_i = S_i \Delta Q_i + Q_i \Delta S_i \quad (4)$$

โดยกำหนดให้

- i = ประเทศผู้ส่งออก
 Δ = การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่อยู่หลังเครื่องหมายนี้
 Q_i = การส่งออกทั้งหมดของประเทศที่พิจารณา
 q_i = การส่งออกของประเทศ i
 S_i = ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ i

การวิเคราะห์นี้เป็นการวิเคราะห์แบบชั้นเดียว (one level analysis) ของแบบจำลอง CMS ซึ่งแบ่งการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก และอีกส่วนเป็นผลมาจากการแข่งขัน

อาจกล่าวได้ว่าการส่งออกแท้จริงแล้ว ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นถ้าเราสนใจเฉพาะสินค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สมมติว่าเป็นสินค้า k สามารถเขียนสมการเอกลักษณ์ ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ik} = S_{ik} \Delta Q_{ik} + Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad (5)$$

โดยกำหนดให้ $k =$ ชนิดสินค้า

สามารถหาผลรวมของสินค้าชนิดต่างๆ โดยใช้เครื่องหมาย summation ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงเป็นสมการเอกลักษณ์ CMS ของการส่งออกรวมของประเทศ i ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ik} = \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$$

และสามารถขยายได้เป็น

$$\Delta q_{ik} = S_i \Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i \right) + \sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik} \quad (6)$$

สมการ (6) เป็นการวิเคราะห์แบบสองชั้น (two level analysis) ของแบบจำลอง CMS โดยการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i เป็นผลมาจากสามส่วนคือ

เทอมแรก ($S_i \Delta Q_i$) เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก

เทอมที่สองซึ่งเป็นเทอมใหม่ ($\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i$) เป็นผลมาจากส่วนประกอบ

ของสินค้าส่งออกของประเทศ i ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i ว่าการส่งออกสินค้ามีอัตราการขยายตัวแตกต่างจากการส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากน้อยเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ i ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลกเป็นส่วน

ใหญ่ และจะเป็นลบถ้าสินค้าส่งออกของประเทศ i ส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของการส่งออกรวมของโลก

เทอมที่สาม ($\sum_k Q_{ik} \Delta S_{ik}$) เป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขัน

นอกจากนี้การส่งออกไปยังประเทศต่างๆ มีอัตราการขยายตัวต่างกัน ดังนั้นการมุ่งเน้นการส่งออกไปยังประเทศหรือตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงหรือต่ำ ย่อมมีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกรวมของประเทศ i ที่กำลังพิจารณา ด้วยเหตุนี้ จึงควรรวมเอาปัจจัยด้านการกระจายตลาดเข้ามาพิจารณาด้วยในสมการ CMS โดยขยายสมการ (4) ซึ่งจะพิจารณาทั้งกรณีสินค้า k และตลาด j และสามารถเขียนสมการ ได้ดังนี้

$$\Delta q_{ijk} = S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad (7)$$

จากสมการ (7) สามารถแสดงผลรวมหรือการส่งออกรวมที่เพิ่มขึ้นของประเทศ i ได้เป็น

$$\begin{aligned} \Delta q_i &= \sum_{j,k} S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + \sum_{j,k} Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \\ &= S_i \Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} - S_i \Delta Q_i \right) \\ &\quad + \left(\sum_{j,k} S_{ijk} \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik} \right) + \sum_{j,k} Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad (8) \end{aligned}$$

สมการ (8) เป็นการวิเคราะห์แบบสามชั้น (three level analysis) ซึ่งต่างจากผลการวิเคราะห์แบบสองชั้นในสมการ (6) คือมีเทอมใหม่คือ ผลจากการกระจายตลาด

$\sum_{j,k} S_{ijk} \Delta Q_{ijk} + \sum_k S_{ik} \Delta Q_{ik}$ ซึ่งจะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ i ส่งออกสินค้าส่วนใหญ่ ไปยัง

ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และจะเป็นลบถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

ถ้าใช้วิธีการที่สามในการเลือกปีฐานและปีสุดท้าย นั่นคือ ใช้ทั้งโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกและการส่งออกรวมในปีฐาน (base year) ในแบบจำลอง CMS อาจเพิ่มปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอีกปัจจัยหนึ่งคือ ผลกระทบรวมหรือผลกระทบจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ซึ่งสมการของแบบจำลอง CMS ที่ได้จะแสดงถึงผลการอธิบายการขยายตัวของการส่งออกที่คล้ายกับสมการ (3.3) นำมาขยายได้สมการดังนี้

$$\begin{aligned} \Delta q_i &= S^0 \Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i \right) \\ &\quad + \left(\sum_{j,k} S_{ijk}^0 \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} \right) \\ &\quad + \sum_{j,k} Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk} + \sum_{j,k} \Delta Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \quad (9) \end{aligned}$$

สมการ (9) เป็นการวิเคราะห์แบบสี่ชั้น (four level analysis) ซึ่งการส่งออกของประเทศ i ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น

1. ผลจากการขยายตัวทางการค้าโดยรวมของโลก (world growth effect) คือ $(S^0 \Delta Q_i)$ ความต้องการของโลกเพิ่มสูงขึ้นแสดงว่า ส่งออกได้มากขึ้นเนื่องจากโลกมีความต้องการสินค้าต่างๆเพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการตลาดของโลกยังคงที่อยู่

2. ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (commodity compositional effect) คือ $(\sum S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i)$ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของส่งออกของประเทศ i ว่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวของส่งออกโดยเฉลี่ยของโลกมากขึ้นเพียงใด ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออกจะเป็นบวก ถ้าการส่งออกของประเทศ i ประกอบด้วยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเป็นส่วนใหญ่ และจะเป็นลบ ถ้าสินค้าที่ส่งออกของประเทศ i มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก

3. ผลจากการกระจายตลาด (market distribution effect) คือ $(\sum \sum_{j,k} S_{ijk}^0 \Delta Q_{ik} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik})$ การขยายตัวของส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับประเทศนั้นมุ่งเน้นการส่งออกสินค้าที่มีการขยายตัวของอุปสงค์รวมของโลกสูงหรือต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของส่งออกรวมของโลก ซึ่งจะมีค่าเป็นบวกถ้าประเทศ i ส่งสินค้าส่วนใหญ่ของตนไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และจะเป็นลบถ้าส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

4. ผลจากการแข่งขัน คือ การที่ประเทศส่งออกสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของสินค้านั้นได้ จากสมการสามารถแยกได้เป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (pure competitiveness or share effect) คือ $\sum \sum_{j,k} Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk}$ ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของส่งออกที่แท้จริงกับการขยายตัวที่อาจเกิดขึ้น ถ้าประเทศ i ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละตลาดไว้ได้

4.2 ผลกระทบร่วม (interaction effect) คือ $\sum \sum_{j,k} \Delta Q_{ijk} \Delta S_{ijk}$ เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่า ถ้าประเทศ i ขยายการส่งออกในตลาดที่ถูกต้องหรือไม่ ผลนี้จะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศ i เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว และจะมีค่าเป็นลบ ถ้าประเทศ i เพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

แบบจำลองที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ มีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก
2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาในตลาดใดตลาดหนึ่ง จะกำหนดให้มีค่าคงที่ ตราบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่ง เป็นผลเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อม ความสามารถในการแข่งขันนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานในประเทศผู้ส่งออกดังกล่าว
3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่านันต์ นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ
4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่างๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างกับผู้บริโภค
5. ไม่มีการร่วมมือระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

จากสมการ (3.3)

$$dq = S^0 dQ + Q^0 dS + dS dQ$$

การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าที่เกิดขึ้นจริงสามารถแสดงได้ดังนี้

$$A_i = W_i + C_i + D_i + P_i^* + (P_i - P_i^*) \quad (10)$$

โดยกำหนดให้

$$A_i = \text{การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการนำเข้า}$$

$$W = \text{ผลการขยายตัวของอุปสงค์ของประเทศ } i \text{ หรือการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ } i$$

$$C = \text{ผลจากส่วนประกอบของสินค้านำเข้า}$$

$$D = \text{ผลจากการกระจายตลาด}$$

$$P^* = \text{ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง}$$

$$P = \text{ผลจากการแข่งขัน}$$

$$P - P^* = \text{ผลกระทบร่วมจากการปรับตัวการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง}$$

$$i = \text{ประเทศส่งออกหรือกลุ่มประเทศส่งออก}$$

ซึ่งสามารถแสดงในรูปพีชคณิตได้ดังนี้

$$A_i = \sum_k \sum_{ijk} X_{ijk}^1 - \sum_k \sum_{ijk} X_{ijk}^0 \quad (11)$$

โดยกำหนดให้

X = มูลค่าการนำเข้า
 j = ประเทศนำเข้า
 k = ชนิดสินค้า
 0 = ปีฐาน
 1 = ปีสุดท้าย

$$W_i = S_i^0 \sum_j \sum_k (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (12)$$

$$C_i = \sum_k [S_{ik}^0 \sum_j (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - S_i^0 \sum_j \sum_k (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (13)$$

$$D_i = \sum_j \sum_k [S_{ijk}^0 (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - \sum_k [S_{ijk}^0 \sum_j (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] \quad (14)$$

$$P_i = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) - \sum_i X_{ijk}^1 \quad (15)$$

$$P_i^* = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) \sum_i X_{ijk}^0 \quad (16)$$

$$P_i - P_i^* = \sum_j \sum_k (S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0) \sum_i (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \quad (17)$$

โดยกำหนดให้

$$S_i = \frac{\sum_j \sum_k X_{ijk}}{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}}$$

= ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศ i ส่งออกในตลาดโลก

$$S_{ik} = \frac{\sum_j X_{ijk}}{\sum_j \sum_k X_{ijk}}$$

= ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศ i ในตลาดโลกของสินค้า k

$$S_{ijk} = \frac{X_{ijk}}{\sum_i X_{ijk}}$$

= ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศ i ในสินค้า k ในตลาด

$$g = G - 1$$

$$= \left(\frac{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0} \right) - 1$$

= อัตราการขยายตัวของการนำเข้ารวมของตลาดโลก

$$g_k = G_k - 1$$

$$= \left(\frac{\sum_i \sum_j X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j X_{ijk}^0} \right) - 1$$

= อัตราการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดโลกในสินค้า k

$$\begin{aligned}
g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\
&= \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) - 1 \\
&= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้าในสินค้า k ในตลาด} \\
g_{jk}^* &= 1 - G_{jk} \\
&= 1 - \left[1 / \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) \right] \\
&= 1 - \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^0}{\sum_i X_{ijk}^1} \right) \\
&= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวของการนำเข้าในสินค้า k ใน} \\
&\quad \text{ตลาดผู้นำเข้า}
\end{aligned}$$

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ทำการวิเคราะห์เป็นรายสินค้าและรายประเทศ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศ i ไปยังตลาดผู้นำเข้าสำคัญ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1. ผลจากการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดผู้นำเข้าสำคัญ
2. ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง
3. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0 &= [G_k X_{ijk}^0 - X_{ijk}^0] + [G_{jk}^* X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0] \\
&\quad + \{X_{ijk}^1 - (G_k X_{ijk}^0)\} - \{(G_{jk}^* X_{ijk}^1) - X_{ijk}^0\}
\end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned}
X &= \text{มูลค่าการนำเข้าสินค้า} \\
i &= \text{ประเทศผู้ส่งออก} \\
j &= \text{ประเทศผู้นำเข้า} \\
k &= \text{สินค้าที่ทำการศึกษา} \\
0 &= \text{ช่วงปีฐาน} \\
1 &= \text{ช่วงปีสุดท้าย} \\
G_k &= \text{สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าสินค้า k ทั้งหมดในตลาด ใน} \\
&\quad \text{ปีสุดท้ายต่อการนำเข้าในปีฐาน} \\
&= \left(\frac{\sum_i \sum_j X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j X_{ijk}^0} \right)
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk} &= \text{สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าสินค้า } k \text{ ของประเทศผู้นำเข้าใน} \\
 &\quad \text{ปีสุดท้ายต่อการนำเข้าในปีฐาน} \\
 &= \frac{(\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0)}{G_{jk}^*} \\
 G_{jk}^* &= \text{ส่วนกลับของ } G_{jk} \\
 &= \frac{(\sum_i X_{ijk}^0 / \sum_i X_{ijk}^1)}{G_{jk}^*}
 \end{aligned}$$

ปัญหาในทางปฏิบัติของการวิเคราะห์ทฤษฎี CMS การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกด้วยทฤษฎี CMS มีข้อจำกัดหลายประการ ดังนี้(อุดม เกิดพิบูลย์,2543,หน้า 27)

1. ในทางปฏิบัติโดยทั่วไปมักจะมีปัญหาการตีความว่า อำนาจการแข่งขันในตลาดของประเทศผู้ส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ ควรจะใช้วิธีการวัดด้วยปริมาณการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกรุ่นๆ แต่เนื่องจากข้อมูลของปริมาณการส่งออกโดยทั่วไปมักจะไม่สมบูรณ์ นักวิจัยส่วนมากจึงใช้มูลค่าการส่งออกของประเทศนั้นๆ เป็นตัวกำหนดแทนซึ่งค่อนข้างผิดพลาดหลักการของ CMS

2. ทฤษฎี CMS กำหนดให้การเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ คือการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการส่งออกของโลก การเปลี่ยนแปลงเนื่องจากส่วนประกอบของสินค้าที่ส่งออก การเปลี่ยนแปลงตลาดที่ส่งออก และการเปลี่ยนแปลงจากความสามารถในการแข่งขันแต่ในความเป็นจริงแล้ว การส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง ยังขึ้นอยู่กับอิทธิพลอื่นๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง เช่น ทัศนคติของคนในประเทศผู้นำเข้า นโยบายของประเทศผู้นำเข้าต่อประเทศผู้ส่งออก นโยบายการผลิต นโยบายการเงินและการคลังของประเทศผู้ส่งออก

3. การที่ใช้ระดับราคาเป็นตัววัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกรุ่นก่อนข้างจะไม่สมบูรณ์นัก เพราะว่าการแข่งขันจะมีมากหรือน้อยยังอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย เช่น การบริการในด้านส่งออกของประเทศผู้ส่งสินค้าออก ราคาขนส่ง การให้เครดิตระยะยาวที่ผู้ส่งออกให้แก่ผู้ซื้อ ความซื่อตรง และการตรงต่อเวลาของผู้ส่งออกต่อผู้ซื้อ ซึ่งส่วนเหล่านี้ล้วนเป็นบริการที่ผู้ส่งออกก็ให้แก่ลูกค้าของตนเองแตกต่างกัน และไม่อาจจะวัดค่าออกมาได้ แต่ก็มีผลให้การส่งออกเปลี่ยนแปลงไปได้ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะครอบครองตลาดผู้ซื้อไว้

ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

1. ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่พิจารณาในตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมายว่ามีความสามารถในการแข่งขันอย่างไร

2. ทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวของ การส่งออกของสินค้าเป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยใด

3. ทำให้ทราบว่า แนวทางในการวางนโยบายที่กำหนดไว้เดิมถูกหรือผิดทิศทางและควรแก้ไขหรือปรับปรุงอย่างไร

4. ทำให้ทราบถึงลักษณะของตลาดนำเข้าในประเทศที่พิจารณาส่งออกสินค้าออกไป ขยายว่าลักษณะตลาดนำเข้ามีลักษณะที่ซบเซาเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ หรือเป็นตลาดนำเข้าที่อัตราการขยายตัวสูง

1.6 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง Clusters และ Diamond Model ของ Michael E. Porter (1990) ในการหาแนวทางเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มองอย่างองค์รวม (Holistic View) เหมาะสมกับสถานการณ์ของเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีแนวคิดที่ว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในอุตสาหกรรมในประเทศของตน เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ

การแข่งขันในทางธุรกิจเป็นประจักษ์พลังขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้นและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดเสถียรภาพทางด้านราคาและที่สำคัญคือช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดโลกได้รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นพลังผลักดันที่เสริมสร้างและจูงใจให้หน่วยผลิตทั้งหลายต้องหันมาให้ความสนใจดำเนินกิจการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จากสภาพของการแข่งขันในปัจจุบัน ทำให้ผู้ผลิตต้องเผชิญทั้งการแข่งขันที่เกิดจากคู่แข่งในตลาดภายในประเทศและกับคู่แข่งจากต่างประเทศ รวมทั้งการแข่งขันจากสินค้าและบริการประเภทใหม่ๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนอีกด้วยความแตกต่างทางด้านประสิทธิภาพระหว่างหน่วยผลิตด้วยกันเป็นปัจจัยชี้ขาดที่สำคัญ ในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันและในการทำกำไรที่แตกต่างกัน

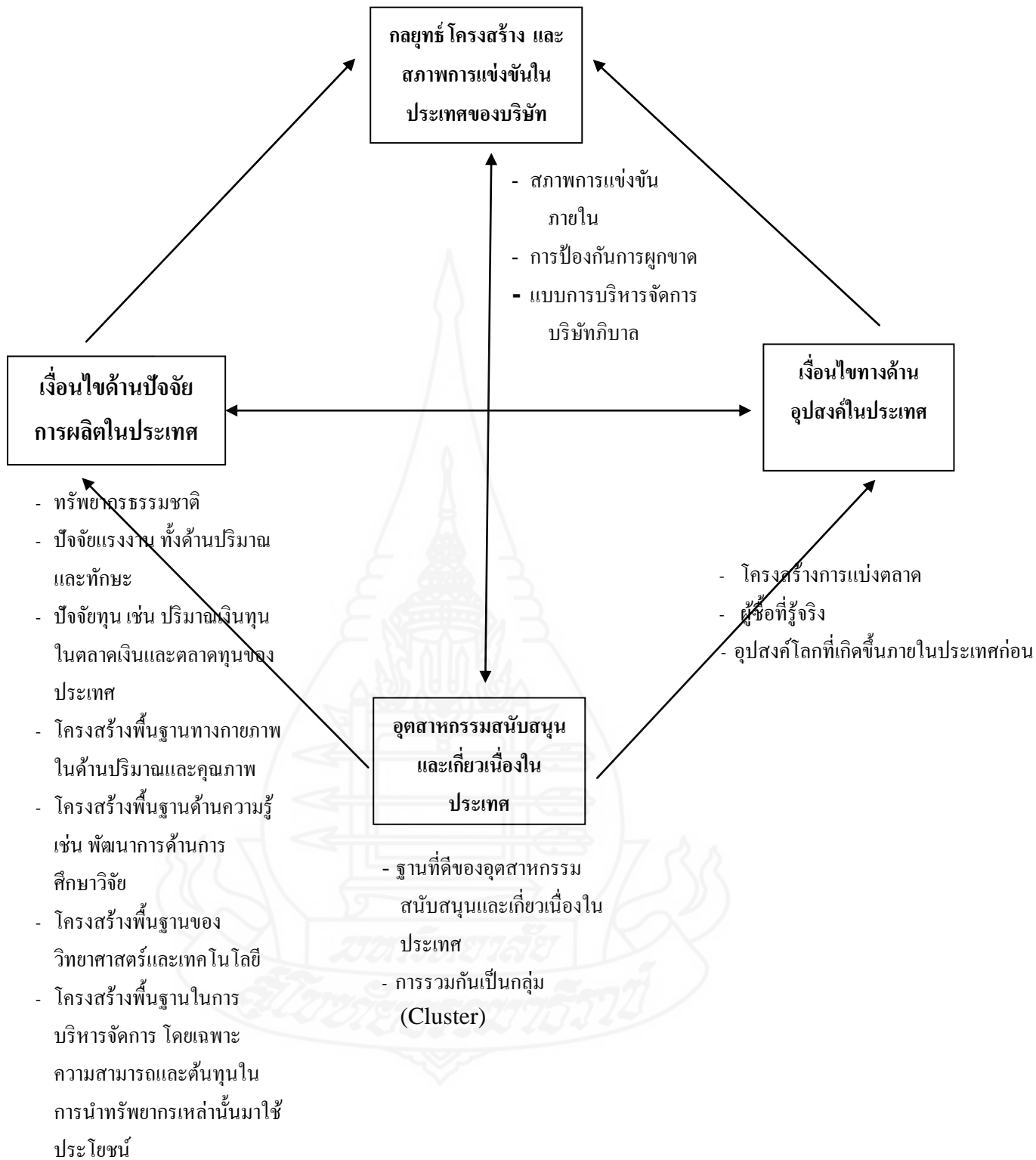
ดังนั้นการแข่งขันจึงเป็นพลังผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยพื้นฐานที่เศรษฐศาสตร์ให้ความสนใจคือ สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่จะก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรี ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยผลักดันต่างๆ ในอุตสาหกรรมหรือตลาดนั้นๆ เช่น จำนวนผู้ซื้อผู้ขายในตลาด ความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาดหรือเข้าสู่การแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ ความ

คล้ายคลึงกันของสินค้าหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ เหล่านี้เป็นต้น ปัจจัยผลักดันเหล่านี้จะเป็นตัววิเคราะห์ถึงความเข้มข้นของอัตราการแข่งขันในตลาด ถ้าการแข่งขันในตลาดยิ่งสูง ผู้แข่งขันในตลาดก็ยิ่งต้องพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของตนเองเพื่อความอยู่รอด

ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นการแข่งขันของตลาดภายในประเทศ และขีดความสามารถของการแข่งขันของผู้แข่งขันในตลาดต่างประเทศหรือตลาดโลก ซึ่งก็มีแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่พูดถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ในที่นี้เราจะวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายเมื่อเร็วๆ นี้ นั่นคือ **แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)**ของ Michael Porter

Porter เชื่อว่า สิ่งสำคัญคือ เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมของประเทศนั้น Porter จึงได้สร้างแบบจำลอง **Diamond Model** ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (determinants) ข้อย่อยได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 4 กลุ่มตัวแปร ดังนี้





ภาพที่ 2.1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศตามแบบจำลอง Diamond Model

ของ Michael E.Porter

ที่มา : Michael E. Porter (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. p.78

1.6.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้ เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึงปริมาณแรงงานคุณภาพ และทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากนี้ ลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะเป็นที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกัน ต้นทุนทางการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจัยด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

4 ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital Resources) หมายถึง จำนวนและต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพง จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

5. สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึง ปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และราคาไม่แพง ในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้ จะสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศ การพัฒนาการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

1.6.2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากๆ ในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ในแบบจำลองของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

1. โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทหรืออุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2. ผู้ซื้อที่รู้จัก (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อที่รู้จักในสินค้าหรือบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้น ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

3. อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลัง ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้าหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้น แล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

1.6.3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน อุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

1. ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

2. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาร่วมกันทั้งสองฝ่าย

3. ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกันก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศ

1.6.4. กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศจะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

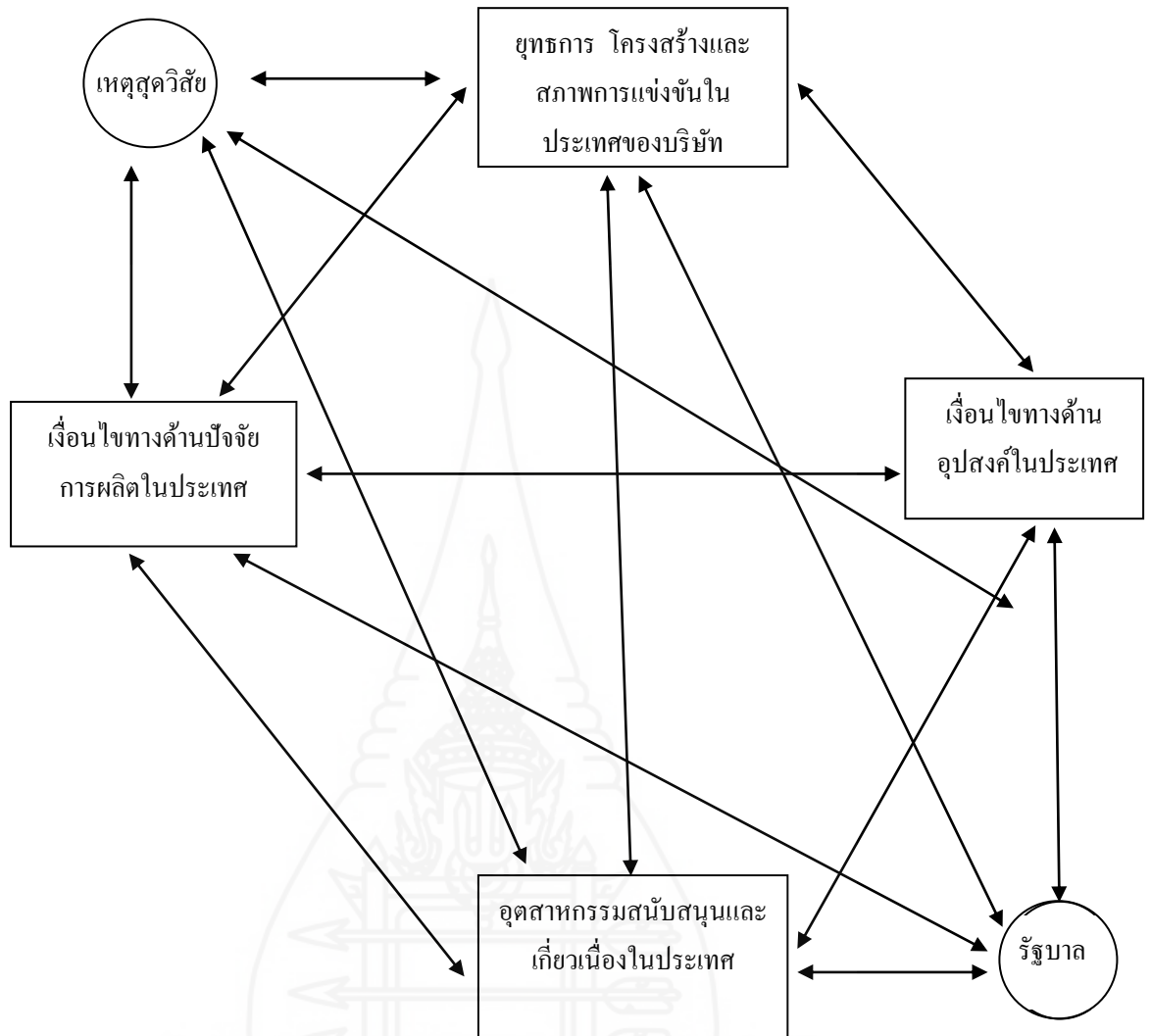
สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอื่นจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

1.6.5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสิ้น โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาดเหล่านี้เป็นต้น

1.6.6. เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) ที่สมบูรณ์

ที่มา : Michael E. Porter (1990). The Competitive Advantage of Nations. p.127

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ แยกพิจารณาเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 งานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวข้องกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถพิจารณาได้ดังนี้

ฐาปะณี มะลิซ้อน(2539) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนี RCA และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน ใน 3 ช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ.2525-2529 , 2530-2534 และ 2535-2536 นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งของไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญอีกด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสำหรับประเทศไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่มีอัตราเพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับเวียดนาม เอกวาดอร์ และอินเดีย ขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง สำหรับผลการศึกษารายการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ในช่วงเวลาเดียวกันกับช่วงเวลาข้างต้น มูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการแข่งขันที่แท้จริง รongลงมาคือผลด้านทิศทางการส่งออก และผลจากอัตรการขยายตัวของตลาดโลก ตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลจากการกระจายตลาด สำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของ 2 ช่วงเวลาหลัง พบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริง รongลงมาคือ ผลจากอัตรการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออก ตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลจากการกระจายตลาด สำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของ 2 ช่วงเวลาหลัง พบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริง รongลงมาคือ ผลจากอัตรการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออก ตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลจากการกระจายตลาด สำหรับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งของไทยในญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ระหว่างปี พ.ศ. 2533-2534, 2509-2537 และ 2517-2537 ปรากฏว่าตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละประเทศและราคาการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังประเทศดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดอุปสงค์เพื่อการนำเข้าดังกล่าว

วีรพล นิติชาคร (2544) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยมุ่งเน้นในด้านความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพล

ต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่ออุตสาหกรรม โดยได้เลือกศึกษาชิ้นส่วนยานยนต์ 2 ชนิด คือ ยางรถบรรทุก และล้อและอุปกรณ์ส่วนประกอบแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage index-RCA) แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share-CMS) โดยทำการศึกษาค้นคว้า 2 ชนิด คือ ยางรถบรรทุก ล้อและอุปกรณ์ ส่วนประกอบ โดยจะศึกษาในตลาดส่งออกที่สำคัญ ในส่วนของยางรถบรรทุก ได้แก่ ตลาดอาเซียน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆโดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2536-2540

ผลการศึกษาพบว่า ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในช่วงปี พ.ศ.2536-2540 ของยางรถบรรทุก พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดอาเซียน ตลาดญี่ปุ่น และตลาดออสเตรเลีย โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 1.26, 1.14 และ 1.01 ตามลำดับ ในขณะที่ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ ประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 0.32 แต่แนวโน้มค่า RCA ในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น สำหรับล้อและอุปกรณ์ส่วนประกอบ พบว่าประเทศไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดเดียว คือ ตลาดอาเซียน โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 1.99 ในขณะที่ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดญี่ปุ่น และตลาดอื่นๆ ประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 0.93, 0.19 และ 0.04 ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลกซึ่งใช้เป็นดัชนีที่บ่งบอกถึงความได้เปรียบที่แท้จริงของไทยพบว่า ประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 0.25 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่า มูลค่าการส่งออกยางรถบรรทุกของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2536-2540 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 18,417 พันดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีสาเหตุมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเป็นสาเหตุหลัก รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตัวของตลาดตามลำดับ สำหรับมูลค่าการส่งออกล้อและอุปกรณ์ ส่วนประกอบมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 14,947 พันดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีสาเหตุมาจากความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นของประเทศไทยเป็นหลัก สาเหตุรองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากทิศทางการเข้าสู่ตลาด ตามลำดับ

รัชนิกร วุฒิสรรฐไพบูลย์ (2547) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกโดยใช้แนวคิด Diamond Model ของ Michael E. Porter รวมทั้งใช้แนวคิด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) นอกจากนี้ทำการวิเคราะห์

โอกาสในการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ผลการศึกษาพบว่า ผลของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ Diamond Model พบว่าด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบ คือ แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างชาติ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย แรงงานมีระดับการศึกษาต่ำ ขาดนักออกแบบที่มีคุณภาพ ด้านปัจจัยสนับสนุนมีข้อได้เปรียบ คือ มีธุรกิจปลายน้ำอยู่ในพื้นที่ มีสถาบันส่งเสริมสนับสนุนพร้อมมีข้อด้อยคือ ลูกคามีความรู้เรื่องหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขัน มีข้อได้เปรียบคือ มีกลยุทธ์การผลิต มีกลยุทธ์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีการแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ แต่มีข้อด้อยคือขาดความรู้ทางด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาดรวมทั้งขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ

ศุภมิตร อินทขันธ์ (2550) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางยนต์ในประเทศไทยโดยใช้แบบจำลองไดมอนด์ โดยตลาดที่พิจารณา คือ ตลาดโลก และตลาดส่งออกสำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น มาเลเซีย และออสเตรเลีย การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางยนต์ของไทยและประเทศคู่แข่งได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งตลาด โดยใช้ข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ.2542-2549 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกยางยนต์ของไทยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปรียบเทียบข้อมูลการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2546-2549 เทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2542-2545

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการผลิตและการส่งออกยางยนต์ โดยในปี พ.ศ.2549 สามารถผลิตยางรถยนต์นั่งได้ 12.93 ล้านเส้น และส่งออก 3.33 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 25.75 ของการผลิต ผลิตยางรถบรรทุกและโดยสารได้ 4.07 ล้านเส้นและส่งออก 1.04 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 25.56 ของการผลิต และผลิตยางรถจักรยานยนต์ได้ 21.63 ล้านเส้น ส่งออกประมาณ 6.60 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของการผลิต อุตสาหกรรมยางยนต์ของไทยมีศักยภาพการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และนโยบายรัฐบาลที่เข้มแข็ง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางยนต์ทุกผลิตภัณฑ์ไปยังทุกตลาดที่พิจารณา ยกเว้นสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางรถยนต์นั่ง เพราะค่า RCA น้อยกว่า 1 แต่ค่า RCA มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในตลาดโลก พบว่าเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการขยายตัว

ของตลาดโลกโดยเฉลี่ย และผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาดส่งออกสำคัญพบว่า เป็นผลจากความสามารถในการแข่งขัน และผลจากการขยายตัวของตลาดโลกโดยเฉลี่ย สำหรับปัญหาของอุตสาหกรรมยางยนต์คือ ต้นทุนการผลิตสูง อุปสรรค คือ การกีดกันทางการค้าของต่างประเทศโดยมาตรฐานสากล

ประดี จิรวิวงศ์ (2551) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย-สาธารณรัฐประชาชนจีน-ญี่ปุ่น ซึ่งใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) โดยตลาดที่พิจารณา คือ ตลาดโลก และตลาดคู่ค้าสำคัญคือ ตลาดสหรัฐอเมริกา เยอรมัน อิตาลี ออสเตรเลีย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) การประเมินศักยภาพการแข่งขันของรถจักรยานยนต์ของไทยใช้แบบจำลองผลกระทบโดยใช้ข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ.2542-2550

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยผลิตรถจักรยานยนต์ซึ่งจำหน่ายในประเทศร้อยละ 80.9 ส่งออกร้อยละ 19.1 ในการแข่งขันรถจักรยานยนต์ส่งออก ไทยมีความได้เปรียบเป็นอันดับสองรองจากญี่ปุ่นและมีจีนเป็นอันดับสุดท้าย จากการแข่งขันรถจักรยานยนต์เพื่อการส่งออก ไทยมีค่า $RCA > 1$ ในตลาดโลก สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนการแข่งขันชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์การส่งออก ไทยมีค่า $RCA > 1$ ในตลาดโลก อิตาลี มาเลเซีย และอินโดนีเซีย สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของรถจักรยานยนต์ของไทยเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การขยายตัวของการค้าโลก การกระจายตลาดและส่วนประกอบของสินค้าตามลำดับ ศักยภาพการแข่งขันของรถจักรยานยนต์ของไทยภายในประเทศพบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ทดแทนและการแข่งขันที่รุนแรง ต่างส่งผลให้การจำหน่ายรถจักรยานยนต์ได้มากยิ่งขึ้น ส่วนการแข่งขันรถจักรยานยนต์ของไทยในต่างประเทศพบว่าปัจจัยการผลิตอุปสงค์ต่อธุรกิจ อุตสาหกรรมสนับสนุน นโยบายรัฐบาล และเหตุสุดวิสัย ต่างส่งผลดีต่อศักยภาพการแข่งขันการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยไปยังต่างประเทศ

ราเมศวร์ สุขมาก (2552) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดศึกษาการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2540-2551 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการ

เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2546-2551 เทียบกับช่วงปี พ.ศ.2540-2545 และการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยใช้แบบจำลองโดมอนด์

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งเครื่องยนต์ดีเซล ขนาดกระบอกสูบมากกว่า 2,500 ซีซีในตลาดโลก เพราะค่า $RCA > 1$ ส่วนรถยนต์ประเภทอื่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพราะค่า $RCA < 1$ สำหรับตลาดส่งออกสำคัญของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทุกประเภทผลิตภัณฑ์เพราะค่า $RCA > 1$ ยกเว้นรถกระบะบรรทุกเครื่องยนต์เบนซินที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในตลาดรัสเซีย และอังกฤษเพราะค่า $RCA < 1$ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในตลาดโลกและตลาดส่งออกที่สำคัญของทุกประเภทของผลิตภัณฑ์เกิดจากความสามารถในการแข่งขันเป็นสำคัญ ดังนั้นอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในด้านแรงงานที่มีทักษะ และระบบโครงสร้างพื้นฐาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนภาคการผลิต

ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่ทำการศึกษากี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศซึ่งสามารถแยกพิจารณา ดังนี้

วิลาส จงรักษ์(2540) ศึกษาถึงศักยภาพในการผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดโลกทั้งหมดจำนวน 24 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน อิตาลี ฮองกง มาเลเซีย ฝรั่งเศส สิงคโปร์ แคนาดา สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ เนเธอร์แลนด์ สเปน เม็กซิโก บราซิล ออสเตรเลีย สวีเดน อิสราเอล เดนมาร์ก เบลเยียม ไอร์แลนด์ และฟินแลนด์ โดยใช้เวลาศึกษา ปี พ.ศ.2531-2536 โดยเก็บข้อมูลสถิติภูมิในการวิเคราะห์หาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดทุกปี โดยในปี พ.ศ.2538 มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 49.56 คิดเป็นมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 800.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดส่งออกสำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์ตามลำดับและจากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) พบว่าไทยมีดัชนีดังกล่าวมากกว่า 1 และสูงถึง 3.90 ในปี พ.ศ.2536 เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดการค้าโลก และในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย อาทิเช่น ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์ ประเทศไทยมีค่า RCA ถึง 8.57 5.85 และ 1.94 ตามลำดับ โดยการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นแนวโน้มการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยในตลาดโลกว่ายังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เมื่อ

พิจารณาส่วนครองตลาดหรือส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลก ประเทศไทยมีมูลค่าและส่วนครองตลาดในระดับไม่สูงมากนักแม้ว่าจะมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ริสยา คีภาพร(2545) ศึกษาการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยไปสหภาพยุโรปและประเทศญี่ปุ่น โดยมุ่งเน้นทฤษฎีวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(Revealed Comparative Advantage index-RCA) โดยทำการศึกษาค่าเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ ศึกษาในตลาดส่งออกที่สำคัญคือประเทศญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปในช่วงปี พ.ศ.2529 ถึง พ.ศ.2543

ผลการศึกษาพบว่าราคาส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกำหนดปริมาณการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แสดงว่าการผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดโลกได้ และมีแนวโน้มว่าจะมีความได้เปรียบเหนือประเทศมาเลเซียได้อีกด้วย

จารุวัฒน์ ชัยรัตนโกมล (2549) ศึกษาศักยภาพการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี และประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย โดยใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage index-RCA) เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยใช้ข้อมูลการส่งออกเครื่องปรับอากาศ ตั้งแต่ พ.ศ.2540-2547

ผลการศึกษาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) ของการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นพบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงเวลาที่ศึกษา ถึงแม้ว่า RCA มีแนวโน้มที่ลดลง แต่ประเทศคู่แข่งอื่นก็มีแนวโน้มลดลงเช่นกัน แสดงว่าการผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดประเทศญี่ปุ่นได้ เพื่อรักษาระดับของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยให้คงอยู่ ผู้ผลิตและภาครัฐบาลจึงควรร่วมมือกันพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตให้เหนือกว่าคู่แข่งตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนวัตกรรมที่ทันสมัยของเครื่องปรับอากาศ เพื่อเป็นจุดเด่นในการรักษาระดับการส่งออกของเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยต่อไป

สรุป

จากแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าทฤษฎีวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกนั้นโดยส่วนใหญ่จะใช้ดัชนีความ

ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(Revealed Comparative Advantage index-RCA) ดังเช่น งานวิจัยของจารุวัฒน์ ชัยรัตน์โกมล ศึกษาศักยภาพการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทย ไปประเทศญี่ปุ่น เทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี และประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เช่น งานวิจัยของ รามเมศวร์ สุขุมาก ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

ในการศึกษาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือ RCA เป็นเครื่องมือในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย โดยแยกเป็นตลาดโลก และตลาดส่งออกสำคัญของโลก ซึ่งมีมูลค่าส่งออกสูงสุด 15 ลำดับ เลือกศึกษา 10 ตลาด คือ สาธารณรัฐเช็ก สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ และสเปน และตลาดที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 15 ลำดับ เลือกศึกษา 10 ตลาด คือ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย เวียดนาม อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ ฮองกง และญี่ปุ่น
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่หรือแบบจำลอง CMS
3. วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) วิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 เพื่อใช้ปัจจัยต่างๆเหล่านั้นมาอธิบายความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยดังนี้

3.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(Theory of Comparative Advantage) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสินค้าประเภทหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยวิเคราะห์ผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ซึ่งจะแสดงสัดส่วนการส่งออกประเภทนั้น เทียบกับสัดส่วนการส่งออกรวมของโลก

3.2 ทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (The Theory of Constant Market Share Model : CMS) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกสินค้าในตลาดที่พิจารณา ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกประกอบด้วย ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกโดยเฉลี่ย ผลจากส่วนประกอบของสินค้า ผลจากการกระจายตลาดและผลจากความสามารถในการแข่งขัน

3.3 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน(The Theory of Competitive Advantage) เป็นเครื่องมือในการพิจารณาศักยภาพการแข่งขันของสินค้าหรืออุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่พิจารณาเพื่อวิเคราะห์ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบในด้านต่างๆ ของสินค้าหรืออุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ โดยใช้แบบจำลองไดมอนด์(Diamond Model)ของ Michael E.porter สำหรับการแข่งขันในระดับประเทศ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. วิธีการศึกษา

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการเพื่อนำมาประมวลเป็นข้อสรุปในด้านการการศึกษาศักยภาพการแข่งขัน

1.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา โดยรวบรวมจากเอกสาร รายงาน บทความ รวมถึงข้อมูลทางสถิติต่างๆจาก กรมศุลกากร ห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Library) กรมการส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เอกสาร วารสาร และงานวิจัยต่างๆ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้จะมีวิธีการศึกษาดังนี้

1.2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพทั่วไป ปัญหา และอุปสรรคต่างๆของผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องปรับอากาศรถยนต์

1.2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ดังนี้

1) การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบการส่งออกผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage ,RCA) ในการศึกษา (Balassa,1989,pp.41-46) เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_I}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA_{ik} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏของการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_i คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ทั่วโลก

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

k คือ สินค้าส่งออก

2) ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Market : CMS) ทำการวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทย

3) ใช้แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) เพื่อวิเคราะห์สภาพแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยแบบจำลอง Diamond Model จะวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Theory-RCA)

เพื่อกำหนดดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกของไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดนำเข้าที่สำคัญ

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA_{ik} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏของการส่งออก เครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศ i

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศ i

X_i คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} คือ มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ทั่วโลก

X_w คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

k คือ เครื่องปรับอากาศรถยนต์

จากสมการข้างต้นแปลความหมายได้ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาค่า RCA

ถ้าค่า RCA > 1 หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศ i ของมูลค่าตลาดโลกของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ มากกว่าส่วนแบ่งตลาดส่งออกรวมของประเทศ i ต่อมูลค่าตลาดส่งออกรวมของโลก แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะเครื่องปรับอากาศรถยนต์ หรือมีความได้เปรียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในทางตรงข้าม

ถ้าค่า RCA < 1 แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ลดลงหรือมีความได้เสียเปรียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดในการอธิบายความหมายของ RCA หลายประการที่ควรคำนึง เช่น RCA ของการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมเป็นหลัก มักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมโดยปกติจะมากกว่าส่งออกสินค้าเกษตร

ถ้าค่า RCA = 1 แสดงว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรืออีกนัยหนึ่งคือประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดโลก

สรุปได้ว่า

ถ้า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ใดของประเทศใดเท่ากับ 1 (RCA = 1) แสดงว่าประเทศนั้นมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกชนิดนั้นเท่ากับประเทศอื่นในตลาดโลกหรือในตลาดที่พิจารณา

ถ้าเวลาผ่านไปค่า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกของประเทศนั้นเพิ่มขึ้น แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น แม้ว่าค่า RCA จะยังคงน้อยกว่า 1

ถ้าเวลาผ่านไปค่า RCA ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศนั้นลดลง แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมากกว่า 1

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งตลาดหมายถึง สัดส่วนของปริมาณการค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งที่ทำการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง แล้วสามารถจำหน่ายได้หมดในตลาด ถ้าสัดส่วนนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตรายนี้จะประสบผลสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น (นิติยา สังขปรีชา 2541:17)

$$q_1/q_2 = f(p_1/p_2)$$

q_1, q_2 = ปริมาณเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกจากประเทศที่ 1 และ 2 มายังตลาดเดียวกัน

p_1, p_2 = ราคาเครื่องปรับอากาศรถยนต์ส่งออกจากประเทศที่ 1 และ 2 มายังตลาดเดียวกัน

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันขายสินค้าที่มีมากซึ่งมาจากปัจจัย คือ ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งตลาดมากๆ คือ การได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ซึ่งกล่าวได้ว่าความได้เปรียบในลักษณะเช่นนี้เป็นความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดจึงสะท้อนความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

2.3 การพิจารณาปัจจัยหรือแหล่งที่มาของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ของไทยในตลาดส่งออก

ในปี ค.ศ.1972 Leamer and Stern ได้ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

$$dq = S^0 dQ + Q^0 dS + dS dQ$$

การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าที่เกิดขึ้นจริงสามารถแสดงได้ดังนี้

$$A_i = \sum_k X_{ijk}^1 - \sum_k X_{ijk}^0$$

โดยกำหนดให้

X = มูลค่าการนำเข้า

j = ประเทศนำเข้า

k = ชนิดสินค้า

0 = ปีฐาน

1 = ปีสุดท้าย

$$W_i = S_i^0 \sum_j \sum_k (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)$$

$$\begin{aligned}
C_i &= \sum_k [s_{ik}^0 \sum_j \sum_l (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - s_i^0 \sum_j \sum_k \sum_l (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0) \\
D_i &= \sum_{j,k} [s_{ijk}^0 \sum_l (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] - \sum_k [s_{ijk}^0 \sum_j \sum_l (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)] \\
P_i &= \sum_{j,k} (s_{ijk}^1 - s_{ijk}^0) - \sum_i X_{ijk}^1 \\
P_i^* &= \sum_{j,k} (s_{ijk}^1 - s_{ijk}^0) \sum_i X_{ijk}^0 \\
P_i - P_i^* &= \sum_{j,k} (s_{ijk}^1 - s_{ijk}^0) \sum_i (X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0)
\end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned}
S_i &= \frac{\sum_{j,k} X_{ijk}}{\sum_i \sum_{j,k} X_{ijk}} \\
&= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศไทยในตลาดนำเข้าที่สำคัญ} \\
S_{ik} &= \frac{\sum_j X_{ijk}}{\sum_{j,k} X_{ijk}} \\
&= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศไทยในตลาดนำเข้าที่สำคัญ} \\
&\quad \text{ของเครื่องปรับอากาศรถยนต์} \\
S_{ijk} &= \frac{X_{ijk}}{\sum_i X_{ijk}} \\
&= \text{ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศไทยในเครื่องปรับอากาศ} \\
&\quad \text{รถยนต์ในตลาดนำเข้าที่สำคัญ} \\
g &= G - 1 \\
&= \left(\frac{\sum_i \sum_{j,k} X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_{j,k} X_{ijk}^0} \right) - 1 \\
&= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้ารวมของตลาดนำเข้าที่สำคัญ} \\
g_k &= G_k - 1 \\
&= \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) - 1 \\
&= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้าของนำเข้าที่สำคัญในเครื่องปรับ} \\
&\quad \text{อากาศรถยนต์} \\
g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\
&= \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) - 1 \\
&= \text{อัตราการขยายตัวของการนำเข้าในเครื่องปรับอากาศรถยนต์} \\
&\quad \text{ในตลาดนำเข้าที่สำคัญ} \\
g_{jk}^* &= 1 - G_{jk}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= 1 - [1 / (\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0)] \\
&= 1 - (\sum_i X_{ijk}^0 / \sum_i X_{ijk}^1) \\
&= \text{ส่วนกลับของอัตราขยายตัวของการนำเข้าใน} \\
&\quad \text{เครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดนำเข้าที่สำคัญ}
\end{aligned}$$

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ทำการวิเคราะห์เป็นรายสินค้าและรายประเทศ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1. ผลจากการขยายตัวของการนำเข้าของตลาดนำเข้าที่สำคัญ
2. ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง
3. ผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0 &= [G_k X_{ijk}^0 - X_{ijk}^0] + [G_{jk}^* X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0] \\
&\quad + \{X_{ijk}^1 - (G_{jk} X_{ijk}^0)\} - \{(G_{jk}^* X_{ijk}^1) - X_{ijk}^0\}
\end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

X = มูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยนต์

i = ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทย

j = ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของประเทศไทย

k = เครื่องปรับอากาศยนต์ที่ทำการศึกษา

0 = ช่วงปีฐาน

1 = ช่วงปีพิจารณา

G_k = สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยนต์ทั้งหมด
ในตลาดนำเข้าสำคัญในปีสุดท้ายต่อการนำเข้าในปีฐาน

$$= (\sum_{i,j} X_{ijk}^1 / \sum_{i,j} X_{ijk}^0)$$

G_{jk} = สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยนต์
ในตลาดนำเข้าสำคัญในปีสุดท้ายต่อการนำเข้าในปีฐาน

$$= (\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0)$$

G_{jk}^* = ส่วนกลับของ G_{jk}

$$= (\sum_i X_{ijk}^0 / \sum_i X_{ijk}^1)$$

จากสมการของแบบจำลอง CMS อธิบายได้ว่า

1. $X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0$ คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของตลาดนำเข้าสำคัญ จากประเทศไทยจากช่วงเวลา $t = 0$ ไปสู่ช่วงเวลา t

กล่าวคือการส่งออกของเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศส่งออกขยายตัวในอัตราเดียวกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อแล้ว ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศส่งออกในตลาดจะคงที่

2. $[G_{jk}X_{ijk}^0 - X_{ijk}^0]$ คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ ของประเทศนำเข้าสำคัญจากประเทศไทย จากช่วงเวลา $t = 0$ ไปสู่ช่วงเวลา $t = 1$ เนื่องจากการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศนำเข้าสำคัญ (General World Trade Expansion) โดยผลกระทบที่มาจาก การขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ และผลกระทบที่มาจาก การกระจายตัวของตลาดเป็นผลกระทบภายนอก ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถควบคุมได้ ปัจจัยที่กำหนดผลกระทบทั้งสองนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลเนื่องมาจากอุปสงค์ของประเทศนำเข้าเป็นสำคัญ

3. $[(G^*_{jk}X^1_{ijk}) - X^0_{ijk}]$ คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ ของประเทศนำเข้าสำคัญจากประเทศไทย จากช่วงเวลา $t = 0$ ไปสู่ช่วงเวลา $t = 1$ เนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness or share Effect) ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกจริงกับการขยายตัวของการส่งออกที่คาดไว้ เพื่อให้ประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิมในสินค้าส่งออกในตลาดผู้นำเข้าสำคัญ

ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นบวก หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ มีค่าเพิ่มขึ้น

ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นลบ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ มีค่าลดลง หรือชี้ให้เห็นว่าการส่งออกเริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

4. $\{[X^1_{ijk} - (G_{jk}X^0_{ijk})] - [(G^*_{jk}X^1_{ijk}) - X^0_{ijk}]\}$ คือ ผลกระทบร่วมหรือผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) ซึ่งผลกระทบร่วมนี้จะสะท้อนให้เห็นประเทศส่งออก อาจใช้ความพยายามการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว หรือ ลดการส่งออกไปตลาดที่ขยายตัว

ถ้าผลกระทบร่วมมีค่าเป็นบวก หมายถึง การส่งเสริมการส่งออกกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว

ถ้าผลกระทบร่วมมีค่าเป็นลบ หมายถึง ประเทศไทยอาจใช้ความพยายามขยาย การส่งออกไปยังตลาดนำเข้าสำคัญที่หดตัว หรือลดการส่งออกไปในตลาดนำเข้าสำคัญที่ขยายตัวซึ่ง เป็นการขยายการส่งออกที่ผิดทิศทาง

ทั้งผลกระทบอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันและผลกระทบร่วมเป็น ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยภายในเป็นหลัก โดยปัจจัยสำคัญที่กำหนดผลกระทบทั้ง 2 นี้ มาจาก ปัจจัยทางด้าน อุปทาน เช่น ความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต เทคโนโลยีการผลิต และ ปัจจัยจากการสนับสนุนของรัฐบาลด้านการส่งออกหรือที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการส่งออกในที่นี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth effect) คือ ผลจากการ ขยายตัวของตลาดนำเข้าสำคัญ เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่ ทำการศึกษาของประเทศไทยไปยังประเทศนำเข้าสำคัญ ถ้าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่ การศึกษาของประเทศไทย ขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศ นำเข้าสำคัญ แสดงว่าส่วนตลาดของการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศนำเข้าสำคัญ คงที่

2. ผลจากส่วนประกอบสินค้าส่งออก(Commodity-composition effect) คือ ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด จะสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยใช้ความพยายาม ขยายการส่งออกไปในตลาดนำเข้าสำคัญ ที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปในตลาดนำเข้าสำคัญที่ ขยายตัว ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้นผลกระทบร่วมจะมีค่าเป็นลบ ซึ่งถ้าออกมาเป็นบวก แสดงว่าประเทศ ไทยขยายตัวการส่งออกไปในตลาดนำเข้าสำคัญที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกในตลาดนำเข้า สำคัญที่หดตัว

3. ผลจากการกระจายตลาด(Market Distribution effect) โดยหากมีค่าเป็นบวก จะชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของตน ไปยังตลาดที่มีอัตราการ ขยายตัวสูงกว่าอัตราการส่งออกเฉลี่ยของโลก และจะมีค่าเป็นลบ ก็ต่อเมื่อประเทศไทยส่งออก เครื่องปรับอากาศรถยนต์ของตน ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการส่งออกเฉลี่ยของ โลก

4. ผลจากการแข่งขัน คือ การที่ประเทศส่งออกสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของ สินค้าชิ้นได้ จากสมการสามารถแยกได้เป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง(Pure Competitiveness effect) คือผลจาก ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของการ

ส่งออกแท้จริง กับการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอจะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิม สำหรับเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่ทำการศึกษาในประเทศนำเข้าสำคัญ ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นบวก หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่ทำการศึกษามีค่าเพิ่มขึ้นและถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นลบ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่ทำการศึกษามีค่าลดลง

4.2 ผลกระทบร่วม (Interaction effect) คือ ผลเนื่องจากการปรับการส่งออก ถูกหรือผิดทิศทาง โดยแสดงให้เห็นว่า ถ้าประเทศไทยขยายการส่งออกในตลาดถูกต้องหรือไม่ ผลจะมีค่าเป็นบวก ถ้าประเทศไทยเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว และจะมีค่าเป็นลบ ถ้าประเทศไทยเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว

2.4 การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมในระดับประเทศของสินค้าที่ส่งออกไปยังตลาดโลก

จาก Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 6 ปัจจัย คือ

1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้ จะมีความหมายอย่างกว้างประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition) ปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ ผู้ซื้อที่รู้จัก อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน อุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและ

ปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมีต้นทุนการผลิตต่ำ

4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต(Firm Strategy, Structure and Rivalry) การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น รวมทั้งสภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก

5. รัฐบาล (Government) โดยการศึกษา นโยบายที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลว่ามีทิศทางที่จะส่งเสริมหรือขัดขวางความได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมการส่งออก

6. เหตุสุควิสัย หรือ โอกาส(Chance) การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ส่วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเก็บรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยข้อมูลผู้ประกอบการได้ทำการเก็บรวบรวมจาก กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และอินเทอร์เน็ต

สำหรับข้อมูลและมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกของประเทศไทยได้ทำการเก็บรวบรวมจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของหน่วยงานราชการต่างๆที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อมูลการค้าและมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์การการค้าโลก(WTO) และGlobal Trade Atlas (<http://www.gtis.com>) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกของแต่ละประเทศในตลาดโลก โดยสามารถ

สืบค้นข้อมูลได้ที่ห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Library) ของกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

โดยนำข้อมูลของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ ได้แก่ มูลค่าการส่งออก การค้าระหว่างประเทศ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมทั้งลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษานำมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis)

การศึกษาถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย ด้วยเครื่องมือในการวิเคราะห์

4.2.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

1) การวิเคราะห์ค่า RCA ในตลาดโลก โดยวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในตลาดโลก ซึ่งจะพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ทั้งหมดในตลาดโลก พร้อมทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่า RCA กับประเทศคู่แข่งในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก

2) การวิเคราะห์ค่า RCA ในตลาดส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่สำคัญของไทย โดยวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในตลาดที่เป็นประเทศคู่ค้า ซึ่งจะพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ทั้งหมดไปยังประเทศคู่ค้า พร้อมทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่า RCA กับประเทศที่เป็นคู่แข่ง

4.2.2 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

การวิเคราะห์ถึงปัจจัยหรือแหล่งที่มาของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในตลาดโลกและตลาดประเทศคู่ค้า จะพิจารณาดูว่าที่ใดต้องการการศึกษา ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของ

ไทยประกอบด้วย ผลจากอัตราการขยายตัวการส่งออกของตลาดโลกโดยเฉลี่ย ผลจาก
ส่วนประกอบของสินค้าส่งออก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากความสามารถในการ
แข่งขัน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ประการ คือ 1) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย 3) ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย 4) ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

ผลการศึกษาระเบียงออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าที่สำคัญ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยในตลาดโลกและตลาดคู่ค้าที่สำคัญ

ได้แก่ ตลาดโลก สาธารณรัฐเช็ก สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ สเปน ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย เบลเยียม อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ ฮังการี และญี่ปุ่น

การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 โดยใช้เครื่องมือดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือดัชนี RCA ในการวิเคราะห์ นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยแยกเป็นตลาดโลก ตลาดส่งออก

สำคัญของโลก คือ สาธารณรัฐเช็ก สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ และสเปน และตลาดที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดคือ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย บราซิล อาร์เจนตินา ตุรกี ฟิลิปปินส์ ฮองกง และญี่ปุ่น

1.1 ตลาดโลก

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.1 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 2 รองลงมาจากประเทศสาธารณรัฐเช็ก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 คือ 1.208, 1.082, 1.333, 2.545, 2.457 และ 1.784 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่ง พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มี RCA เป็นลำดับที่ 1 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในตลอดช่วงปี พ.ศ.2544 -2554 คือ 5.427, 4.050, 4.774, 12.089, 26.823, 27.923, 23.222, 21.801, 22.989, 22.339 และ 21.233 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก และแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศคู่แข่งที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA เพิ่มขึ้นตลอดช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ซึ่งมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 1.003, 1.332, 1.473, 1.486, 1.190, 1.403 และ 1.629 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ประเทศสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์ แนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกลดลง เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง มีทั้งช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก และไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก ประเทศสหรัฐอเมริกามี มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ.2551 คือ 0.969 และปี พ.ศ.2554 คือ 0.854 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก

เครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2550 และช่วงปี พ.ศ.2552-2553 คือ 2.731, 2.640, 2.322, 2.049, 1.809, 1.405, 1.289, 1.072, และ 1.068 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก สำหรับประเทศเนเธอร์แลนด์มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 คือ 1.426, 1.031 และ 1.210 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก หลังจากนั้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

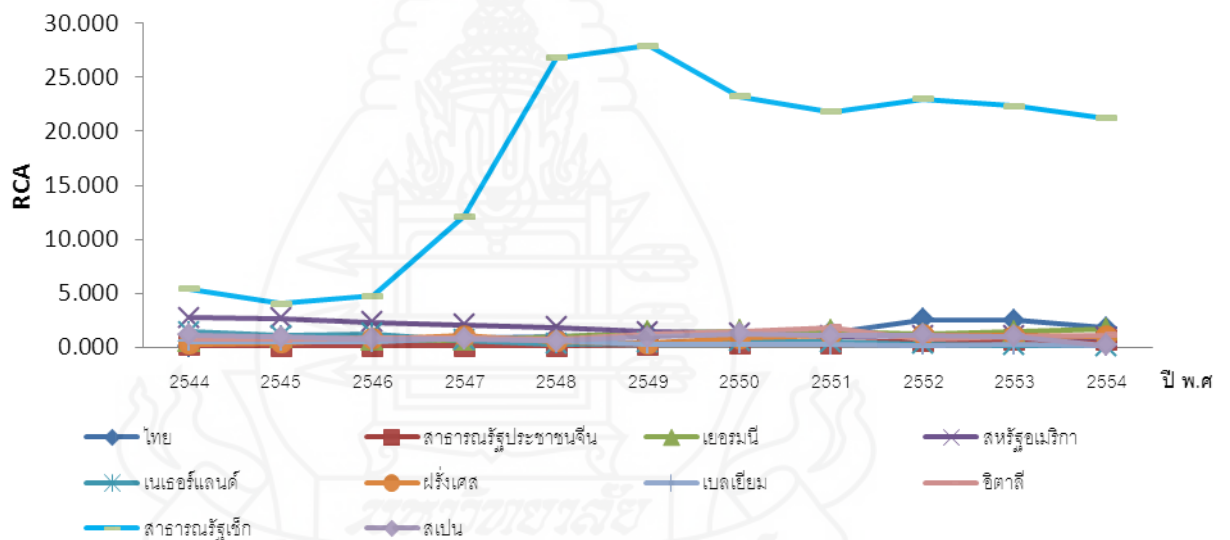
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.080	0.144	0.229	0.850	0.968	1.208	1.082	1.333	2.545	2.457	1.784
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.181	0.121	0.099	0.110	0.116	0.218	0.288	0.326	0.568	0.640	0.616
3 เยอรมนี	0.536	0.879	0.709	0.624	1.003	1.332	1.473	1.486	1.190	1.403	1.629
4 สหรัฐอเมริกา	2.731	2.640	2.322	2.049	1.809	1.405	1.289	0.969	1.072	1.068	0.854
5 เนเธอร์แลนด์	1.426	1.031	1.210	0.640	0.271	0.384	0.500	0.443	0.270	0.165	0.132
6 ฝรั่งเศส	0.299	0.410	0.768	1.052	0.512	0.347	0.829	1.103	1.146	1.070	1.004
7 เบลเยียม	0.503	0.501	0.436	0.845	0.578	0.298	0.277	0.228	0.175	0.197	0.161
8 อิตาลี	0.758	0.678	0.830	0.856	0.727	1.172	1.401	1.846	0.781	0.980	1.114
9 สาธารณรัฐเช็ก	5.427	4.050	4.774	12.089	26.823	27.923	23.222	21.801	22.989	22.339	21.233
10 สเปน	1.115	0.969	0.785	0.777	0.606	0.935	1.224	1.031	1.113	1.002	0.155

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.2 และ ก.3

สำหรับประเทศฝรั่งเศส ประเทศอิตาลี และประเทศสเปน ทั้งสามประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ที่ไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่พิจารณา มีทั้งช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก และไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก ประเทศฝรั่งเศสมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 คือ 1.052, 1.103, 1.146, 1.070 และ 1.004 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก ประเทศอิตาลีมีค่า RCA น้อยกว่า 1

ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 และในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2549-2551 และในปี พ.ศ.2554 คือ 1.172, 1.401, 1.846 และ 1.114 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก และประเทศสเปนมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2545-2549 และในปี พ.ศ.2554 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2544 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2553 และ คือ 1.115, 1.224, 1.031, 1.113 และ 1.002 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศเบลเยียม มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงปี แสดงว่าทั้งสองประเทศไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก



ภาพที่ 4.1 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกในปี พ.ศ. 2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.2 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 8 ในตลาดโลก รองจาก

สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี ฝรั่งเศส และสเปน โดยมีทิศทางแนวโน้มมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเพิ่มขึ้นและไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 คือ 0.09, 0.17, 0.27, 0.97, 1.12, 1.45, 1.40, 1.66, 3.40, 3.46 และ 2.57 ตามลำดับสรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดโลกในช่วงเวลาดังกล่าว

ตารางที่ 4.2 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

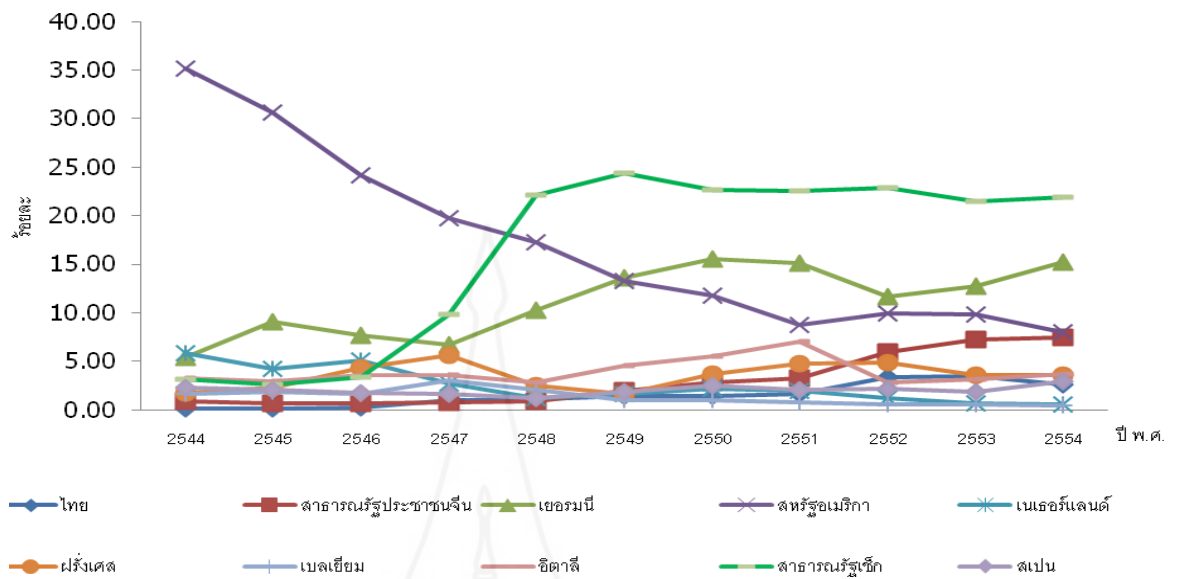
หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.09	0.17	0.27	0.97	1.12	1.45	1.40	1.66	3.40	3.46	2.57
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.85	0.66	0.62	0.78	0.93	1.94	2.79	3.26	6.00	7.29	7.44
3 เยอรมนี	5.40	9.06	7.67	6.72	10.28	13.59	15.50	15.09	11.71	12.75	15.25
4 สหรัฐอเมริกา	35.14	30.60	24.17	19.78	17.22	13.27	11.77	8.74	9.96	9.85	8.03
5 เนเธอร์แลนด์	5.82	4.21	5.14	2.71	1.16	1.64	2.20	1.98	1.18	0.68	0.55
6 ฝรั่งเศส	1.70	2.28	4.32	5.63	2.50	1.58	3.69	4.77	4.88	3.60	3.55
7 เบลเยียม	1.69	1.81	1.60	3.07	2.04	1.00	0.95	0.76	0.57	0.58	0.49
8 อิตาลี	3.26	2.89	3.58	3.59	2.86	4.50	5.57	7.05	2.80	3.16	3.71
9 สาธารณรัฐเช็ก	3.19	2.61	3.34	9.87	22.10	24.42	22.68	22.50	22.87	21.45	21.90
10 สเปน	2.29	2.03	1.76	1.68	1.23	1.84	2.47	2.04	2.23	1.84	2.91
รวม 10 ประเทศ	59.43	56.31	52.46	54.81	61.45	65.24	69.00	67.85	65.60	64.66	66.41
อื่นๆ	40.57	43.69	47.54	45.19	38.55	34.76	31.00	32.15	34.40	35.34	33.59
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดโลกพบว่า สาธารณรัฐเช็กเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากที่สุด คือ 21.90 ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 และมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตลอดทุกช่วงปี พ.ศ. 2544-2553 คือ 3.19, 2.61, 3.34, 9.87, 22.10, 24.42, 22.68, 22.50, 22.87 และ 21.45 แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ประเทศเยอรมนีมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดโลก แต่ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลาที่พิจารณา คือ 5.40, 9.06, 7.67, 6.72, 10.28, 13.59, 15.50, 15.09, 11.71, 12.75 และ 15.25 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดโลก



ภาพที่ 4.2 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศสหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 3 ในตลาดโลก มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 35.14, 30.60, 24.17, 19.78, 17.22, 13.27, 11.77, 8.74, 9.96, 9.85 และ 8.03 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกในตลาดโลกลดลง

ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศเบลเยียม ทั้งสองประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณาและมีแนวโน้มลดลง แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดโลกลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศฝรั่งเศส ประเทศอิตาลีและประเทศสเปน ทั้งสี่ประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

1.2 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย

1.2.1 ตลาดออสเตรเลีย

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.3 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 คือ 1.397, 3.575, 17.053, 19.579 และ 16.497 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และช่วงปี พ.ศ.2548-2550 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่ง พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มี RCA เป็นลำดับที่ 2 พบว่ามีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ที่ไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา ซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2545 และในปี พ.ศ.2551 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2546 -2550 และปี พ.ศ. 2552-2554 คือ 1.155, 2.024, 4.102, 1.390, 8.314, 4.911,1.007 และ12.122 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศสาธารณรัฐเช็ก แนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 ซึ่งมีค่า RCA มากกว่า 1 และมีทิศทางสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 1.814, 2.242, 2.097, 3.190, 3.427 และ 4.910 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประเทศญี่ปุ่นแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียลดลง เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 5.780, 4.795, 3.705 และ 1.022 ตามลำดับ ต่อจากนั้นในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย

สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย ประเทศอิตาลี และประเทศสเปน ทั้งสี่ประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ที่ไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่พิจารณา มีทั้งช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย และไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย ประเทศสหรัฐอเมริกามี มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2550 และในปี พ.ศ. 2554 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2551-2553 คือ 2.384, 1.647 และ 1.813 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียมีค่า RCA มากกว่า 1 และมีแนวโน้มค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 และช่วงปี พ.ศ.2549-2551 คือ 6.088, 7.842, 4.085, 1.989, 1.492 และ 1.240 ตามลำดับ แสดงว่าในช่วงนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย แต่มีศักยภาพในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลงอย่างต่อเนื่อง สรุปได้ว่าประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

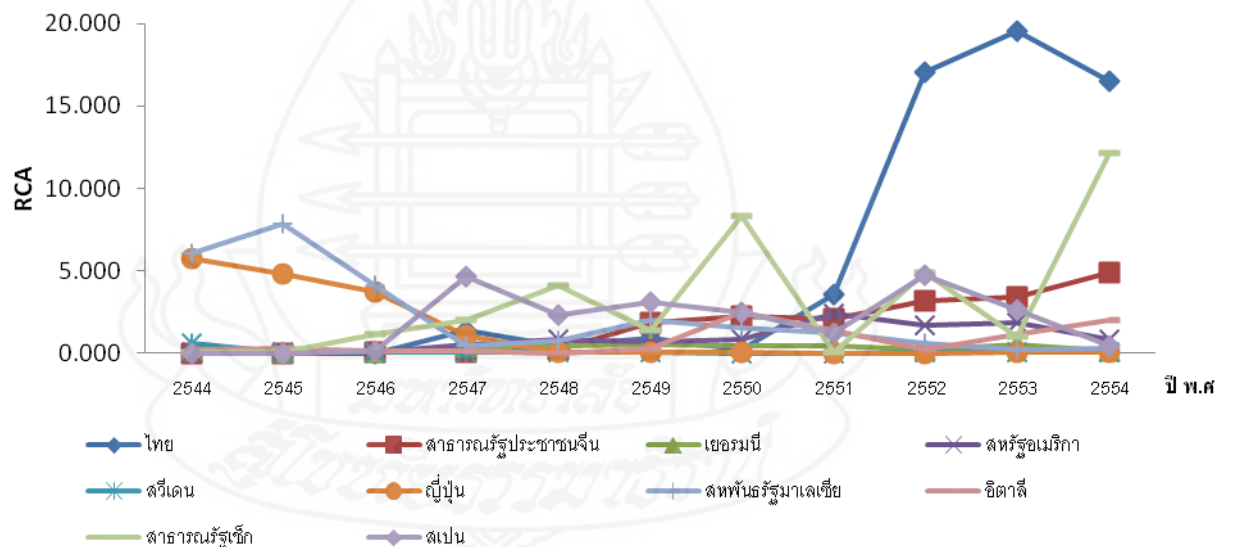
ประเทศอิตาลีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เป็นส่วนมากในหลายๆทุกช่วงปี คือในช่วงปี พ.ศ.2544-2549 และในปี พ.ศ.2552 แสดงว่าไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2550 -2551 และปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 2.474, 1.348, 1.113 และ 2.030 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย สรุปได้ว่าประเทศอิตาลีไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประเทศสเปน มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และในปี พ.ศ.2554 แสดงว่าในช่วงนั้นสเปนไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย และสเปนมีค่า RCA มากกว่า 1 เป็นส่วนมากในหลายๆทุกช่วงปี คือช่วงปี พ.ศ.2547 -2553 คือ 4.628, 2.299, 3.073, 2.429, 1.195, 4.726 และ 2.633 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาโดยรวม สรุปได้ว่าประเทศสเปนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.001	1.397	0.433	0.935	0.215	3.575	17.053	19.579	16.497
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.007	0.063	0.240	1.814	2.242	2.097	3.190	3.427	4.910
3 เยอรมนี	0.105	0.012	0.068	0.339	0.438	0.537	0.426	0.422	0.200	0.527	0.086
4 สหรัฐอเมริกา	0.020	0.079	0.049	0.476	0.847	0.645	0.790	2.384	1.647	1.813	0.827
5 สวีเดน	0.584	0.009	0.038	0.037	0.024	0.076	0.004	0.006	0.007	0.027	0.019
6 ญี่ปุ่น	5.780	4.795	3.705	1.022	0.066	0.010	0.014	0.006	0.000	0.008	0.014
7 สหพันธรัฐมาเลเซีย	6.088	7.842	4.085	0.463	0.711	1.989	1.492	1.240	0.612	0.174	0.271
8 อิตาลี	0.215	0.307	0.131	0.085	0.003	0.244	2.474	1.348	0.176	1.113	2.030
9 สาธารณรัฐเช็ก	0.010	0.040	1.155	2.024	4.102	1.390	8.314	0.013	4.911	1.007	12.122
10 สเปน	0.000	0.000	0.114	4.628	2.299	3.073	2.429	1.195	4.726	2.633	0.474

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.4 และ ก.5



ภาพที่ 4.3 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

สำหรับประเทศเยอรมนีและประเทศสวีเดน พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงปีที่พิจารณา และมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ไม่ต่อเนื่องแสดงว่าทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดออสเตรเลีย

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.4 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดออสเตรเลีย รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีทิศทางแนวโน้มมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเพิ่มขึ้นและไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2554 คือ 0.01, 9.27, 3.38, 6.14, 13.4, 17.96, 54.89, 54.57 และ 38.06 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดออสเตรเลียในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดออสเตรเลียพบว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งในตลาดออสเตรเลียมากที่สุด คือ 48.49 ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 และมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 คือ 0.09, 1.51, 6.57, 37.04 และ 40.91 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 ส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็น 29.33 และ 24.85 ก่อนที่จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2553-2554 คือ 27.76 และ 48.49 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประเทศสหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 3 ในตลาดออสเตรเลีย แต่ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 0.36, 1.72, 1.23, 17.95, 32.67, 16.97, 15.35, 33.31, 12.17, 11.76 และ 6.62 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกในตลาดออสเตรเลีย แม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ประเทศญี่ปุ่น มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงตลอดไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 73.58, 66.26, 70.46, 32.68, 2.02, 0.19, 0.20, 0.07, 0.00, 0.04 และ 0.08 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดออสเตรเลียลดลง

ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2545 มีทิศทางส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

คือ 20.70 และ 27.44 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2546-2554 มีทิศทางเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในออสเตรเลียลดลง แสดงว่าประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

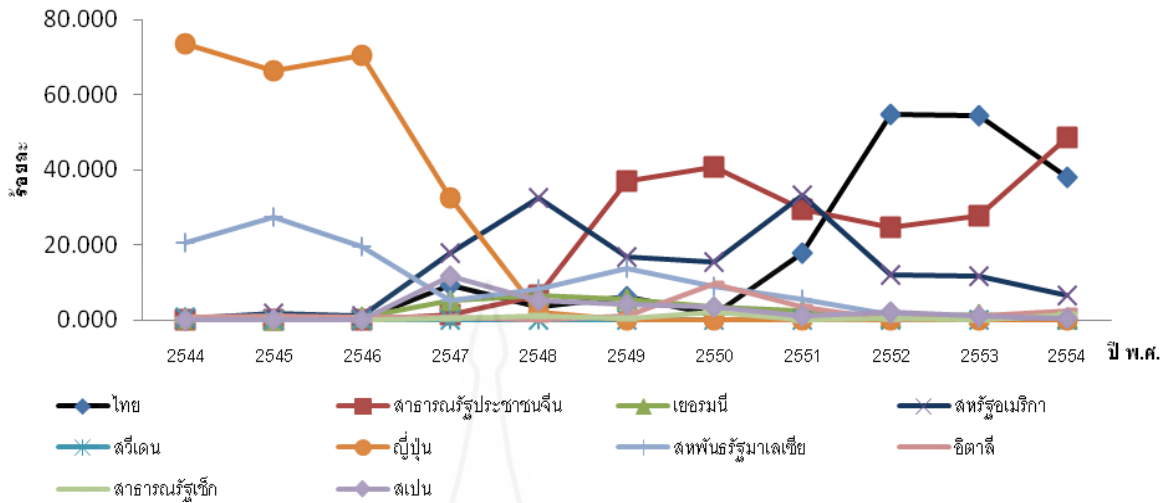
ประเทศเยอรมนี ประเทศสวีเดน ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศสเปน ทั้งห้าประเทศมีทิศทางเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณาและมีแนวโน้มลดลง แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.01	9.27	3.38	6.14	1.34	17.96	54.89	54.57	38.06
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	0.09	1.51	6.57	37.04	40.91	29.33	24.85	27.76	48.49
3 เยอรมนี	0.56	0.08	0.62	5.22	6.65	5.43	3.39	2.56	0.66	1.63	0.29
4 สหรัฐอเมริกา	0.36	1.72	1.23	17.95	32.67	16.97	15.35	33.31	12.17	11.76	6.62
5 สวีเดน	0.67	0.01	0.08	0.12	0.08	0.20	0.01	0.01	0.00	0.02	0.01
6 ญี่ปุ่น	73.58	66.26	70.46	32.68	2.02	0.19	0.20	0.07	0.00	0.04	0.08
7 สหพันธรัฐมาเลเซีย	20.70	27.44	19.70	5.21	8.43	13.62	8.97	5.72	1.33	0.39	0.65
8 อิตาลี	0.63	1.08	0.65	0.72	0.02	1.16	9.53	3.58	0.22	1.18	2.46
9 สาธารณรัฐเช็ก	0.00	0.00	0.13	0.56	1.05	0.33	2.08	0.00	0.36	0.09	1.37
10 สเปน	0.00	0.00	0.14	11.75	5.34	4.32	3.47	1.14	2.08	1.14	0.30
รวม 10 ประเทศ	96.50	96.59	93.10	85.01	66.22	85.42	85.26	93.69	96.55	98.57	98.33
อื่นๆ	3.50	3.41	6.90	14.99	33.78	14.58	14.74	6.31	3.45	1.43	1.67
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.4



ภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.2 ตลาดแอฟริกาใต้

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.5 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 6.495, 20.118, 31.377, 26.056, 24.039, 30.851 และ 28.582 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งพบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศแคนาดามีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 2 และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลาที่ยกมา มีทั้งช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ และไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ กล่าวคือ มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2545 ,ในช่วงปี พ.ศ.2547-2548 และในช่วงปี พ.ศ.2551-2552 แสดงว่าในช่วงเวลานั้นแคนาดาไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2546 ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2550 และในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 14.535, 2.238, 2.764, 3.201 และ 10.210 ตามลำดับ

ซึ่งเป็นช่วงที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้สรุปได้ว่าประเทศแคนาดาแนวโน้มน่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้เพิ่มขึ้น

ประเทศเยอรมนี มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 3 และตั้งแต่ปี 2545 เริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้ เพราะค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้ ได้แก่ 1.813, 1.294, 1.842, 2.230, 2.942, 2.841, 9.189, 12.957, 8.941 และ 8.255 มีเพียงปี พ.ศ.2544 ที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่า ประเทศเยอรมนีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศฝรั่งเศส และประเทศญี่ปุ่น ทั้งสามประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เกือบทุกช่วงเวลาที่ยกมา แสดงว่าส่วนมากทั้งสามประเทศไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้ แม้ว่ามีบางปีที่มีค่า RCA มากกว่า 1 นั้นแสดงว่าในปีนั้นๆ ทั้งสามประเทศได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้ เมื่อพิจารณาภาพรวมสรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้

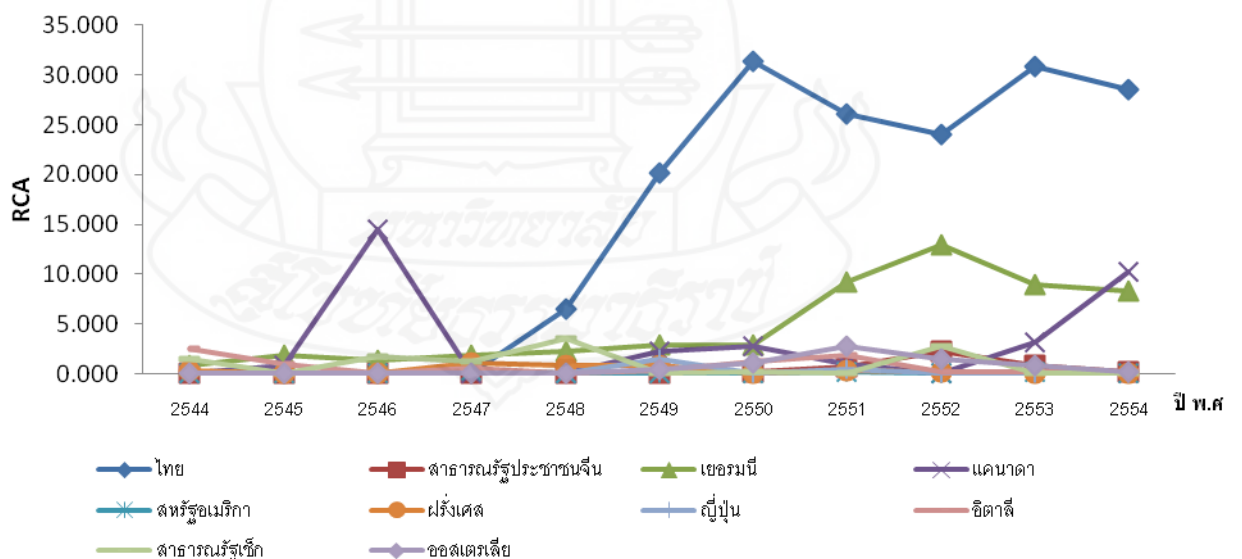
ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาได้ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.008	6.495	20.118	31.377	26.056	24.039	30.851	28.582
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.069	0.002	0.002	0.010	0.253	0.648	2.216	0.776	0.202
3 เยอรมนี	0.885	1.813	1.294	1.842	2.230	2.942	2.841	9.189	12.957	8.941	8.255
4 แคนาดา	0.000	0.873	14.535	0.053	0.000	2.238	2.764	0.922	0.000	3.201	10.210
5 สหรัฐอเมริกา	0.021	0.023	0.109	0.264	0.099	0.009	0.111	0.138	0.061	0.155	0.097
6 ฝรั่งเศส	0.345	0.000	0.000	1.056	0.784	0.781	0.021	0.320	0.194	0.012	0.039
7 ญี่ปุ่น	0.009	0.017	0.021	0.006	0.034	1.496	0.004	0.396	0.022	0.006	0.027
8 อิตาลี	2.560	0.936	0.000	0.575	0.014	0.315	1.259	1.904	0.188	0.163	0.229
9 สาธารณรัฐเช็ก	1.498	0.000	1.716	1.181	3.587	0.000	0.137	0.000	2.792	0.007	0.043
10 ออสเตรเลีย	0.114	0.077	0.038	0.072	0.000	0.511	1.056	2.763	1.438	0.849	0.214

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.6 และ ก.7

ประเทศสหรัฐอเมริกามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลาที่พิจารณา แสดงว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้

ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศออสเตรเลีย ทั้งสามประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA ที่ไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลาที่พิจารณา มีบางช่วงเวลาที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ และบางช่วงเวลาที่ไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ ดังนี้ ประเทศอิตาลีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2545-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2544 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2551 คือ 2.560, 1.259 และ 1.904 ตามลำดับ ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 ในช่วงปี พ.ศ.2546-2548 และในปี พ.ศ.2552 คือ 1.498, 1.716, 1.181, 3.587 และ 2.792 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2545 ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2551 และในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 ประเทศออสเตรเลียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2550-2552 คือ 1.056, 2.763 และ 1.438 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าทั้งสามประเทศในหลายๆ ช่วงปีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้



ภาพที่ 4.5 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.6 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดแอฟริกาใต้ รองจากเยอรมนี โดยในช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 0.003, 19.37, 36.75 และ 52.09 ตามลำดับ โดยในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย แต่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกครั้ง คือ 26.66, 21.47, 33.66 และ 34.39 ตามลำดับ แม้ว่าจะเพิ่มไม่สูงเท่าในปี พ.ศ. 2550 แต่สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดแอฟริกาใต้มากที่สุดคือ เยอรมนี ซึ่งในปี พ.ศ.2554 มีส่วนแบ่งเท่ากับ 54.48 และในช่วงของการพิจารณาพบว่าทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ดังนี้ 46.54, 79.99, 53.40, 73.33, 63.08, 42.88, 31.93, 58.40, 64.43, 56.01 และ 54.48 ตามลำดับปี พ.ศ.2544-2554 แต่เมื่อพิจารณาทุกช่วงเวลาที่ทำการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่สัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดมีค่ามากกว่าร้อยละ 50 แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพการส่งออกในตลาดแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น

ประเทศแคนาดามีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 3 ในตลาดแอฟริกาใต้ แต่ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในปี พ.ศ.2546 มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด คือ 24.68 ก่อนที่จะมีการลดลงอย่างรวดเร็วและเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 0.08, 0.00, 2.16, 2.37, 0.49, 0.00, 0.90 และ 3.89 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศแคนาดามีศักยภาพการส่งออกในตลาดแอฟริกาใต้ลดลง

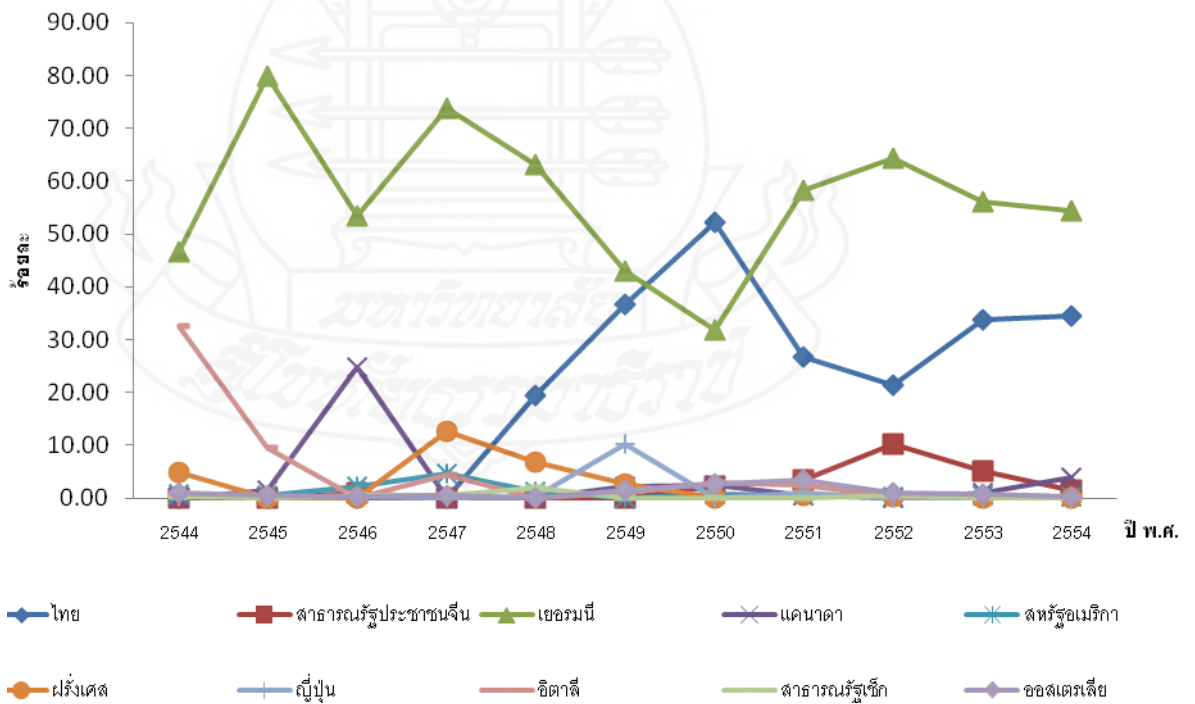
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศออสเตรเลีย มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งเจ็ดประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้
ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.03	19.37	36.75	52.09	26.66	21.47	33.66	34.39
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	1.05	0.03	0.02	0.10	2.20	3.37	10.12	5.20	1.49
3 เยอรมนี	46.54	79.99	53.40	73.73	63.08	42.88	31.93	58.40	64.43	56.01	54.48
4 แคนาดา	0.00	1.52	24.68	0.08	0.00	2.16	2.37	0.49	0.00	0.90	3.89
5 สหรัฐอเมริกา	0.83	0.61	2.29	4.70	1.38	0.07	0.72	0.54	0.17	0.54	0.39
6 ฝรั่งเศส	4.89	0.00	0.00	12.59	6.74	2.74	0.05	0.46	0.22	0.02	0.07
7 ญี่ปุ่น	0.18	0.29	0.31	0.09	0.39	10.12	0.02	1.11	0.03	0.01	0.06
8 อิตาลี	32.51	9.44	0.00	4.49	0.08	1.02	3.05	2.40	0.17	0.18	0.30
9 สาธารณรัฐเช็ก	0.37	0.00	0.53	0.49	1.98	0.00	0.05	0.00	0.44	0.00	0.01
10 ออสเตรเลีย	1.02	0.59	0.25	0.47	0.00	1.47	2.63	3.43	1.07	0.87	0.20
รวม 10 ประเทศ	86.33	92.42	82.51	96.71	93.04	97.31	95.11	96.87	98.11	97.40	95.29
อื่นๆ	13.67	7.58	17.49	3.29	6.96	2.69	4.89	3.13	1.89	2.60	4.71
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.6



ภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้
ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.3 ตลาดญี่ปุ่น

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.7 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 นั่นคือ RCA เท่ากับ 1.128, 1.767, 1.915, 1.348, 1.119, 2.298, 1.827 และ 1.498 แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่น แม้ว่าในบางช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 นั้นหมายถึงในช่วงเวลานั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่น แต่เมื่อพิจารณาค่า RCA ตลอดทุกช่วงเวลาโดยรวม สรุปได้ว่าแนวโน้มของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

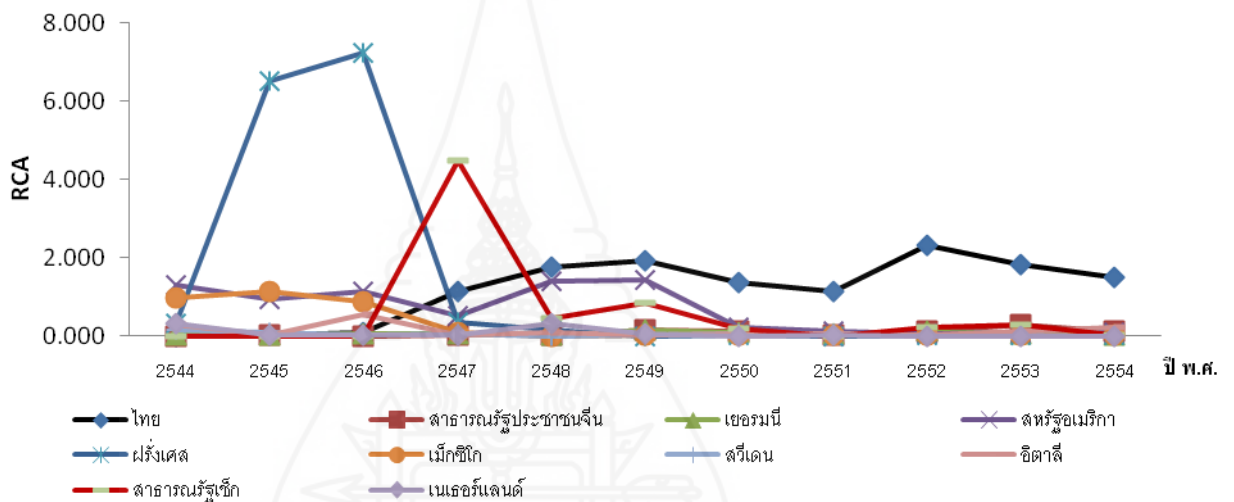
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.005	0.090	1.128	1.767	1.915	1.348	1.119	2.298	1.827	1.498
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.004	0.000	0.002	0.006	0.154	0.128	0.004	0.105	0.277	0.109
3 เยอรมนี	0.004	0.003	0.060	0.040	0.004	0.159	0.083	0.047	0.116	0.058	0.029
4 สหรัฐอเมริกา	1.280	0.922	1.130	0.500	1.401	1.432	0.198	0.129	0.041	0.096	0.068
5 ฝรั่งเศส	0.320	6.512	7.232	0.354	0.162	0.000	0.020	0.000	0.013	0.001	0.001
6 เม็กซิโก	0.969	1.119	0.876	0.095	0.000	0.004	0.006	0.003	0.003	0.023	0.030
7 สวีเดน	0.151	0.076	0.002	0.056	0.000	0.014	0.054	0.052	0.010	0.001	0.000
8 อิตาลี	0.285	0.004	0.537	0.027	0.081	0.004	0.043	0.056	0.004	0.112	0.203
9 สาธารณรัฐเช็ก	0.000	0.000	0.000	4.483	0.443	0.849	0.195	0.000	0.201	0.288	0.001
10 เนเธอร์แลนด์	0.320	0.009	0.004	0.005	0.315	0.059	0.000	0.031	0.000	0.000	0.000

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.8 และ ก.9

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งพบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส ประเทศเม็กซิโก และประเทศสาธารณรัฐเช็ก พบว่าค่า RCA น้อยกว่า 1 เกือบทุกช่วงเวลา และมีบางปีที่มีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าในปีนั้นๆ มีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่น แต่เมื่อพิจารณาค่า RCA ตลอดทุกช่วงเวลาโดยรวม สรุปได้ว่าแนวโน้มของทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเยอรมนี ประเทศสวีเดน ประเทศอิตาลี และประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่าค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลาในช่วง ปี พ.ศ. 2544-2554 นั่นคือทั้งห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่น



ภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.8 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของไทยพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 มีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 0.05, 0.51, 7.39, 13.03, 19.38, 46.49, 64.22 และ 67.33 ก่อนที่จะลดลงในปี พ.ศ.2553 คือ 47.03 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2554 คือ 58.51 ถึงแม้ว่าจะเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าในช่วงแรกแต่เมื่อพิจารณาโดยรวม สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 คือ 0.01, 0.19, 0.00, 0.06, 0.26, 8.63, 23.28, 1.24, 19.03, 42.06 และ 25.98 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าส่วนแบ่งตลาดพบว่าในบางปีที่ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกลดลง สรุปได้ว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่นในลำดับที่ 3 มีทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 คือ 93.05, 53.57, 29.37, 13.02, 37.57, 51.12, 21.69, 24.11, 3.92, 7.33 และ 7.23 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

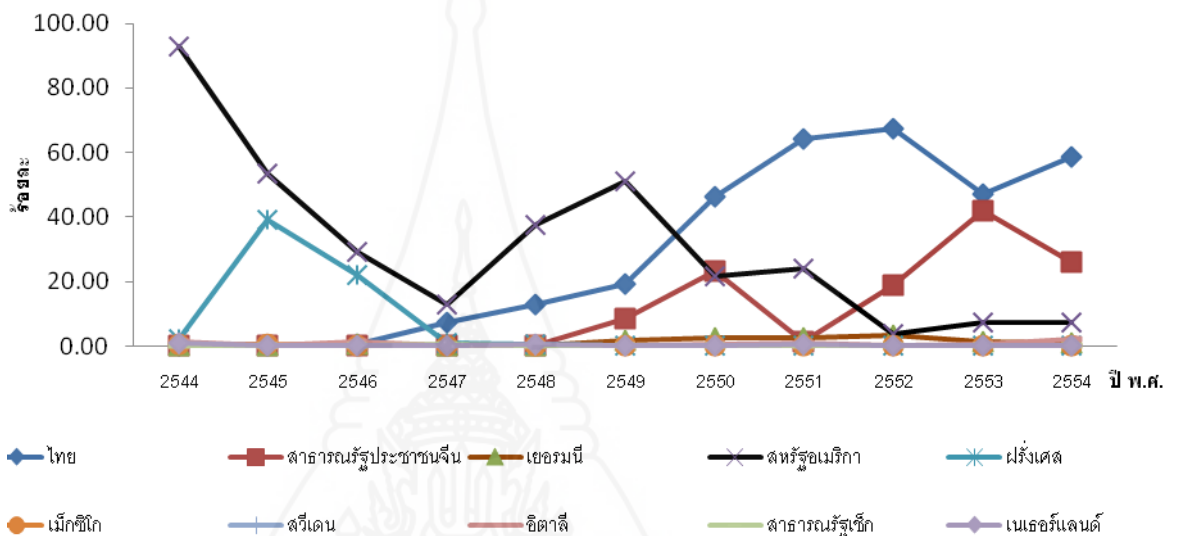
		หน่วย : ร้อยละ										
ประเทศ		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ไทย	0.00	0.05	0.51	7.39	13.03	19.38	46.49	64.22	67.33	47.03	58.51
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.01	0.19	0.00	0.06	0.26	8.63	23.28	1.24	19.03	42.06	25.98
3	เยอรมนี	0.05	0.04	0.40	0.31	0.03	1.64	2.57	2.52	3.30	1.27	0.97
4	สหรัฐอเมริกา	93.05	53.57	29.37	13.02	37.57	51.12	21.69	24.11	3.92	7.33	7.23
5	ฝรั่งเศส	1.99	39.12	22.00	1.16	0.54	0.00	0.28	0.00	0.16	0.01	0.01
6	เม็กซิโก	0.76	0.76	0.26	0.04	0.00	0.00	0.02	0.02	0.01	0.06	0.11
7	สวีเดน	0.41	0.16	0.00	0.06	0.00	0.02	0.19	0.28	0.03	0.00	0.00
8	อิตาลี	1.51	0.02	1.31	0.07	0.22	0.01	0.45	1.00	0.04	0.75	2.14
9	สาธารณรัฐเช็ก	0.00	0.00	0.00	0.50	0.07	0.21	0.17	0.00	0.16	0.19	0.00
10	เนเธอร์แลนด์	0.86	0.02	0.01	0.01	0.43	0.10	0.05	0.39	0.00	0.00	0.00
	รวม 10 ประเทศ	98.65	93.95	53.86	22.62	52.15	81.12	95.20	93.77	93.98	98.70	94.95
	อื่นๆ	1.35	6.05	46.14	77.38	47.85	18.88	4.80	6.23	6.02	1.30	5.05
	รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.8

ประเทศฝรั่งเศสมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่นลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 คือ 1.99, 39.12, 22.00, 1.16, 0.54, 0.00, 0.28, 0.00, 0.16, 0.01 และ 0.01 ตามลำดับ แม้ว่าในปี พ.ศ.2545 ค่าส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเพิ่มขึ้น

เป็น 39.12 แต่หลังจากนั้น ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกลดลง สรุปได้ว่าประเทศฝรั่งเศสมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเยอรมนี ประเทศเม็กซิโก ประเทศสวีเดน ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งหกประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.8 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.4 ตลาดสิงคโปร์

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.9 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 10 รองลงมาจากประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา และได้หวัน ค่า RCA ของไทยในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 มีทิศทางการเพิ่มขึ้นคือ มีค่า RCA เป็น 0.093, 0.440, 1.436 และ 7.785 ตามลำดับ และกลับมีทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 มีค่า 7.410, 4.393 และ 0.066 ตามลำดับ และมีทิศทางการเพิ่มขึ้นและลดลงอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 โดยปรับเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2551-2552 คือ RCA มีค่า 1.592 และ 2.868 ปรับลดในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ RCA มีค่า 0.071 และ 0.005

ในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2552 แต่มีมูลค่าการส่งออกรวมสูงขึ้นมากกว่าปี พ.ศ. 2552 จึงมีผลให้ค่า RCA ลดลงอย่างมาก เมื่อพิจารณาค่า RCA ทุกช่วงปี พบว่าค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มลดลง จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งพบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียมีค่า RCA มากเป็นลำดับที่ 1 โดยค่า RCA ของมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2544-2553 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 มีเพียงปี พ.ศ.2554 ที่มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.198 แสดงว่าประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ในปี พ.ศ.2554 เท่านั้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

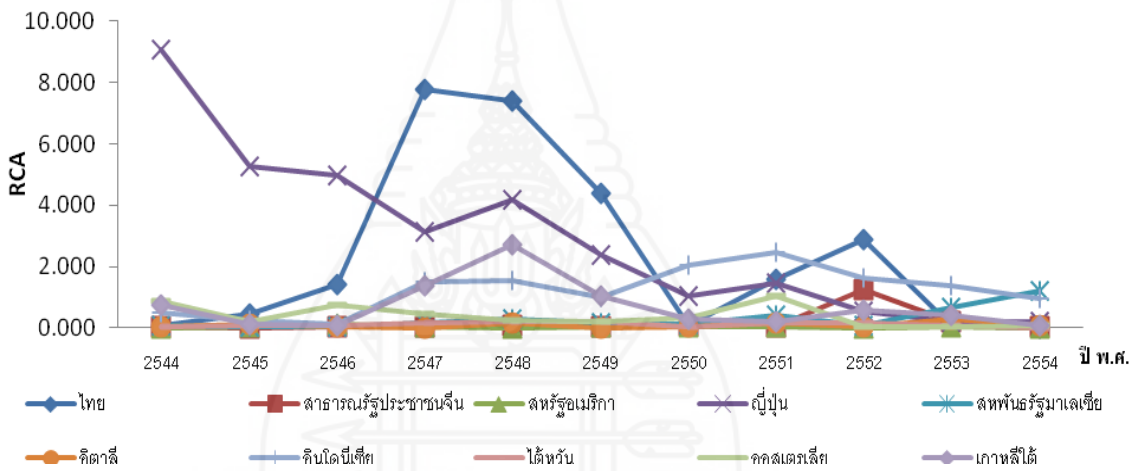
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.093	0.440	1.436	7.785	7.410	4.393	0.066	1.592	2.868	0.071	0.005
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.024	0.000	0.034	0.054	0.071	0.044	0.072	0.047	1.258	0.196	0.037
3 สหรัฐอเมริกา	0.013	0.042	0.119	0.038	0.017	0.061	0.027	0.028	0.013	0.022	0.015
4 ญี่ปุ่น	9.084	5.285	4.978	3.151	4.169	2.361	1.050	1.462	0.549	0.219	0.219
5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.087	0.026	0.030	0.186	0.288	0.169	0.106	0.399	0.065	0.674	1.198
6 อิตาลี	0.027	0.138	0.057	0.000	0.162	0.004	0.050	0.164	0.039	0.303	0.063
7 อินโดนีเซีย	0.491	0.247	0.130	1.508	1.550	1.008	2.066	2.459	1.641	1.390	0.960
8 ใต้หวัน	0.037	0.088	0.084	0.177	0.213	0.205	0.039	0.146	0.175	0.065	0.013
9 ออสเตรเลีย	0.878	0.229	0.757	0.441	0.261	0.222	0.330	1.055	0.023	0.035	0.094
10 เกาหลีใต้	0.770	0.141	0.062	1.380	2.704	1.046	0.287	0.212	0.604	0.405	0.074

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.10 และ ก.11

ประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากเป็นลำดับที่ 2 โดยค่า RCA ของอินโดนีเซียในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นอินโดนีเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2553 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.508, 1.550, 1.008, 2.066, 2.459, 1.641 และ 1.390 ตามลำดับ และมีทิศทางลดลงอีกในปี พ.ศ.2544 คือมีค่า RCA เท่ากับ 0.960 เมื่อพิจารณาค่า RCA ทุกช่วงปี พบว่าค่า RCA ของอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 ใน หลายๆ ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา จึงสรุป

ได้ว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

ประเทศญี่ปุ่น มีค่า RCA มากเป็นลำดับที่ 3 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่า ญี่ปุ่นมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 9.084, 5.285, 4.978, 3.151, 4.169, 2.361, 1.050 และ 1.462 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่า RCA จะพบว่าค่า RCA มีทิศทางแนวโน้มลดลงจนกระทั่งปี พ.ศ.2552-2554 ค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าญี่ปุ่นยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์เพียงแต่มีแนวโน้มสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ให้แก่ประเทศอินโดนีเซียและประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย



ภาพที่ 4.9 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศเกาหลีใต้ มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.380, 2.704 และ 1.046 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 เมื่อพิจารณาค่า RCA ทุกช่วงปี พบว่าค่า RCA ของเกาหลีใต้ มีค่าน้อยกว่า 1 ในหลายๆ ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา จึงสรุปได้ว่าประเทศเกาหลีใต้ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศออสเตรเลีย มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทั้งช่วงปีที่ทำการศึกษา แม้ว่าในบางปีมีค่า RCA มากกว่า 1 กล่าวคือในปี พ.ศ.2552 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีค่า RCA คือ 1.258 และในปี

พ.ศ.2551 ออสเตรเลียมีค่า RCA คือ 1.055 แสดงว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสิงคโปร์ในปีนั้นๆ เท่านั้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

ประเทศอิตาลี ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไต้หวัน มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงปี พ.ศ.2544-2554 สรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.10 และภาพที่ 4.10 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 10 ในตลาดสิงคโปร์ รองมาจากสหพันธรัฐมาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และอิตาลี เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของไทยพบว่า มีทิศทางเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น คือ 0.33, 2.93, 9.28 และ 40.03 ก่อนที่จะลดลงในปี พ.ศ.2548 คือ 31.40 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2549 คือ 33.11 ก่อนที่จะมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดลดลงแต่ไม่ต่อเนื่อง สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย มีทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 คือ 0.87, 0.50, 0.55, 2.59, 3.63, 3.72, 4.79, 10.20, 1.39, 29.10 และ 53.94 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าส่วนแบ่งตลาดพบว่าในบางปีที่ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกลดลง สรุปได้ว่าประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดสิงคโปร์ มีทิศทางเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 คือ 1.78, 1.59 และ 0.77 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2547-2550 คือ 6.67, 6.93, 8.08, 38.40, 28.01, 16.52, 31.01 และ 27.65 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีทิศทางเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลง ในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 คือ 28.01, 16.52, 31.01 และ 27.65 เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์
ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

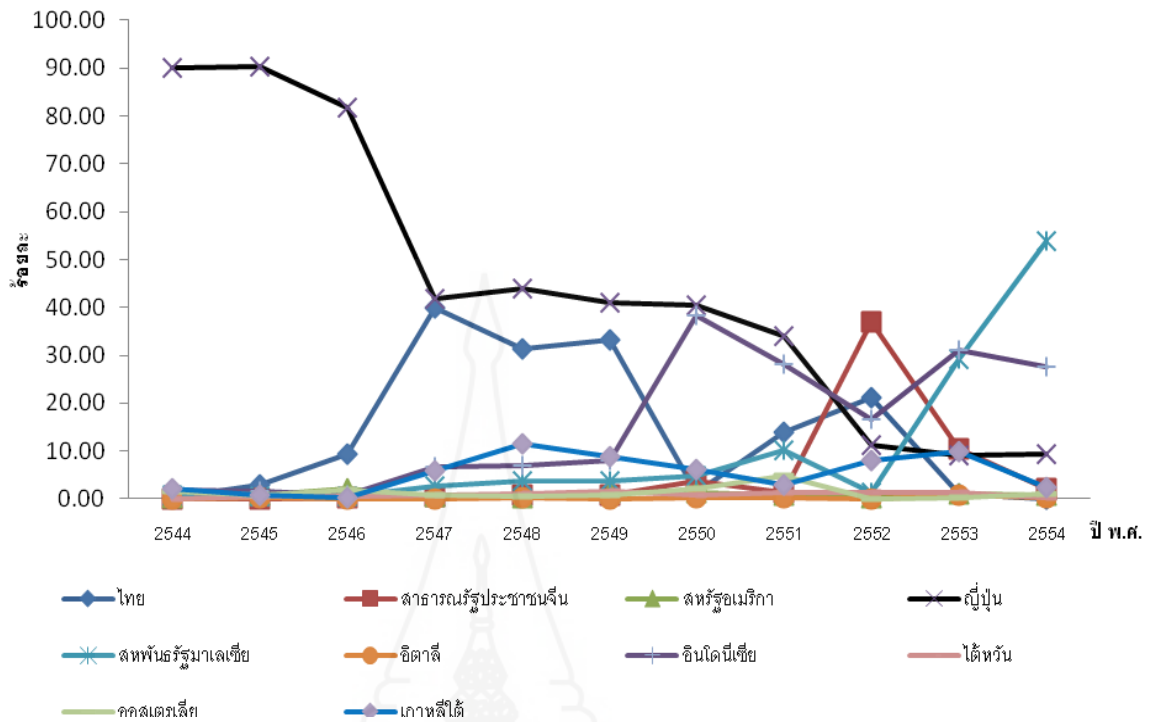
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.33	2.93	9.28	40.03	31.40	33.11	1.20	14.04	21.24	1.04	0.09
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.09	0.00	0.33	0.50	0.68	0.91	3.80	1.33	37.08	10.32	2.06
3 สหรัฐอเมริกา	0.16	0.82	2.18	0.55	0.20	1.31	1.21	0.68	0.28	1.05	0.71
4 ญี่ปุ่น	90.08	90.38	81.66	41.81	43.91	40.95	40.55	34.01	11.15	8.99	9.33
5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.87	0.50	0.55	2.59	3.63	3.72	4.79	10.20	1.39	29.10	53.94
6 อิตาลี	0.03	0.22	0.10	0.00	0.17	0.01	0.21	0.36	0.08	0.90	0.24
7 อินโดนีเซีย	1.78	1.59	0.77	6.67	6.93	8.08	38.40	28.01	16.52	31.01	27.65
8 ใต้หวัน	0.10	0.47	0.46	0.83	0.93	1.63	0.70	1.43	1.41	1.22	0.32
9 ออสเตรเลีย	1.64	0.74	1.89	0.77	0.45	0.69	2.00	4.83	0.10	0.25	0.98
10 เกาหลีใต้	2.12	0.72	0.32	5.76	11.43	8.90	6.07	3.02	8.07	10.03	2.40
รวม 10 ประเทศ	97.20	98.38	97.54	99.52	99.73	99.30	98.93	97.91	97.33	93.91	97.72
อื่นๆ	2.80	1.62	2.46	0.48	0.27	0.70	1.07	2.09	2.67	6.09	2.28
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.10

สำหรับประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 3 ในตลาดสิงคโปร์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 90.08, 90.38, 81.66, 41.81, 43.91, 40.95, 40.55, 34.01, 11.15, 8.99 และ 9.33 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2552 คือ 0.09, 0.00, 0.33, 0.50, 0.68, 0.91, 3.80, 1.33 และ 37.08 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็น 10.32 และ 2.06 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอิตาลี ประเทศใต้หวัน ประเทศออสเตรเลีย และประเทศเกาหลีใต้ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.10 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.5 ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ของประเทศต่างๆในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.11 และภาพที่ 4.11 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 5 รองลงมาจากเยอรมนี สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่นและอินโดนีเซีย ไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 2.095 และ 1.562 ตามลำดับ กล่าวคือประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 เท่านั้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งพบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศเยอรมนีมีค่า RCA มากเป็นลำดับที่ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 คือ 1.668, 1.284, 1.131, 1.652 และ 1.874 และกลับมีทิศทางที่ลดลงในช่วงปี พ.ศ.2549-2551 ซึ่งพบว่ามีค่า RCA น้อย

กว่า 1 และในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 มีการปรับค่า RCA ไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.661, 1.627 และ 2.158 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศเยอรมนีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

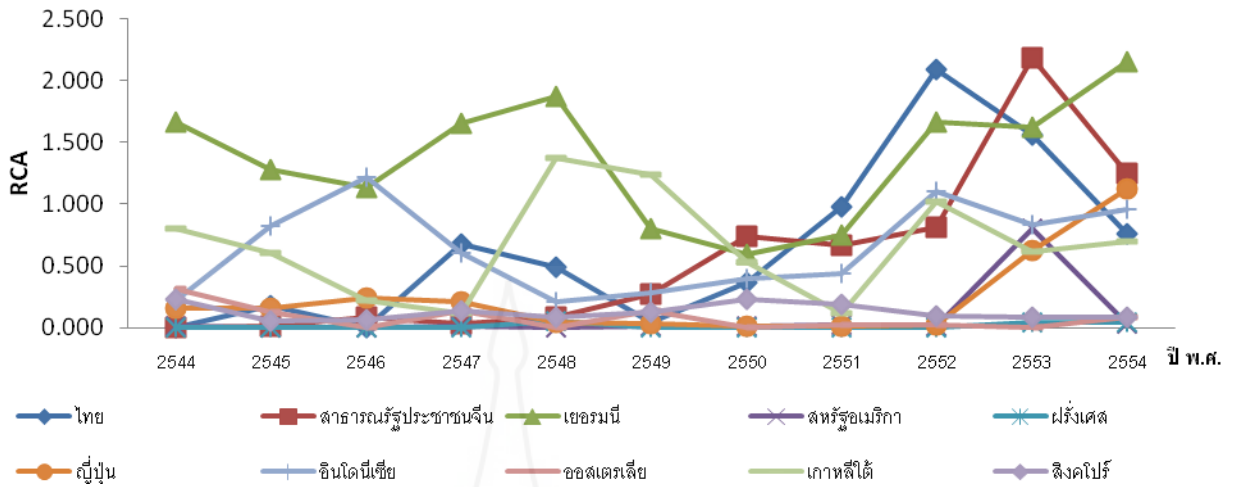
ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.006	0.174	0.001	0.679	0.491	0.043	0.367	0.984	2.095	1.562	0.757
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.015	0.084	0.037	0.081	0.272	0.742	0.668	0.809	2.184	1.247
3 เยอรมนี	1.668	1.284	1.131	1.652	1.874	0.803	0.591	0.745	1.661	1.627	2.158
4 สหรัฐอเมริกา	0.014	0.003	0.000	0.008	0.000	0.015	0.008	0.025	0.015	0.801	0.029
5 ฝรั่งเศส	0.000	0.000	0.000	0.000	0.054	0.000	0.000	0.000	0.000	0.040	0.048
6 ญี่ปุ่น	0.156	0.159	0.244	0.206	0.041	0.028	0.007	0.016	0.018	0.625	1.129
7 อินโดนีเซีย	0.215	0.820	1.219	0.603	0.211	0.278	0.392	0.441	1.108	0.834	0.959
8 ออสเตรเลีย	0.314	0.123	0.000	0.138	0.000	0.139	0.000	0.021	0.018	0.000	0.080
9 เกาหลีใต้	0.805	0.608	0.223	0.120	1.372	1.244	0.529	0.111	1.019	0.619	0.694
10 สิงคโปร์	0.225	0.056	0.067	0.132	0.083	0.129	0.230	0.185	0.094	0.086	0.081

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.12 และ ก.13

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเกาหลีใต้มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง แม้ว่าในบางปี มีค่า RCA มากกว่า 1 กล่าวคือ ในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีค่า RCA คือ 2.184 และ 1.247 ตามลำดับ และมีแนวโน้มมีค่า RCA มากกว่า 1 เพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ.2554 ญี่ปุ่นมีค่า RCA คือ 1.129 ในปี พ.ศ.2546 และในปี พ.ศ. 2552 มีค่า RCA คือ 1.219 และ 1.108 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549 มีค่า RCA คือ 1.372 และ 1.244 ตามลำดับ นั่นคือทั้งสี่ประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ในช่วงปีนั้นๆ เท่านั้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส ประเทศออสเตรเลียและประเทศสิงคโปร์ มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย



ภาพที่ 4.11 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.12 และภาพที่ 4.12 พบว่า ณ สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 5 ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย รองลงมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เยอรมนี และอินโดนีเซีย

ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2552 คือ 0.16, 4.53, 0.02, 18.63, 13.14, 1.38, 8.99, 23.97 และ 29.08 ตามลำดับ และลดลงในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 คือ 14.28 และ 9.32 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 3 ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 โดยในปี พ.ศ.2546 เพิ่มขึ้นสูงสุด คือ 22.44 ก่อนที่จะลดลงอย่างไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2547-2552 คือ 13.45, 2.43, 1.76, 0.30, 0.64 และ 0.43 ตามลำดับ และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 คือ 9.55 และ 21.27 ตามลำดับ ถึงแม้ว่าจะเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าในช่วงแรกแต่เมื่อพิจารณาโดยรวม สรุปได้ว่าประเทศญี่ปุ่นแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด
สหพันธรัฐมาเลเซียระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

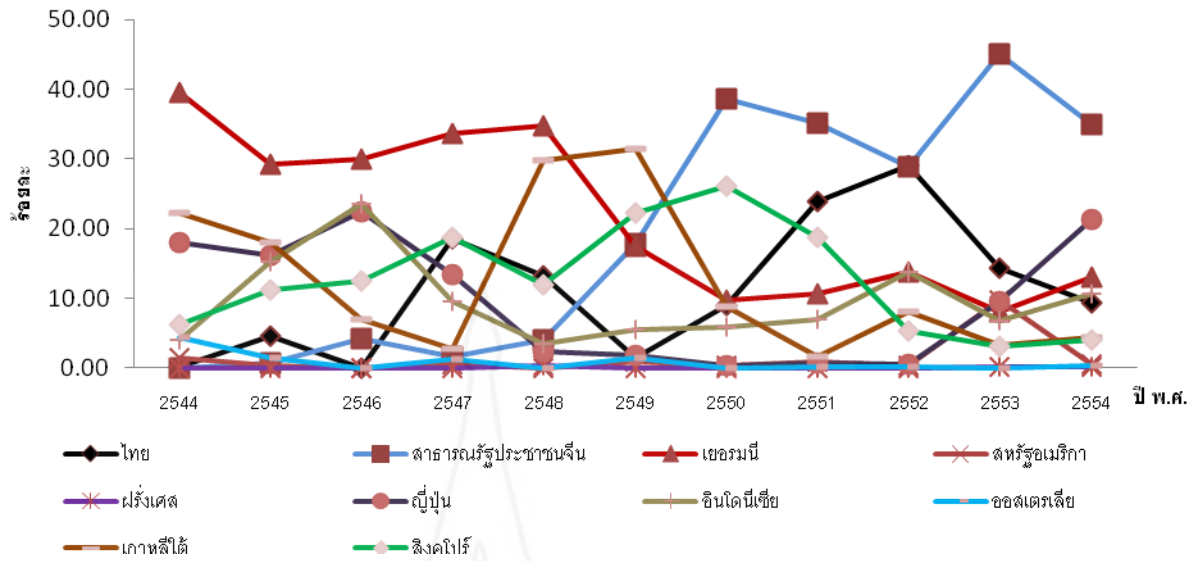
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.16	4.53	0.02	18.63	13.14	1.38	8.99	23.97	29.08	14.28	9.32
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.68	4.24	1.56	4.07	17.79	38.54	35.19	28.90	45.03	34.91
3 เยอรมนี	39.48	29.18	29.94	33.57	34.78	17.46	9.75	10.60	13.83	7.99	13.02
4 สหรัฐอเมริกา	1.38	0.30	0.00	0.47	0.00	0.93	0.29	0.81	0.28	9.76	0.41
5 ฝรั่งเศส	0.00	0.00	0.00	0.00	0.35	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.12
6 ญี่ปุ่น	18.05	16.11	22.44	13.45	2.43	1.76	0.30	0.64	0.43	9.55	21.27
7 อินโดนีเซีย	4.02	15.32	23.58	9.44	3.41	5.53	5.86	7.00	13.73	6.76	10.58
8 ออสเตรเลีย	4.42	1.41	0.00	1.27	0.00	1.44	0.00	0.17	0.08	0.00	0.37
9 เกาหลีใต้	22.26	18.01	7.03	2.80	29.83	31.45	8.85	1.59	8.01	3.28	4.37
10 สิงคโปร์	6.23	11.24	12.47	18.68	11.91	22.16	26.01	18.66	5.32	3.13	4.09
รวม 10 ประเทศ	96.02	96.78	99.73	99.86	99.93	99.88	98.59	98.63	99.66	99.83	98.45
อื่นๆ	3.98	3.22	0.27	0.14	0.07	0.12	1.41	1.37	0.34	0.17	1.55
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.12

ประเทศเยอรมนีมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 39.48, 29.18, 29.94, 33.57, 34.78, 17.46, 9.75, 10.60, 13.83, 7.99 และ 13.02 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศอินโดนีเซียมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 คือ 4.02, 15.32 และ 23.58 และในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 9.44, 3.41, 5.53, 5.86, 7.00, 13.73, 6.76 และ 10.58 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสิงคโปร์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.12 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.6 ตลาดเบลเยียม

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.13 และภาพที่ 4.13 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 3 รองลงมาจากสาธารณรัฐจีน และเยอรมนี โดยค่า RCA ของไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 2.541, 2.420 และ 2.341 ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เนื่องจากมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2547 ลดลง และมีมูลค่าการส่งออกรวมของไทยในปี พ.ศ. 2547 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2546 เมื่อนำมาคำนวณค่า RCA ทำให้ได้ค่าลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2546 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 ทิศทางค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 2.748, 2.825 และ 8.977 ตามลำดับ และลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 ซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ดังนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมลดลง

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดเบลเยียม พบว่าประเทศสาธารณรัฐจีน มีค่า RCA เป็นลำดับที่ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลาที่พิจารณา คือ 3.824, 6.995,

4.163, 6.199, 6.027, 46.775, 6.772, 4.035, 7.635, 22.374 และ 28.948 นั่นคือประเทศสาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียม

ประเทศเยอรมนีมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 คือ 1.577 แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 มีค่า RCA ลดลงน้อยกว่า 1 และมีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 3.715, 5.533, 4.772, 4.936, 4.909, 6.350 และ 8.614 นั่นคือประเทศเยอรมนีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียม

ประเทศญี่ปุ่น มีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ดังนี้ 11.911, 10.200, 5.128, 2.507, 1.334, 0.682, 0.513, 0.315, 0.655, 0.357 และ 0.527 สรุปได้ว่าประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียม

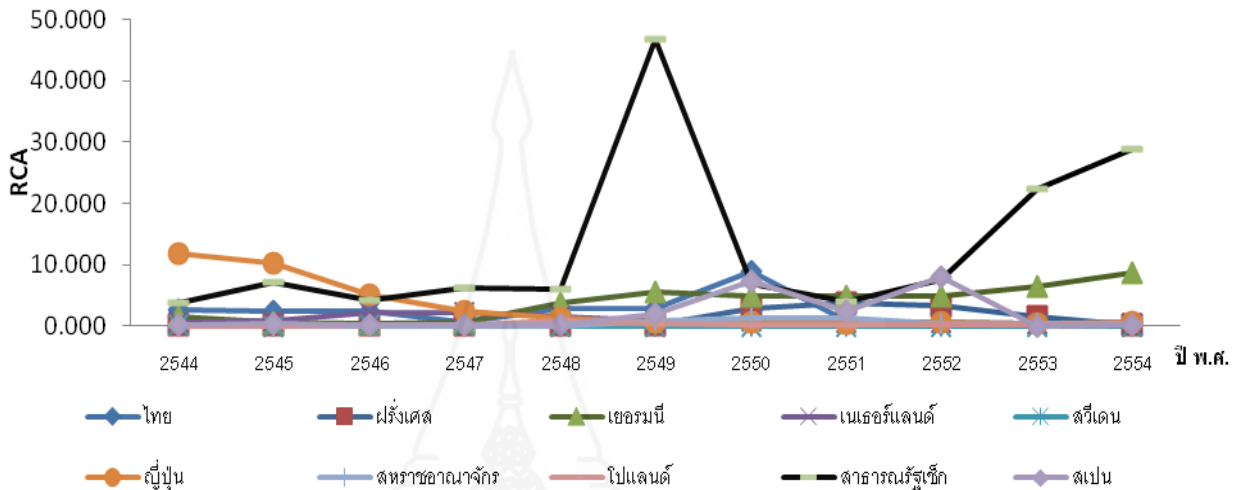
ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียมระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	2.541	2.420	2.341	0.642	2.748	2.825	8.977	0.875	0.320	0.309	0.599
2 ฝรั่งเศส	0.100	0.107	0.257	0.107	0.061	0.070	2.744	3.694	3.245	1.391	0.074
3 เยอรมนี	1.577	0.624	0.445	0.498	3.715	5.533	4.772	4.936	4.909	6.350	8.614
4 เนเธอร์แลนด์	0.684	0.925	2.109	2.248	1.607	0.885	0.793	0.642	0.527	0.376	0.271
5 สวีเดน	0.100	0.006	0.105	0.062	0.015	0.017	0.024	0.036	0.009	0.004	0.011
6 ญี่ปุ่น	11.911	10.200	5.128	2.507	1.334	0.682	0.513	0.335	0.655	0.357	0.527
7 สหราชอาณาจักร	0.107	0.018	0.020	0.037	0.040	0.717	1.211	1.322	0.415	0.362	0.428
8 โปแลนด์	0.003	0.011	0.073	0.060	0.932	0.357	0.057	0.115	0.169	0.230	0.371
9 สาธารณรัฐเช็ก	3.824	6.995	4.163	6.199	6.027	46.775	6.772	4.035	7.635	22.374	28.948
10 สเปน	0.248	0.375	0.242	0.178	0.094	1.868	7.297	2.305	7.994	0.025	0.046

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.14 และ ก.15

ประเทศฝรั่งเศส ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศสเปน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา แม้ว่าในบางปีจะมีค่า RCA มากกว่า 1 แต่ในหลายๆช่วงเวลามีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเบลเยียม

ประเทศสวีเดน และประเทศโปแลนด์มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา นั่นคือทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม



ภาพที่ 4.13 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.14 และภาพที่ 4.14 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 8 ในตลาดเบลเยียม รองลงมาจากเยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และโปแลนด์

ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่มีทิศทางแนวโน้มลดลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงและเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณาในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 2.40, 2.55, 1.61, 0.38, 1.05, 0.72, 2.39, 0.21, 0.08, 0.08 และ 0.14 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศเยอรมนีไปยังตลาดเบลเยียมพบว่าเยอรมนีมีส่วนแบ่งในตลาดเป็นลำดับที่ 1 ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของเยอรมนีในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 มีแนวโน้มลดลงไม่ต่อเนื่องคือ 29.87, 14.02, 10.69 และ 12.09 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554

มีทิศทางเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องอย่างรวดเร็วคือ 58.94, 55.44, 48.23, 51.45, 51.60, 65.50 และ 75.68 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศเนเธอร์แลนด์มีทิศทางส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 25.28, 10.00, 8.80, 7.76, 5.67, 4.61 และ 3.18 แม้ว่าในช่วงแรกในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีทิศทางการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดอย่างรวดเร็ว คือ 11.73, 21.47, 46.49 และ 47.32 แสดงว่าประเทศเนเธอร์แลนด์มีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศญี่ปุ่นมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 คือ 36.43, 36.47, 18.07, 8.93, 2.86, 0.86, 0.61, 0.41, 0.64, 0.42 และ 0.49 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	2.40	2.55	1.61	0.38	1.05	0.72	2.39	0.21	0.08	0.08	0.14
2 ฝรั่งเศส	1.47	1.89	4.49	1.71	0.60	0.44	16.82	24.46	20.72	9.57	0.44
3 เยอรมนี	29.87	14.02	10.69	12.09	58.94	55.44	48.23	51.45	51.60	65.50	75.68
4 เนเธอร์แลนด์	11.73	21.47	46.49	47.32	25.28	10.00	8.80	7.76	5.67	4.61	3.18
5 สวีเดน	0.22	0.02	0.28	0.16	0.02	0.02	0.03	0.04	0.01	0.00	0.01
6 ญี่ปุ่น	36.43	36.47	18.07	8.93	2.86	0.86	0.61	0.41	0.64	0.42	0.49
7 สหราชอาณาจักร	0.94	0.20	0.22	0.34	0.24	3.04	4.26	4.62	1.24	1.27	1.44
8 โปแลนด์	0.00	0.01	0.08	0.07	0.74	0.19	0.03	0.07	0.10	0.15	0.22
9 สาธารณรัฐเช็ก	2.54	4.94	2.78	5.31	3.73	22.54	3.52	2.27	4.03	12.85	15.30
10 สเปน	0.55	0.97	0.69	0.48	0.15	2.06	7.80	2.82	9.21	0.03	0.05
รวม 10 ประเทศ	86.16	82.54	85.40	76.80	93.63	95.32	92.49	94.11	93.28	94.50	96.96
อื่นๆ	13.84	17.46	14.60	23.20	6.37	4.68	7.51	5.89	6.72	5.50	3.04
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

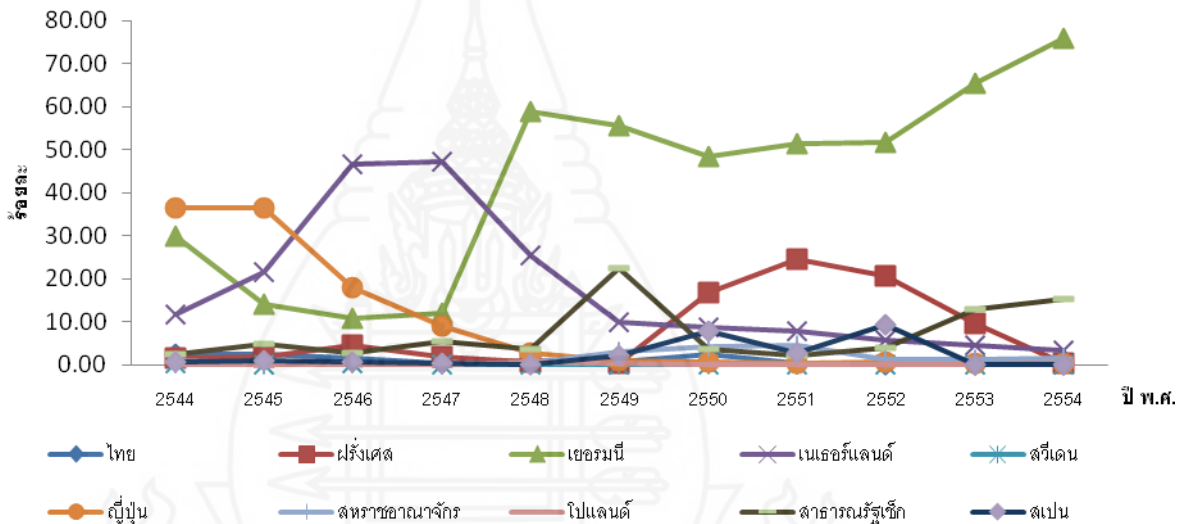
หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.14

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสาธารณรัฐเช็กมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2544-2549 คือ 2.54, 4.94, 2.78, 5.31, 3.73 และ 22.54 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างมากไม่ต่อเนื่องเป็น 3.52, 2.27 และ 4.03 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 เป็น 12.85 และ 15.30

ตามลำดับ แม้จะเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าในช่วงแรกแต่ประเทศสาธารณรัฐเช็กมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศฝรั่งเศสมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 1.47, 1.89, 4.49, 1.71, 0.60, 0.44, 16.82 และ 24.46 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 ส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างมากต่อเนื่องเป็น 20.72, 9.57 และ 0.44 แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสวีเดน ประเทศโปแลนด์ ประเทศสเปน และประเทศสหราชอาณาจักร มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.14 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.7 ตลาดอาร์เจนตินา

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.15 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 3 รองจากฝรั่งเศส และอิตาลี

ดัชนีค่า RCA ของไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ.2548-2552 และปรับลดลงเล็กน้อยในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 โดยมีค่า 0.009, 0.016, 0.003, 9.122, 24.685, 21.730 และ 19.408 ตามลำดับ ซึ่งพบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2554 ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ต่อเนื่อง จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก เครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอาร์เจนตินา

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.000	0.009	0.016	0.003	9.122	24.685	21.730	19.408
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.007	0.004	0.000	0.716	1.291
3 สหรัฐอเมริกา	1.621	0.019	0.000	0.068	0.152	0.016	1.142	0.024	0.020	0.004	0.080
4 ฝรั่งเศส	0.340	0.733	0.356	1.425	1.449	8.933	5.490	2.896	0.065	7.069	34.405
5 เม็กซิโก	0.796	0.014	0.006	0.000	0.069	0.000	0.040	0.000	0.002	0.000	0.118
6 อิตาลี	0.525	5.095	0.943	0.000	0.000	0.000	0.000	0.635	11.187	18.581	23.617
7 สาธารณรัฐเช็ก	0.029	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.494	1.753	0.000
8 เกาหลีใต้	0.000	0.000	0.000	0.000	0.119	0.177	1.172	0.000	0.679	0.745	0.088
9 สเปน	0.172	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	9.227	0.000	0.000	0.368	0.000
10 บราซิล	1.885	0.614	2.318	3.119	2.721	2.163	2.627	3.094	0.902	1.514	2.340

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.16 และ ก.17

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดอาร์เจนตินา พบว่าประเทศฝรั่งเศส และประเทศอิตาลีมีค่า RCA ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 เป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง โดยฝรั่งเศสมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2547-2551 และลดลงในปี พ.ศ.2552 ก่อนปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 ดังนี้ 1.425, 1.449, 8.933, 5.490, 2.896, 7.069 และ 34.405 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอาร์เจนตินา

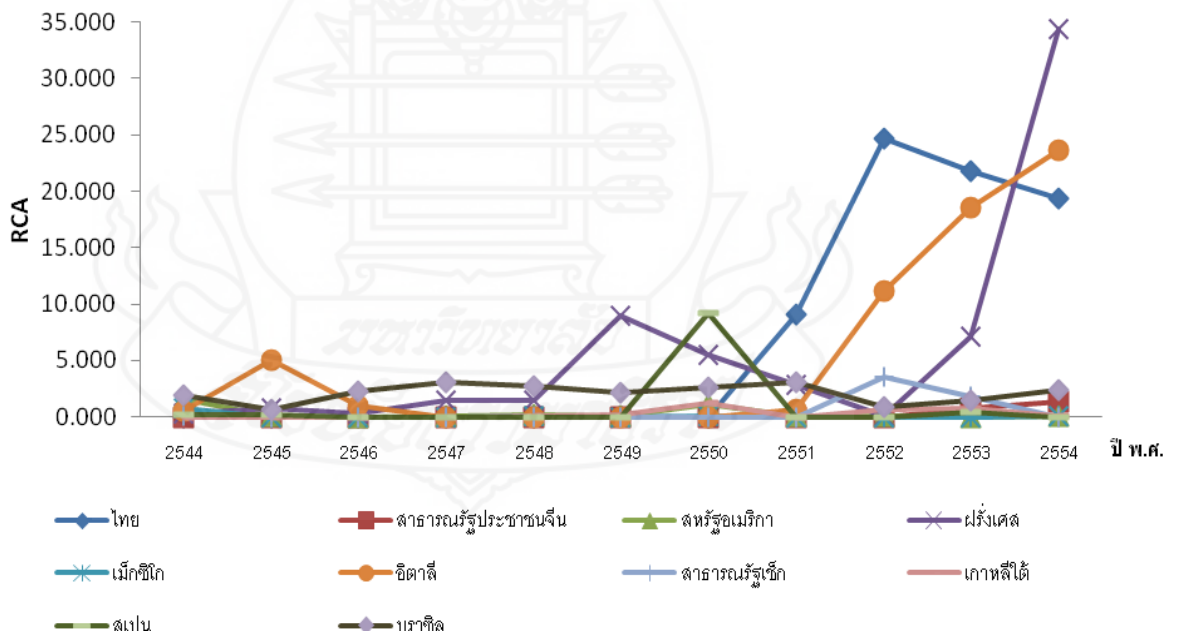
ในปี พ.ศ.2545 และในช่วงปี พ.ศ. 2552-2554 พบว่าอิตาลีมีค่า RCA มากกว่า 1 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว คือ 5.095, 11.187, 18.581 และ 23.617 ตามลำดับ ในปี พ.ศ.2544 และช่วงปี พ.ศ. 2546-2551 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แต่อย่างไรก็ตามอิตาลีมีทิศทางการ

เปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงสรุปได้ว่าประเทศอิตาลีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาเพิ่มขึ้น

ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา พบว่าบราซิลมีค่า RCA มากกว่า 1 ในหลายๆช่วงเวลา ดังนี้ ปี พ.ศ. 2544 ค่า RCA คือ 1.885 ช่วงปี พ.ศ.2546-2551 มีค่า RCA คือ 2.318, 3.119, 2.721, 2.163, 2.627, 3.094 และช่วงปี พ.ศ.2553-2554 มีค่า RCA คือ 1.514 และ 2.340 มีเพียงปี พ.ศ.2545 และปี พ.ศ.2552 เท่านั้นที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 จึงสรุปได้ว่าประเทศบราซิลมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาเพิ่มขึ้น

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสาธารณรัฐเช็ก ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสเปน แม้ว่าในบางปีจะมีค่า RCA มากกว่า 1 แม้ว่าในหลายๆปีทั้งห้าประเทศจะมีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา

ประเทศเม็กซิโก มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศเม็กซิโกไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา



ภาพที่ 4.15 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.16 และภาพที่ 4.16 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 4 ในตลาดอาร์เจนตินารองจากประเทศฝรั่งเศส บราซิล และอิตาลี ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 คือ 0.01, 0.00, 2.61 และ 17.38 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็น 9.27 และ 5.12 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศบราซิลมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดส่งออกอาร์เจนตินา ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 มีทิศทางเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง โดยในช่วงเวลาปี พ.ศ.2544-2547 มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่อง คือ 31.93, 26.15, 46.43 และ 53.55 ก่อนที่จะมีทิศทางเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 คือ 45.14, 30.81, 32.68, 40.98, 21.26, 20.12 และ 19.77 แสดงว่าประเทศบราซิลมีศักยภาพในการส่งออกในตลาดอาร์เจนตินาแม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

		หน่วย : ร้อยละ										
ประเทศ		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	2.61	17.38	9.27	5.12
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02	0.00	3.14	4.08
3	สหรัฐอเมริกา	21.51	0.55	0.00	0.53	1.05	0.09	5.77	0.14	0.20	0.02	0.29
4	ฝรั่งเศส	0.84	4.32	0.65	2.32	1.87	10.88	6.20	3.03	0.11	6.92	21.39
5	เม็กซิโก	0.66	0.03	0.01	0.00	0.08	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	0.09
6	อิตาลี	1.44	26.86	1.99	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62	16.97	16.62	13.10
7	สาธารณรัฐเช็ก	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.76	0.07	0.00
8	เกาหลีใต้	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.07	0.49	0.00	0.62	0.49	0.04
9	สเปน	0.39	0.94	0.00	0.00	0.00	0.00	7.53	0.00	0.00	0.29	0.00
10	บราซิล	31.93	26.15	46.43	53.55	45.14	30.81	32.68	40.98	21.26	20.12	19.77
	รวม 10 ประเทศ	56.77	58.85	49.08	56.41	48.20	41.86	52.75	47.39	58.31	56.95	63.88
	อื่นๆ	43.23	41.15	50.92	43.59	51.80	58.14	47.25	52.61	41.69	43.05	36.12
	รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

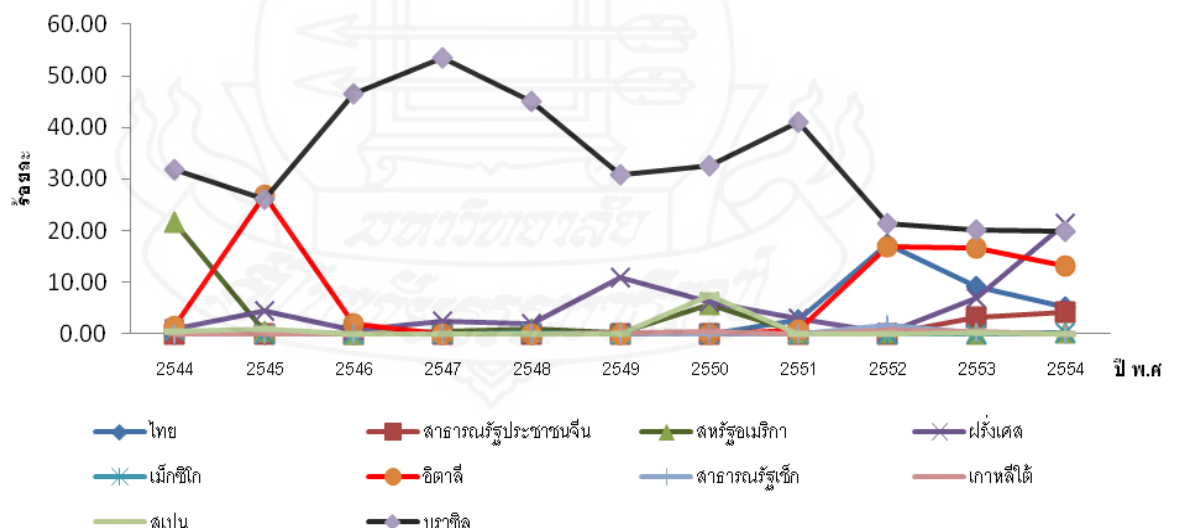
หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.16

ฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดอาร์เจนตินา แต่มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ในปี พ.ศ.2552 มีส่วนแบ่งตลาดคือ 0.11 ซึ่งต่ำที่สุดในช่วงปีที่พิจารณา ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 6.92 และ 21.39 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศอิตาลีมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในปี พ.ศ.2545 มีส่วนแบ่งตลาดคือ 26.86 ซึ่งสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ก่อนที่จะลดลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง แต่ในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องอีกครั้ง แม้จะเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าช่วงแรกแต่ประเทศอิตาลีมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาปี พ.ศ.2550-2554 คือ 0.02, 0.02, 0.00, 3.14 และ 4.08 แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มลดลงไม่ต่อเนื่องอย่างรวดเร็วตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 21.51, 0.55, 0.00, 0.53, 1.05, 0.09, 5.77, 0.14, 0.20, 0.02 และ 0.29 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.16 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศเม็กซิโก ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสเปน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสามประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

1.2.8 ตลาดตุรกี

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.17 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 9 รองลงมา จากโรมาเนีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สหราชอาณาจักร สเปน และญี่ปุ่น แม้ในช่วงเวลาไทยจะมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แต่ในหลายๆช่วงปีไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 คือ ในปี พ.ศ. 2544 ค่า RCA มีค่า 1.968 ในช่วงปี พ.ศ.2548-2552 มีค่า RCA เท่ากับ 8.467, 17.366, 8.293, 4.013 และ 3.617 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 มีค่า RCA ลดลงอย่างรวดเร็ว สรุปได้ว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	1.968	0.000	0.000	0.000	8.467	17.366	8.293	4.013	3.617	0.000	0.000
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.006	0.331	2.695	0.419	1.431	3.628
3 เยอรมนี	0.105	0.137	0.160	0.023	0.020	0.027	0.058	0.092	0.171	0.837	1.273
4 สหรัฐอเมริกา	0.000	0.033	0.000	0.032	0.044	0.000	0.148	0.230	0.066	0.036	0.000
5 ฝรั่งเศส	1.667	0.818	13.423	20.717	15.114	0.299	0.517	0.452	0.537	1.836	1.982
6 สหราชอาณาจักร	0.000	0.639	0.000	0.010	0.000	1.025	0.830	0.509	3.391	0.125	0.339
7 ญี่ปุ่น	14.352	0.826	23.432	28.755	13.360	5.958	3.517	0.000	0.000	0.000	0.000
8 สเปน	0.000	0.000	0.051	0.280	0.285	0.062	1.456	11.013	5.720	0.370	0.110
9 อิตาลี	0.000	0.183	2.489	1.683	1.078	0.542	1.216	1.923	1.481	1.342	1.126
10 โรมาเนีย	0.000	0.000	0.000	2.853	6.950	81.655	91.062	90.992	136.191	81.669	80.698

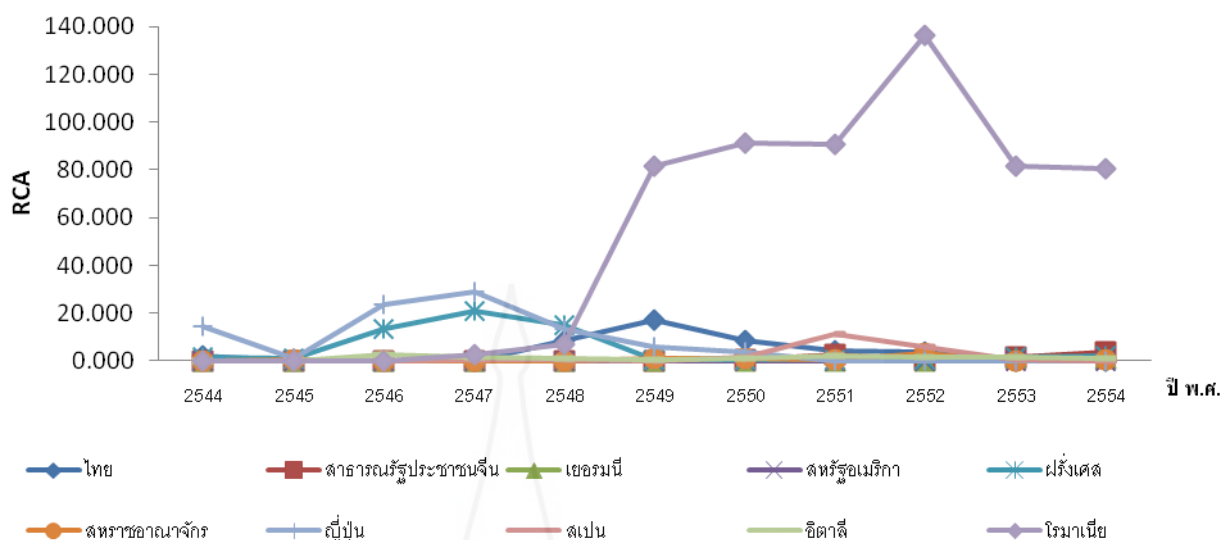
ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.18 และ ก.19

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดตุรกี พบว่าประเทศโรมาเนีย มีค่า RCA เป็นลำดับ 1 และมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 คือ 2.853, 6.950, 81.655, 91.062, 90.992, 136.191, 81.669 และ 80.698 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศโรมาเนียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี

ประเทศอิตาลี และประเทศฝรั่งเศส มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี แต่ในหลายๆปีมีค่า RCA มากกว่า 1 ดังนี้ ประเทศอิตาลี มี RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2546-2548 คือ 2.489, 1.683 และ 1.078 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 คือ 1.219, 1.923, 1.481, 1.342 และ 1.126 ประเทศฝรั่งเศส มี RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 ค่า RCA คือ 1.667 ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2548 ค่า RCA คือ 13.423, 20.717 และ 15.114 และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 คือ 1.836 และ 1.982 เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแสดงว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี ประเทศญี่ปุ่น มีทิศทางการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีลดลง กล่าวคือในปี พ.ศ.2544 ค่า RCA คือ 14.352 ลดลงอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ. 2545 ค่า RCA คือ 0.826 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งอย่างรวดเร็วมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2546-2547 มีค่า RCA คือ 23.432 และ 28.755 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 ลดลงอย่างต่อเนื่อง มีค่า RCA เท่ากับ 13.360, 5.958, 3.517 และ 0.000 ตามลำดับ จึงสรุปได้ว่าประเทศญี่ปุ่นสูญเสียทิศทางการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกี

ประเทศเยอรมนี ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสเปนและประเทศสหราชอาณาจักร มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี นั่นคือทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี



ภาพที่ 4.17 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.18 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 9 ในตลาดตุรกี รองลงมาจากประเทศโรมาเนีย สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี สหราชอาณาจักร สเปน และญี่ปุ่น โดยค่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 คือ 1.25, 0.00 , 0.00 และ 0.00 ตามลำดับแต่ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549 มีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นคือ 3.17 และ 4.85 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงอีกครั้ง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศโรมาเนียส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี พบว่าโรมาเนียเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด คือ 2.43, 10.37, 80.33, 75.85, 67.35, 82.49, 79.67 และ 67.04 ตามลำดับในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 แสดงว่าประเทศโรมาเนียมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีระหว่าง
ไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	1.25	0.00	0.00	0.00	3.17	4.85	2.56	0.87	0.59	0.00	0.00
2 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	1.03	5.51	0.83	4.37	12.28
3 เยอรมนี	3.60	14.96	1.58	0.17	0.21	0.18	0.35	0.39	0.65	4.58	7.73
4 สหรัฐอเมริกา	0.00	1.58	0.00	0.06	0.13	0.00	0.29	0.44	0.11	0.10	0.00
5 ฝรั่งเศส	24.87	39.22	52.26	61.41	60.58	0.75	1.10	0.74	0.84	3.90	4.01
6 สหราชอาณาจักร	0.00	20.67	0.00	0.02	0.00	1.78	1.16	0.45	2.75	0.15	0.43
7 ญี่ปุ่น	69.33	11.00	32.92	29.13	19.48	5.42	2.88	0.00	0.00	0.00	0.00
8 สเปน	0.00	0.00	0.10	0.47	0.63	0.08	1.74	9.37	5.33	0.46	0.15
9 อิตาลี	0.00	10.79	13.14	6.16	5.40	1.72	3.52	4.07	2.74	3.59	3.24
10 โรมานี	0.00	0.00	0.00	2.43	10.37	80.33	75.85	67.35	82.49	79.67	67.04
รวม 10 ประเทศ	99.05	98.22	100.00	99.85	99.96	95.13	90.48	89.18	96.34	96.81	94.88
อื่นๆ	0.95	1.78	0.00	0.15	0.04	4.87	9.52	10.82	3.66	3.19	5.12
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

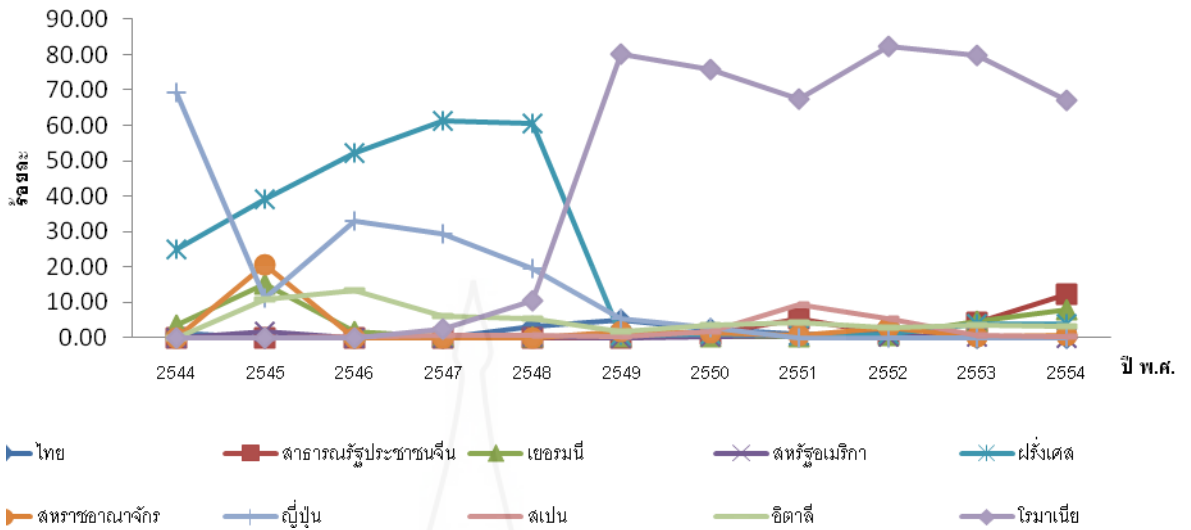
หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.18

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกในตลาดตุรกีเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 คือ 0.02, 1.03, 5.51, 0.83, 4.37 และ 12.28 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งตลาดส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศตุรกีเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2548 คือ 24.87, 39.22, 52.26, 61.41 และ 60.58 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างรวดเร็วและไม่ต่อเนื่อง คือ 0.75, 1.10, 0.74, 0.84, 3.90 และ 4.01 ตามลำดับแสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศญี่ปุ่นมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาดลดลงและเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 คือ 63.33, 11.00, 32.92, 29.13, 19.48, 5.42, 2.88 และ 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเยอรมนี ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.18 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.9 ตลาดฟิลิปปินส์

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.19 และภาพที่ 4.19 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 6 รองลงมาจากอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ใต้หวัน และญี่ปุ่น ค่า RCA ของไทยในปี พ.ศ.2544 มีค่าน้อยกว่า 1 และในช่วงปี พ.ศ.2545-2548 มีทิศทางการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น มีค่า RCA มากกว่า 1 คือมีค่า 1.072, 2.518, 1.590 และ 1.039 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์

ประเทศอินโดนีเซียประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 เกือบทุกช่วงเวลา คือในปี พ.ศ.2544 มีค่า RCA คือ 2.684 และในช่วงปี พ.ศ.2546-2554 มีค่า 4.718, 3.721, 2.142, 4.210, 4.030, 3.796, 6.905, 1863 และ 1.577 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์

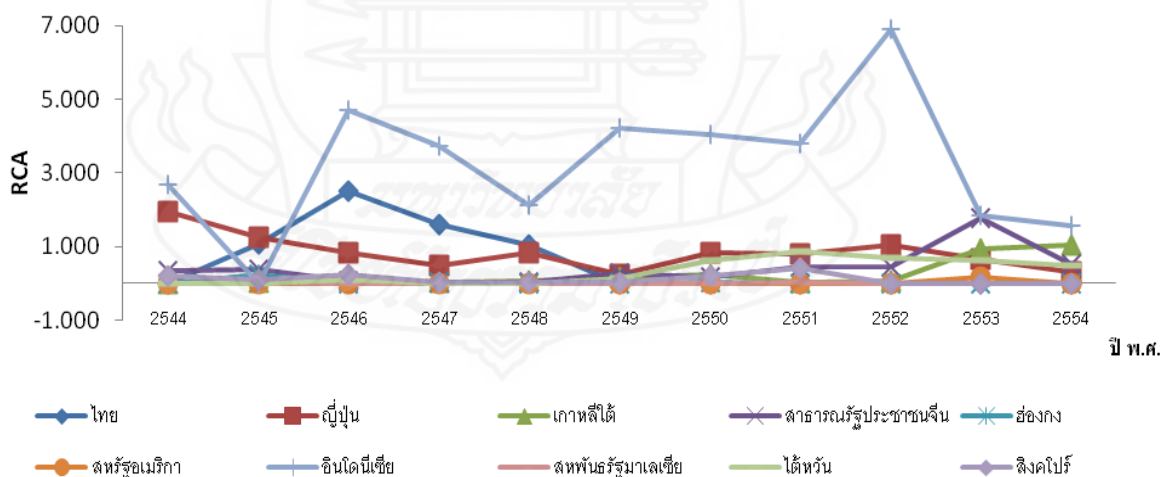
ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี พ.ศ.2544-2554

และในหลายๆปี มีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.013	1.072	2.518	1.590	1.039	0.009	0.012	0.003	0.007	0.005	0.002
2 ญี่ปุ่น	1.948	1.247	0.834	0.479	0.821	0.257	0.829	0.815	1.045	0.650	0.301
3 เกาหลีใต้	0.003	0.023	0.152	0.033	0.056	0.171	0.250	0.019	0.059	0.950	1.044
4 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.332	0.391	0.059	0.051	0.036	0.280	0.175	0.468	0.453	1.775	0.513
5 ฮังการี	0.000	0.258	0.005	0.034	0.000	0.000	0.017	0.000	0.000	0.000	0.000
6 สหรัฐอเมริกา	0.000	0.000	0.000	0.000	0.009	0.000	0.000	0.000	0.009	0.157	0.000
7 อินโดนีเซีย	2.684	0.000	4.718	3.721	2.142	4.210	4.030	3.796	6.905	1.863	1.577
8 สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.000	0.020	0.000	0.012	0.000	0.000	0.000	0.028	0.000	0.000	0.000
9 ไต้หวัน	0.000	0.009	0.092	0.000	0.000	0.135	0.637	0.857	0.711	0.627	0.471
10 สิงคโปร์	0.193	0.115	0.243	0.029	0.042	0.036	0.219	0.422	0.000	0.000	0.002

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.20 และ ก.21



ภาพที่ 4.19 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศฮ่องกง ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไต้หวัน ตลอดทุกช่วงเวลาปี พ.ศ.2544-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าทั้งห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.20 และภาพที่ 4.20 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 7 ในตลาดฟิลิปปินส์ รองมาจากเกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน และสิงคโปร์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงอย่างรวดเร็วไม่ต่อเนื่องคือ 0.08, 9.88, 23.05, 22.90, 16.10, 0.21, 0.17, 0.03, 0.07, 0.05 และ 0.04 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเกาหลีใต้ ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 โดยเกาหลีใต้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่อง คือ 0.04, 0.49, 2.56, 0.89, 1.38, 5.95, 4.97, 0.35, 0.82, 12.61 และ 28.31 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเกาหลีใต้มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดลดลงและเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่อง คือ 11.33, 0.00, 25.25, 36.41, 23.02, 52.30, 33.65, 27.76, 50.87, 13.47 และ 21.55 ตามลำดับในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 2.79, 5.80, 1.03, 1.72, 1.27, 14.21, 5.93, 15.15, 11.92, 46.64 และ 27.02 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศญี่ปุ่นมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 82.65, 76.73, 42.57, 36.35, 56.42, 20.44, 35.40, 28.94, 26.34, 16.33 และ 15.52 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

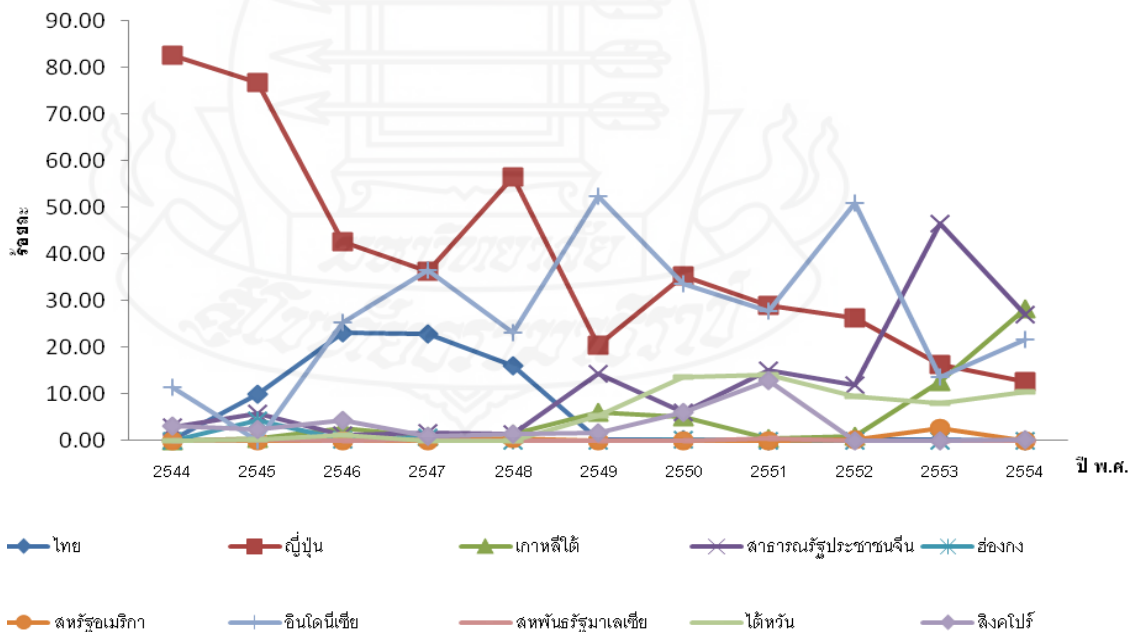
ประเทศไต้หวัน ประเทศฮ่องกง ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์
ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.08	9.88	23.05	22.90	16.10	0.21	0.17	0.03	0.07	0.05	0.04
2 ญี่ปุ่น	82.65	76.73	42.57	36.35	56.42	20.44	35.40	28.94	26.34	16.33	12.52
3 เกาหลีใต้	0.04	0.49	2.56	0.89	1.38	5.95	4.97	0.35	0.82	12.61	28.31
4 สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	2.79	5.80	1.03	1.72	1.27	14.21	5.93	15.15	11.92	46.64	27.02
5 ฮังการี	0.00	4.33	0.06	0.67	0.00	0.00	0.22	0.00	0.00	0.00	0.00
6 สหรัฐอเมริกา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.46	0.00	0.00	0.00	0.15	2.63	0.00
7 อินโดนีเซีย	11.33	0.00	25.25	36.41	23.02	52.30	33.65	27.76	50.87	13.47	21.55
8 สาธารณรัฐมาเลเซีย	0.00	0.19	0.00	0.18	0.00	0.00	0.00	0.29	0.00	0.00	0.00
9 ไต้หวัน	0.00	0.12	1.20	0.00	0.00	5.24	13.71	14.13	9.36	7.98	10.51
10 สิงคโปร์	3.09	2.45	4.26	0.88	1.35	1.65	5.95	12.81	0.00	0.00	0.05
รวม 10 ประเทศ	99.97	100.00	99.98	100.00	100.00	100.00	100.00	99.47	99.55	99.71	100.00
อื่นๆ	0.03	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.53	0.45	0.29	0.00
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.20



ภาพที่ 4.20 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์
ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.10 ตลาดฮ่องกง

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.21 และภาพที่ 4.21 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 9 รองลงมาจาก สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหพันธรัฐมาเลเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และอินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฮ่องกง

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

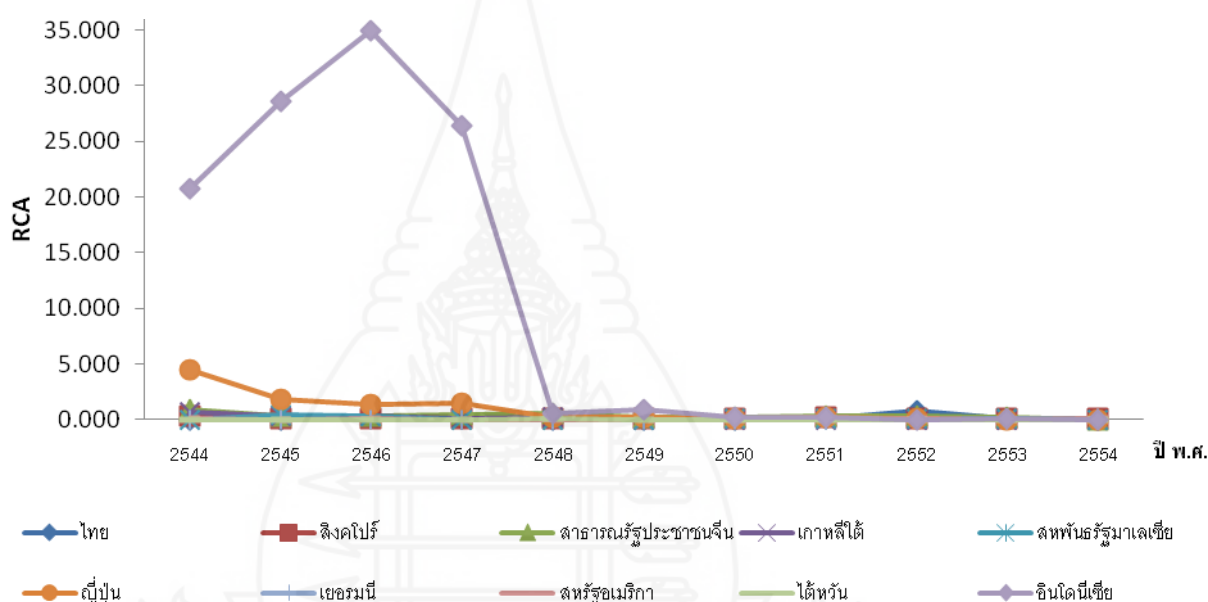
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.001	0.000	0.232	0.188	0.012	0.018	0.011	0.118	0.740	0.080	0.001
2 สิงคโปร์	0.308	0.069	0.072	0.058	0.125	0.124	0.089	0.192	0.091	0.042	0.127
3 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.947	0.376	0.367	0.456	0.550	0.246	0.219	0.348	0.331	0.250	0.015
4 เกาหลีใต้	0.662	0.305	0.302	0.031	0.175	0.017	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000
5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.012	0.481	0.370	0.002	0.021	0.000	0.031	0.075	0.056	0.103	0.028
6 ญี่ปุ่น	4.527	1.841	1.397	1.432	0.158	0.151	0.126	0.170	0.065	0.006	0.011
7 เยอรมนี	0.004	0.026	0.028	0.000	0.000	0.007	0.029	0.016	0.007	0.019	0.038
8 สหรัฐอเมริกา	0.062	0.004	0.109	0.011	0.000	0.024	0.000	0.000	0.070	0.011	0.043
9 ไต้หวัน	0.009	0.000	0.000	0.001	0.036	0.021	0.004	0.008	0.000	0.000	0.010
10 อินโดนีเซีย	20.787	28.636	34.948	26.401	0.546	0.848	0.154	0.219	0.000	0.135	0.002

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.22 และ ก.23

ประเทศอินโดนีเซียและประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 ก่อนที่ค่า RCA ของทั้งสองประเทศจะมีค่าลดลงจนค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2548-2554 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 แม้ว่าค่า RCA ของทั้งสองประเทศจะมากกว่า 1 แต่ค่า RCA ของญี่ปุ่นต่ำกว่าอินโดนีเซีย นั่นคือในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฮ่องกง และอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฮ่องกงมากกว่า

ญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาค่า RCA ตลอดเวลาที่พิจารณาพบว่า ทั้งสองประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในหลายช่วงเวลา แสดงว่าทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฮ่องกง

ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย ประเทศเยอรมนี ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศไต้หวัน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าทั้งเจ็ดประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าทั้งเจ็ดประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฮ่องกง



ภาพที่ 4.21 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.22 และภาพที่ 4.22 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 8 ในตลาดฮ่องกง รองลงมาจากสิงคโปร์ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ไต้หวัน เยอรมนี และสหพันธรัฐมาเลเซีย ซึ่งไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี

พ.ศ. 2546-2552 คือ 0.83, 0.68, 0.09, 0.25, 1.43 และ 10.02 ก่อนที่จะมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 1.76 และ 0.17 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

สำหรับประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีทิศทางของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 1.78, 0.72, 0.87 และ 0.76 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 มีทิศทางเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ. 2554 คือ 3.28, 6.79, 5.70, 8.10, 4.08, 2.93 และ 44.55 แสดงว่าประเทศสิงคโปร์มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

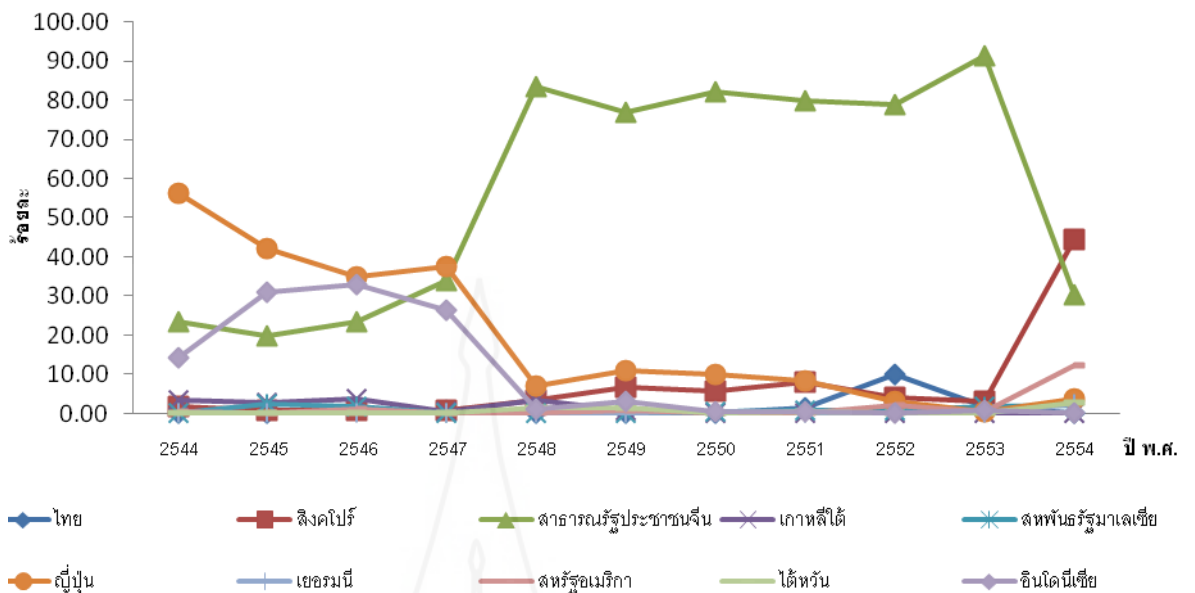
เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดฮ่องกง พบว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งเป็นลำดับที่ 2 และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2544-2553 ก่อนที่ส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ. 2554 คือ 23.55, 19.79, 23.40, 34.02, 83.36, 76.78, 82.22, 79.88, 78.74, 91.27 และ 30.45 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.83	0.68	0.09	0.25	0.20	1.43	10.02	1.76	0.17
2 สิงคโปร์	1.78	0.72	0.87	0.76	3.28	6.79	5.70	8.10	4.08	2.93	44.55
3 สาธารณรัฐประชาชนจีน	23.55	19.79	23.40	34.02	83.36	76.78	82.22	79.88	78.74	91.27	30.45
4 เกาหลีใต้	3.35	2.79	3.69	0.42	3.30	0.66	0.03	0.01	0.00	0.00	0.00
5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.03	2.30	1.89	0.01	0.21	0.00	0.52	0.77	0.67	1.75	2.20
6 ญี่ปุ่น	56.32	42.22	34.91	37.42	6.94	11.05	10.01	8.22	2.97	0.44	3.80
7 เยอรมนี	0.01	0.09	0.10	0.00	0.00	0.08	0.37	0.12	0.06	0.23	2.41
8 สหรัฐอเมริกา	0.47	0.05	1.23	0.13	0.00	0.84	0.00	0.00	2.12	0.50	12.31
9 ไต้หวัน	0.13	0.00	0.00	0.03	1.36	1.41	0.29	0.30	0.00	0.00	2.82
10 อินโดนีเซีย	14.35	30.89	32.94	26.36	1.01	2.98	0.52	0.56	0.00	0.63	0.04
รวม 10 ประเทศ	99.99	98.85	99.86	99.83	99.54	99.99	99.86	99.39	98.67	99.51	98.73
อื่นๆ	0.01	1.15	0.14	0.17	0.46	0.01	0.14	0.61	1.33	0.49	1.27
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.22



ภาพที่ 4.22 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าทั้งสามประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเยอรมนี ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศไต้หวัน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

1.2.11 ตลาดสาธารณรัฐเช็ก

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็กของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.23 และภาพที่ 4.23 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองลงมาจาก สเปน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมนี ออสเตรีย อิตาลี ฝรั่งเศส สโลวาเกีย และโปแลนด์ ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2551 คือ 1.109 และนอกเหนือจากปี พ.ศ 2551 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก

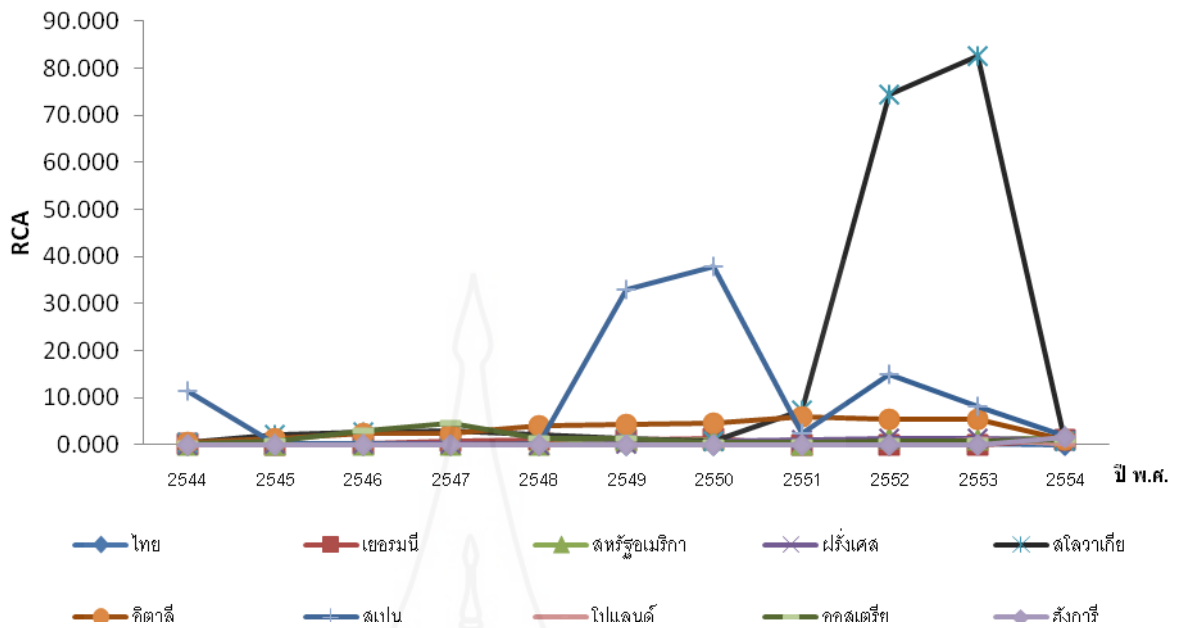
เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดสาธารณรัฐเช็กที่สำคัญ คือประเทศอิตาลี ตลอดทุกช่วงปี พ.ศ.2545-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.310, 2.423, 2.313, 4.019 และ 4.453 ตามลำดับ ยกเว้นในปี พ.ศ. 2544 ที่ค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศอิตาลีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศสเปน และประเทศสโลวาเกียมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงอย่างไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 หลายช่วงเวลา แม้ว่าในบางปีจะมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ค่า RCA ของสเปนมากกว่า 1 ดังนี้ ปี พ.ศ. 2544 คือ 11.480 และในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 คือ 33.066, 37.766, 2.465, 15.036, 8.101 และ 1.856 ค่า RCA ของสโลวาเกียมากกว่า 1 ดังนี้ ช่วงปี พ.ศ.2545-2549 คือ 2.130, 2.806, 3.097, 2.186 และ 1.358 และในช่วงปี พ.ศ.2551-2553 คือ 7.320, 74.393 และ 82.492 จึงสรุปได้ว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.052	1.109	0.001	0.137	0.007
2 เยอรมนี	0.117	0.038	0.222	0.897	0.956	1.008	1.251	0.087	0.091	0.080	1.137
3 สหรัฐอเมริกา	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.774	0.974	0.000	1.468	0.943	1.557
4 ฝรั่งเศส	0.090	0.253	0.183	0.310	0.093	0.327	0.873	1.121	1.456	1.404	1.037
5 สโลวาเกีย	0.534	2.130	2.806	3.097	2.186	1.358	0.896	7.320	74.393	82.492	0.902
6 อิตาลี	0.620	1.310	2.423	2.313	4.019	4.453	4.728	6.096	5.449	5.362	1.016
7 สเปน	11.480	0.139	0.130	0.112	0.362	33.066	37.766	2.465	15.036	8.101	1.856
8 โปแลนด์	0.034	0.032	0.001	0.000	0.000	0.020	0.007	0.012	0.371	1.136	0.326
9 ออสเตรีย	0.305	0.899	3.099	4.652	1.231	1.392	0.615	0.579	0.817	0.798	1.023
10 อังกฤษ	0.009	0.003	0.003	0.065	0.002	0.009	0.034	0.023	0.060	0.038	1.551

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.24 และ ก.25



ภาพที่ 4.23 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศฝรั่งเศส มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA มากกว่า 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2554 นอกเหนือจากช่วงเวลาดังกล่าวฝรั่งเศสมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เมื่อพิจารณาโดยรวม ฝรั่งเศสมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในหลายๆช่วงเวลา จึงสรุปได้ว่าประเทศฝรั่งเศสไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศเยอรมนี ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศโปแลนด์ ประเทศออสเตรีย และประเทศฮังการี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ตลอดทุกช่วงปี นั่นคือทั้งห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.24 และภาพที่ 4.24 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 29 ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2550-2551 คือ 0.02

และ 0.52 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 0.00, 0.02, 0.02 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสโลวาเกียมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2544-2545 คือ 4.69 และ 22.94 ตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ.2546-2550 ส่วนแบ่งการตลาดลดลงอย่างต่อเนื่องเป็น 19.97, 16.98, 16.97, 6.91 และ 4.28 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 คือ 54.83, 89.07, 90.79 และ 84.90 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสโลวาเกียมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศอิตาลี และประเทศเยอรมนี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง โดยอิตาลีมีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องของส่วนแบ่งตลาดในช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 คือ 4.95, 13.11, 17.42, 11.87, 24.79, 15.59, 15.57 และ 27.96 ในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 มีทิศทางการลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ 3.58, 3.09 และ 3.07 ตามลำดับ เยอรมนีมีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องของส่วนแบ่งตลาดในช่วงปี พ.ศ. 2544-2548 คือ 6.38, 2.77, 10.42, 29.55 และ 38.49 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 มีทิศทางการลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ 23.74, 2.74, 0.44, 0.35 และ 0.21 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสเปนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 คือ 31.83, 0.51, 0.32, 0.19 และ 0.77 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 มีทิศทางการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว คือ 41.97 และ 44.32 ก่อนจะลดลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 คือ 4.21, 4.37, 2.28 และ 1.61 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสเปนมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศออสเตรเลียมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดสาธารณรัฐเช็กเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 คือ 2.45, 9.35, 21.54 และ 24.16 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง คือ 7.65, 5.00, 2.11, 3.16, 0.68, 0.59 และ 0.27 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศออสเตรเลียมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศฮังการีมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 0.02, 0.01, 0.01, 0.13, 0.01, 0.02, 0.08, 0.08, 0.03, 0.02 และ 7.07 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศฮังการีมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

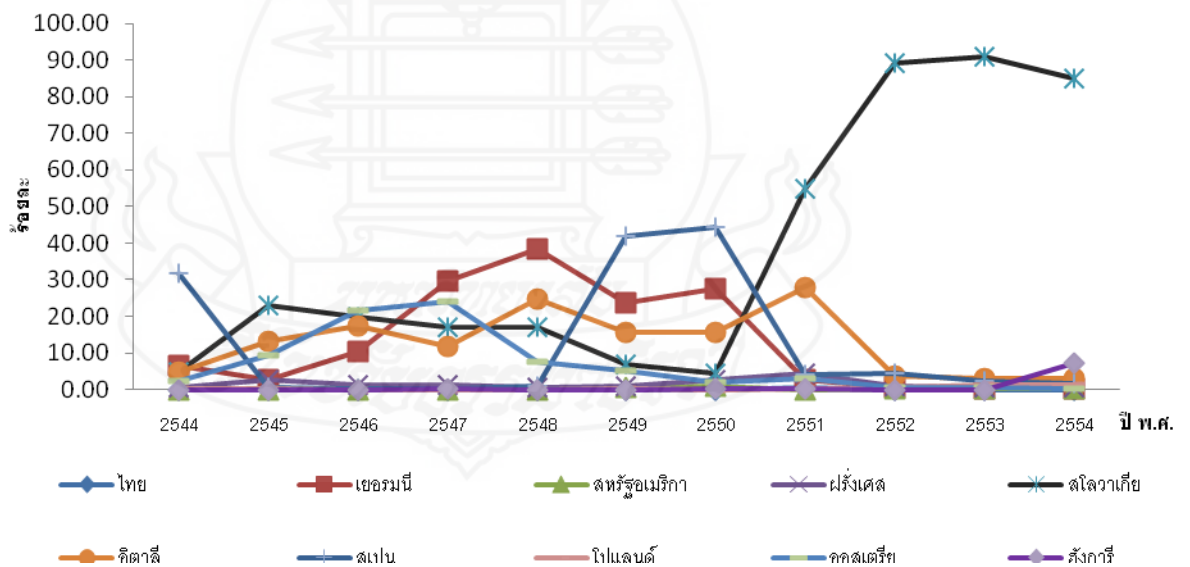
ประเทศโปแลนด์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศสหรัฐอเมริกา มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสามประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด
สาธารณรัฐเช็กระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.52	0.00	0.02	0.02
2 เยอรมนี	6.38	2.77	10.42	29.55	38.49	23.74	27.53	2.74	0.44	0.35	0.21
3 สหรัฐอเมริกา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.74	0.76	0.00	0.23	0.16	0.13
4 ฝรั่งเศส	0.74	2.53	1.14	1.39	0.52	1.09	2.51	4.30	0.81	0.67	0.58
5 สโลวาเกีย	4.69	22.94	19.97	16.98	16.97	6.91	4.28	54.83	89.07	90.79	84.90
6 อิตาลี	4.95	13.11	17.42	11.87	24.79	15.59	15.57	27.96	3.58	3.09	3.07
7 สเปน	31.83	0.51	0.32	0.19	0.77	41.97	44.32	4.21	4.37	2.28	1.61
8 โปแลนด์	0.21	0.26	0.01	0.00	0.00	0.10	0.03	0.09	0.47	1.34	1.16
9 ออสเตรีย	2.45	9.35	21.54	24.16	7.65	5.00	2.11	3.16	0.68	0.59	0.27
10 สหังการี	0.02	0.01	0.01	0.13	0.01	0.02	0.08	0.08	0.03	0.02	7.07
รวม 10 ประเทศ	51.26	51.48	70.83	84.26	89.19	95.16	97.21	97.90	99.68	99.31	99.02
อื่นๆ	48.74	48.52	29.17	15.74	10.81	4.84	2.79	2.10	0.32	0.69	0.98
รวมทั่วโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากกรคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.24



ภาพที่ 4.24 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก
ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.12 ตลาดสหรัฐอเมริกา

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกาของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.25 และภาพที่ 4.25 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 8 รองจาก สาธารณรัฐจีน เม็กซิโก สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี แคนาดา ญี่ปุ่น และเยอรมนี ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าสาธารณรัฐจีนและเม็กซิโกมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ และมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แม้ว่าค่า RCA ของทั้งสองประเทศจะมากกว่า 1 แต่ค่า RCA ของเม็กซิโกต่ำกว่าสาธารณรัฐจีน ค่า RCA มากกว่า 1 ของสาธารณรัฐจีน คือ 3.352, 6.112, 14.052, 8.501, 3.467, 2.402, 4.316, 7.585, 25.342, 14.567 และ 15.546 ตามลำดับ ค่า RCA มากกว่า 1 ของเม็กซิโก คือ 1.876, 4.881, 5.661, 6.926, 7.162, 4.980, 4.600, 5.496, 2.613, 1.708 และ 2.183 ตามลำดับ นั่นคือในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่าเม็กซิโก

ประเทศเกาหลีใต้มีค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องแต่มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงเวลา 2544-2551 คือ 2.455, 2.720, 2.596, 3.130, 4.481, 5.205, 4.887, 2.040, 0.838, 0.048 และ 0.004 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่ามีแนวโน้มทิศทางของค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศเกาหลีใต้สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศอิตาลีมีค่า RCA สูงสุดในปี พ.ศ.2551 คือ 1.132 แสดงว่าในปี พ.ศ.2551 ประเทศอิตาลีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา แต่นอกเหนือจากปี พ.ศ.2551 อิตาลีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงปี แสดงว่าประเทศอิตาลีไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

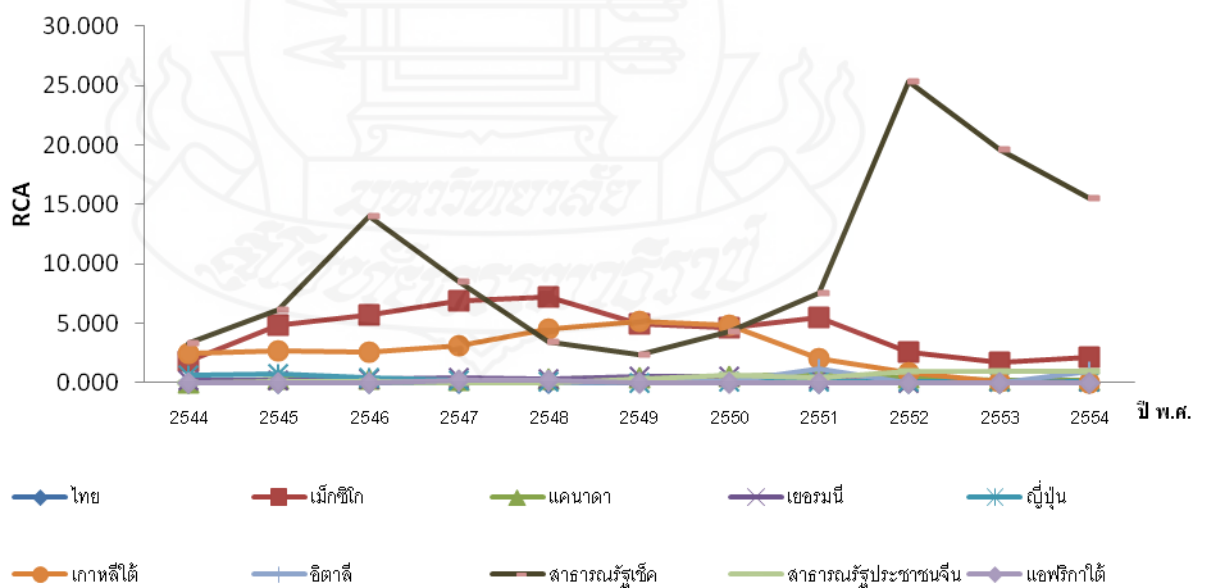
ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศแอฟริกาใต้มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้ง

ห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.001	0.018	0.002	0.001	0.001	0.101	0.134	0.000	0.033	0.027	0.046
2 เม็กซิโก	1.876	4.881	5.661	6.926	7.162	4.980	4.600	5.496	2.613	1.708	2.183
3 แคนาดา	0.032	0.272	0.293	0.225	0.274	0.398	0.551	0.727	0.425	0.228	0.189
4 เยอรมนี	0.156	0.163	0.321	0.426	0.331	0.552	0.561	0.267	0.034	0.066	0.134
5 ญี่ปุ่น	0.658	0.761	0.418	0.183	0.111	0.042	0.107	0.097	0.083	0.120	0.150
6 เกาหลีใต้	2.455	2.720	2.596	3.130	4.481	5.205	4.887	2.040	0.838	0.048	0.004
7 อิตาลี	0.007	0.009	0.053	0.033	0.005	0.133	0.110	1.132	0.041	0.010	0.916
8 สาธารณรัฐเช็ก	3.352	6.112	14.052	8.501	3.467	2.402	4.316	7.585	25.342	19.567	15.546
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.118	0.066	0.003	0.006	0.326	0.663	0.391	0.972	0.968	0.933
10 แอฟริกาใต้	0.000	0.000	0.000	0.176	0.176	0.004	0.005	0.000	0.000	0.001	0.034

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.26 และ ก.27



ภาพที่ 4.25 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.26 และภาพที่ 4.26 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 8 ในตลาดสหรัฐอเมริกา รองมาจากเม็กซิโก สาธารณรัฐประชาชนจีน แคนาดา สาธารณรัฐเช็ก อิตาลี ญี่ปุ่น และเยอรมนี โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2545-2550 คือ 0.02, 0.00, 0.00, 0.00, 0.13 และ 0.16 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 0.00, 0.06, 0.05 และ 0.07 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ประเทศเม็กซิโกเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดสหรัฐอเมริกา เม็กซิโกมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 เม็กซิโกมีส่วนแบ่งตลาดเป็น 59.04, 72.02, 76.23 และ 80.71 ในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 79.93, 68.09, 60.86, 68.11, 52.36, 38.24 และ 43.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเม็กซิโกมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2545-2554 คือ 0.85, 0.56, 0.03, 0.06, 4.28, 9.15, 5.22, 23.26, 25.74 และ 21.70 แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2545-2554 ดังนี้ ญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งตลาด คือ 17.88, 9.36, 4.46, 1.64, 0.91, 0.39, 0.91, 0.70, 0.84, 1.34 และ 1.36 ตามลำดับ เกาหลีใต้มีส่วนแบ่งตลาด คือ 17.19, 9.23, 8.18, 9.44, 11.26, 14.51, 13.26, 5.00, 3.42, 0.23 และ 0.02 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

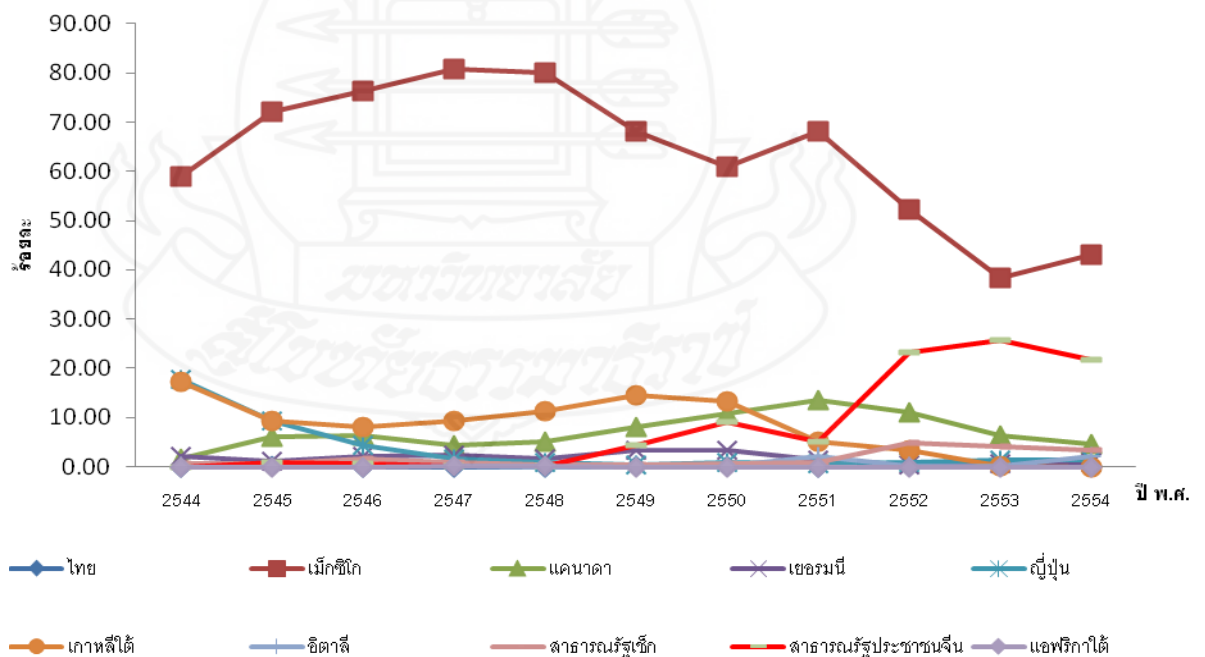
ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศแอฟริกาใต้ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งห้าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.13	0.16	0.00	0.06	0.05	0.07
2 เม็กซิโก	59.04	72.02	76.23	80.71	79.93	68.09	60.86	68.11	52.36	38.24	43.00
3 แคนาดา	1.64	6.19	6.30	4.25	5.03	8.13	10.82	13.63	10.95	6.23	4.52
4 เยอรมนี	2.10	1.08	2.04	2.39	1.70	3.36	3.29	1.47	0.28	0.53	0.98
5 ญี่ปุ่น	17.88	9.36	4.46	1.64	0.91	0.39	0.91	0.70	0.84	1.34	1.36
6 เกาหลีใต้	17.19	9.23	8.18	9.44	11.26	14.51	13.26	5.00	3.42	0.23	0.02
7 อิตาลี	0.04	0.02	0.12	0.06	0.01	0.26	0.22	2.02	0.11	0.03	2.08
8 สาธารณรัฐเช็ก	0.71	0.70	1.54	0.94	0.44	0.34	0.60	1.01	4.82	4.19	3.47
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.85	0.56	0.03	0.06	4.28	9.15	5.22	23.26	25.74	21.70
10 แอฟริกาใต้	0.00	0.00	0.00	0.06	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02
รวม 10 ประเทศ	98.60	99.48	99.43	99.52	99.39	99.50	99.27	97.17	96.10	76.56	77.21
อื่นๆ	1.40	0.52	0.57	0.48	0.61	0.50	0.73	2.83	3.90	23.44	22.79
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.26



ภาพที่ 4.26 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.13 ตลาดเยอรมนี

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเยอรมนีของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.27 และภาพที่ 4.27 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองลงมาจากสาธารณรัฐเช็ก โปแลนด์ ฝรั่งเศส สเปน อิตาลี สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดเยอรมนี พบว่าสาธารณรัฐเช็กและโปแลนด์ มีค่า RCA เป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ และมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แม้ว่าค่า RCA ของทั้งสองประเทศจะมากกว่า 1 แต่ค่า RCA ของโปแลนด์ต่ำกว่าสาธารณรัฐเช็ก ค่า RCA มากกว่า 1 ของสาธารณรัฐเช็ก คือ 3.352, 6.112, 14.052, 8.501, 3.467, 2.402, 4.316, 7.585, 25.342, 14.567 และ 15.546 ตามลำดับ ค่า RCA มากกว่า 1 ของโปแลนด์ คือ 1.138, 1.298, 4.292, 3.046, 5.960, 5.725, 5.682, 6.410, 5.206, 5.809 และ 4.995 ตามลำดับ นั่นคือในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี และสาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนีมากกว่าโปแลนด์

ประเทศฝรั่งเศสมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 3 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 และมีค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 คือ 1.801 และ 2.692 ตามลำดับ และสูงสุดในปี พ.ศ.2552 เท่ากับ 4.592 ก่อนมีแนวโน้มลดลงเป็น 3.231 และ 2.280 ในปี พ.ศ.2533 และ พ.ศ.2554 ตามลำดับ สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2544-2449 ฝรั่งเศสมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เมื่อพิจารณาโดยรวมสรุปได้ว่า ฝรั่งเศสมีแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนีเพิ่มขึ้น

ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องแต่ในหลายๆช่วงเวลามีค่า RCA มากกว่า 1 มีในบางช่วงปีที่ค่า RCA น้อยกว่า 1 ดังนี้ ค่า RCA มากกว่า 1 ของสเปน คือ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 คือ 4.441, 4.452, 3.464 และ 2.657 ตามลำดับ ในปี พ.ศ.2549 คือ 1.085 ค่า RCA มากกว่า 1 ของอิตาลี คือ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 คือ 1989, 2.133, 1.823, 1.703, 1.107, 2.148, 3.538 และ 3.664 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี

ประเทศสหราชอาณาจักรมีค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง แต่มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงเวลา 2544-2550 คือ 13.633, 13.345, 13.810, 9.540, 1.979 และ 1.116 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่ามีแนวโน้มทิศทางของค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศสหราชอาณาจักร สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี

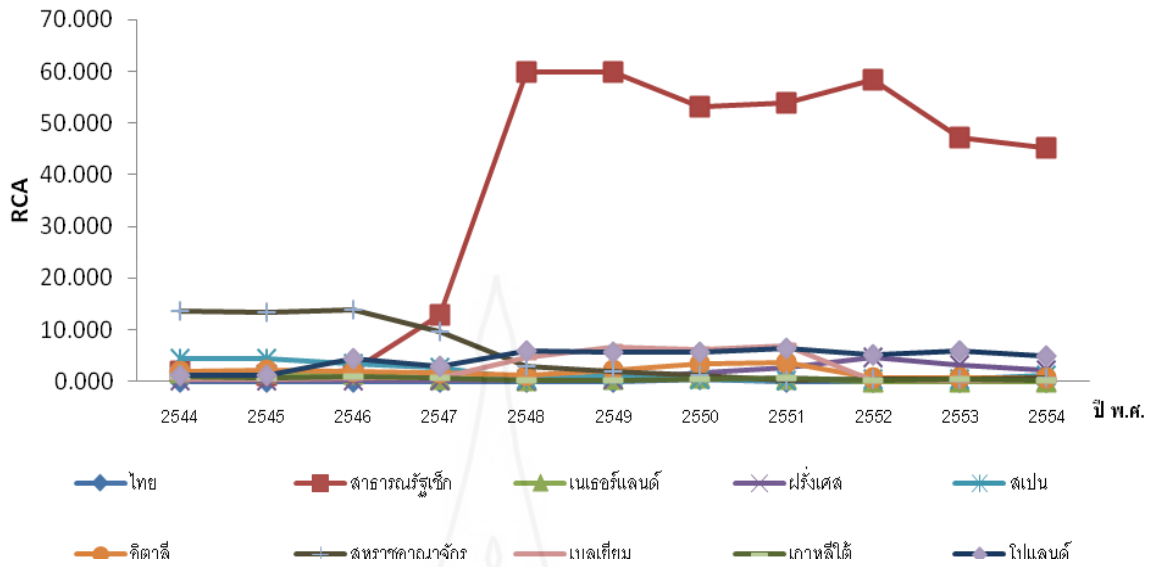
ประเทศเบลเยียม และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องแต่ในหลายช่วงปีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 มีในบางช่วงปีที่ค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี

ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ประเทศเกาหลีใต้มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศเกาหลีใต้ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมนี

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเยอรมนีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.004	0.003	0.003	0.003	0.010	0.336	0.010	0.000	0.000	0.001
2 สาธารณรัฐจีน	1.997	1.290	2.118	12.950	59.810	59.847	53.069	54.022	58.319	47.118	45.189
3 เนเธอร์แลนด์	1.727	1.585	1.336	0.544	0.064	0.361	0.642	0.518	0.033	0.024	0.010
4 ฝรั่งเศส	0.126	0.182	0.150	0.174	0.215	0.338	1.801	2.692	4.592	3.221	2.280
5 สเปน	4.441	4.452	3.464	2.657	0.508	1.085	0.408	0.307	0.341	0.454	1.153
6 อิตาลี	1.989	2.133	1.823	1.703	1.107	2.148	3.538	3.664	0.692	0.769	0.602
7 สหราชอาณาจักร	13.633	13.345	13.810	9.540	2.968	1.979	1.116	0.153	0.329	0.485	0.582
8 เบลเยียม	0.445	0.536	0.572	0.769	4.760	6.638	6.229	6.924	0.170	0.210	0.163
9 เกาหลีใต้	0.956	0.564	0.855	0.641	0.165	0.193	0.450	0.616	0.214	0.324	0.248
10 โปแลนด์	1.138	1.298	4.292	3.046	5.960	5.725	5.682	6.410	5.206	5.809	4.995

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.28



ภาพที่ 4.27 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมนีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมนีในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.28 และภาพที่ 4.28 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 27 ในตลาดเยอรมนี โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2550 คือ 0.03 ก่อนหน้าที่จะมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง คือ 0.00 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศโปแลนด์ มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ แต่ทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังนี้ สาธารณรัฐเช็กมีส่วนแบ่งตลาด คือ 3.23, 2.37, 4.33, 31.39, 69.26, 63.08, 60.00, 58.60, 75.76, 74.01 และ 77.50 ตามลำดับ โปแลนด์มีส่วนแบ่งตลาด คือ 1.79, 2.27, 8.45, 6.51, 6.62, 5.99, 6.19, 6.70, 6.64, 8.89 และ 8.05 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น และประเทศสาธารณรัฐเช็กมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมนีมากกว่าประเทศโปแลนด์

ประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังนี้ สหราชอาณาจักรมีส่วนแบ่งตลาด คือ 57.25, 56.80, 52.07, 36.02, 5.45, 3.43, 1.64, 0.20, 0.43, 0.73 และ 0.96

ตามลำดับ เนเธอร์แลนด์มีส่วนแบ่งตลาด คือ 12.74, 12.37, 11.06, 4.63, 0.28, 1.46, 2.55, 1.84, 0.13, 0.11 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเยอรมนี ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

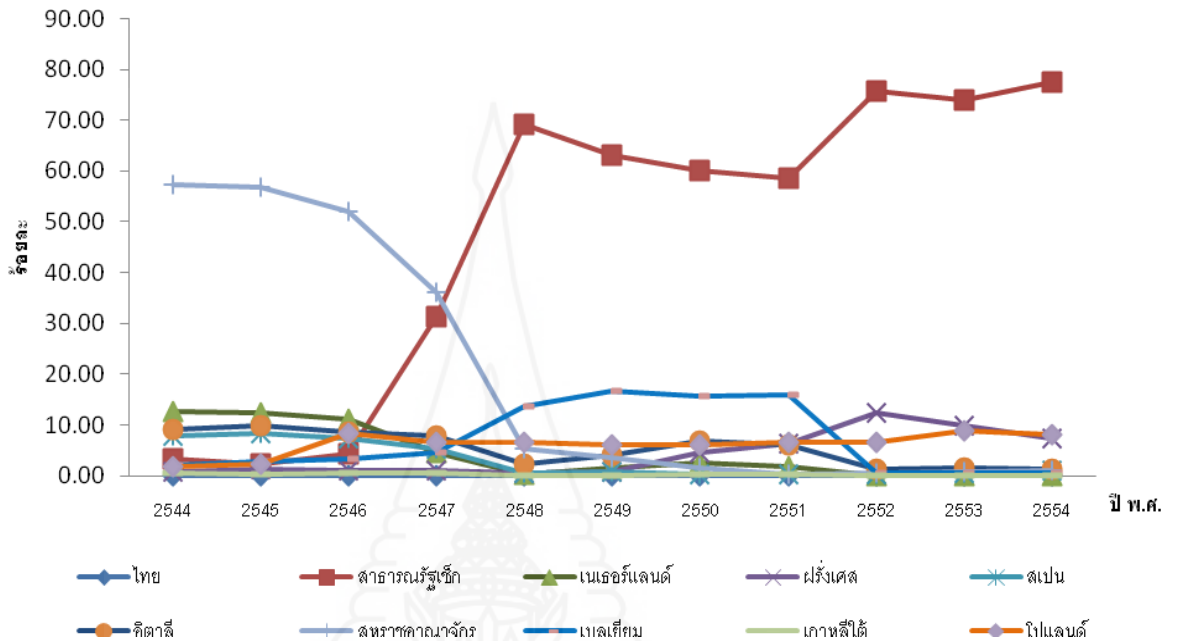
หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00
2 สาธารณรัฐเช็ก	3.23	2.37	4.33	31.39	69.26	63.08	60.00	58.60	75.76	74.01	77.50
3 เนเธอร์แลนด์	12.74	12.37	11.06	4.63	0.28	1.46	2.55	1.84	0.13	0.11	0.05
4 ฝรั่งเศส	0.77	1.18	1.02	1.13	0.65	0.90	4.62	6.36	12.28	9.87	7.32
5 สเปน	7.79	8.44	7.32	5.40	0.49	0.88	0.33	0.22	0.31	0.45	1.15
6 อิตาลี	9.03	9.78	8.66	7.80	2.38	4.10	6.83	6.19	1.26	1.63	1.36
7 สหราชอาณาจักร	57.25	56.80	52.07	36.02	5.45	3.43	1.64	0.20	0.43	0.73	0.96
8 เบลเยียม	1.96	2.83	3.23	4.45	13.58	16.62	15.68	15.80	0.44	0.59	0.47
9 เกาหลีใต้	0.53	0.32	0.54	0.51	0.08	0.07	0.16	0.16	0.07	0.13	0.08
10 โปแลนด์	1.79	2.27	8.45	6.51	6.62	5.99	6.19	6.70	6.64	8.89	8.05
รวม 10 ประเทศ	95.09	96.37	96.67	97.82	98.78	96.54	98.03	96.07	97.32	96.41	96.93
อื่นๆ	4.91	3.63	3.33	2.18	1.22	3.46	1.97	3.93	2.68	3.59	3.07
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.28

ประเทศเบลเยียม ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและลดลงไม่ต่อเนื่อง ดังนี้เบลเยียมมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปี พ.ศ.2544-2549 คือ 1.96, 2.83, 3.23, 4.45, 13.58 และ 16.62 ตามลำดับ และลดลงไม่ต่อเนื่องในปี พ.ศ.2550-2554 คือ 15.68, 15.80, 0.44, 0.49 และ 0.47 ตามลำดับ สเปนมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2544-2545 คือ 7.79 และ 8.44 ตามลำดับ และลดลงไม่ต่อเนื่องในปี พ.ศ.2546-2554 คือ 7.32, 5.40, 0.49, 0.88, 0.33, 0.22, 0.31, 0.45 และ 1.15 ตามลำดับ อิตาลีมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปี พ.ศ.2544-2545 คือ 9.03 และ 9.78 ตามลำดับ และลดลงไม่ต่อเนื่องในปี พ.ศ.2546-2554 คือ 8.66, 7.80, 2.38, 4.10, 6.83, 6.19, 1.26, 1.63 และ 1.36 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสามประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศฝรั่งเศส และประเทศเกาหลีใต้ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของ ส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออก ลดลง



ภาพที่ 4.28 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเยอรมนีระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.14 ตลาดเม็กซิโก

(1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด เม็กซิโกของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.29 และภาพที่ 4.29 เมื่อ พิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองลงมา จากบราซิล สหรัฐอเมริกา สเปน สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี แคนาดา ญี่ปุ่น สาธารณรัฐ เช็ก และสวีเดน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลาแสดงว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาด เม็กซิโก

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดเม็กซิโกพบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ประเทศบราซิลมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 บราซิลมีค่า RCA น้อยกว่า 1 และ ในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 1.794, 2.965, 7.601, 8.794 และ 3.384 ตามลำดับ

แสดงว่าประเทศบราซิลมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก

ประเทศสหรัฐอเมริกามีค่า RCA เป็นลำดับที่ 2 โดยค่า RCA มีทิศทางเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 และในปี พ.ศ.2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 2.687, 3.277, 4.732, 3.329, 2.575, 2.899, 2.627, 1.443 และ 1.098 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก

ประเทศสเปนมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 3 โดยค่า RCA มีทิศทางเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง สเปนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 และปี พ.ศ.2553 คือ 11.875, 5.017, 4.230, 1.255, 1.958 และ 2.280 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่า RCA โดยรวมทุกช่วงเวลา พบว่าในหลายๆช่วงเวลาสเปนมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศสเปนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเม็กซิโกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

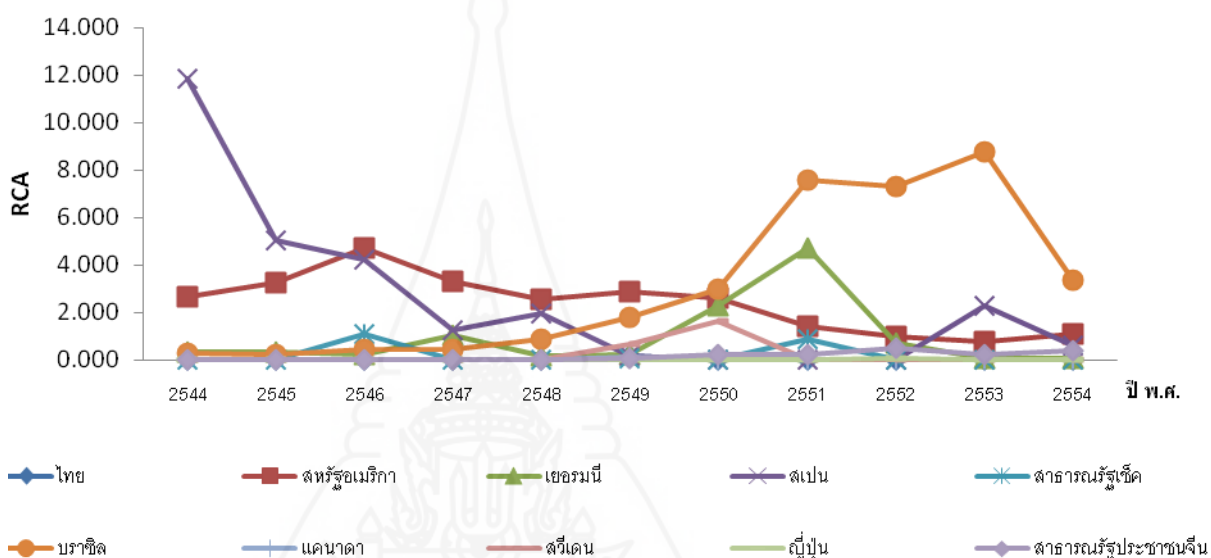
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.175	0.000	0.000	0.026	0.004	0.000
2 สหรัฐอเมริกา	2.687	3.277	4.732	3.329	2.575	2.899	2.627	1.443	0.981	0.792	1.098
3 เยอรมนี	0.333	0.353	0.225	1.023	0.189	0.232	2.270	4.740	0.689	0.048	0.072
4 สเปน	11.875	5.017	4.230	1.255	1.958	0.154	0.000	0.000	0.000	2.280	0.604
5 สาธารณรัฐจีน	0.000	0.000	1.119	0.000	0.000	0.068	0.000	0.884	0.000	0.000	0.000
6 บราซิล	0.276	0.248	0.455	0.446	0.872	1.794	2.965	7.601	7.312	8.794	3.384
7 แคนาดา	0.000	0.000	0.000	0.000	0.021	0.105	0.000	0.000	0.006	0.000	0.015
8 สวีเดน	0.034	0.003	0.000	0.000	0.000	0.679	1.628	0.006	0.000	0.000	0.000
9 ญี่ปุ่น	0.000	0.016	0.000	0.000	0.000	0.004	0.003	0.000	0.047	0.005	0.006
10 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.000	0.001	0.001	0.073	0.220	0.226	0.477	0.248	0.397

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.30 และ ก.31

ประเทศเยอรมนี ประเทศสาธารณรัฐจีน และประเทศสวีเดน มีทิศทางการเพิ่มขึ้นและลดลงของค่า RCA ไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงเวลา ในหลายๆช่วงเวลาทั้งสามประเทศ

มีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก

ประเทศแคนาดา ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งสามประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก



ภาพที่ 4.29 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเม็กซิโกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเม็กซิโกในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.30 และภาพที่ 4.30 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 14 ในตลาดเม็กซิโก โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2549 คือ 0.03 ก่อนหน้าที่จะมีทิศทาง การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 คือ 0.00, 0.00, 0.01, 0.00, 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดเม็กซิโก และมีทิศทาง การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2549 คือ 88.83, 94.14, 92.58, 93.39, 93.83 และ 96.03 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีทิศทาง การ

เปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 89.85, 70.96, 79.46, 73.11 และ 86.65 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีทิศทางเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2549-2554 คือ 0.16, 0.65, 1.02, 3.68, 2.50 และ 3.80 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศบราซิลมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดเม็กซิโกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2553 คือ 0.17, 0.17, 0.25, 0.45, 1.07, 1.97, 3.18, 10.58, 12.29 และ 18.45 ตามลำดับ และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ.2554 คือ 5.36 แสดงว่าประเทศบราซิลมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

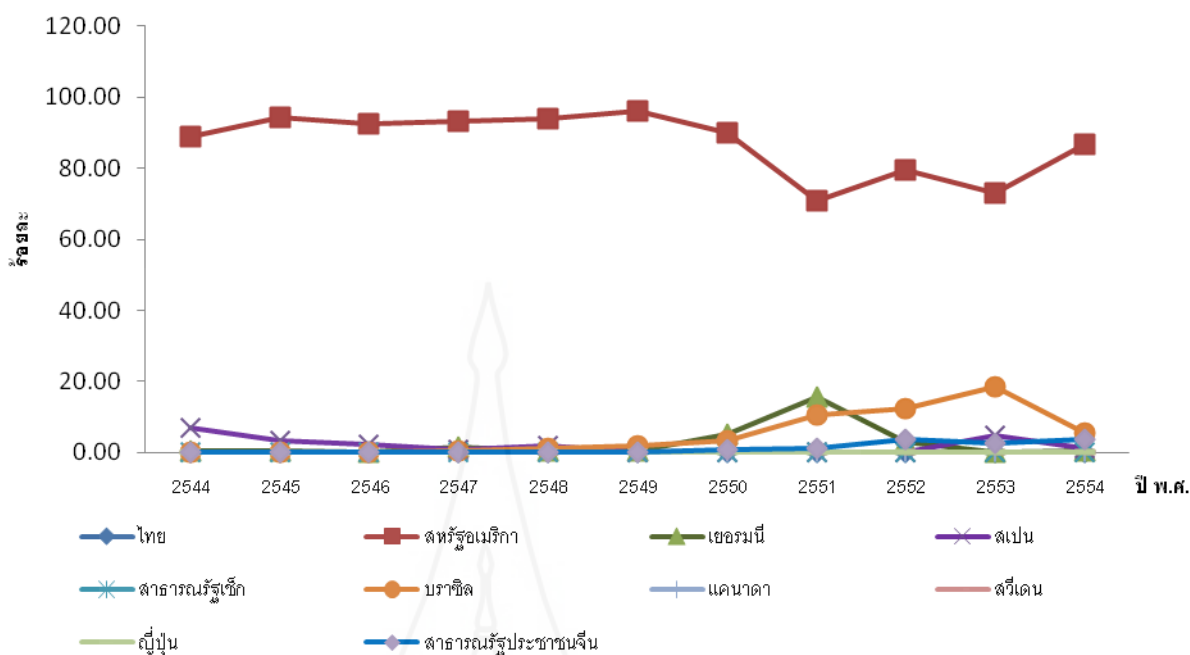
ประเทศเยอรมนีมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดเม็กซิโกเพิ่มขึ้นอย่างไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 0.52, 0.51, 0.25, 1.56, 0.41, 0.45, 5.05 และ 15.46 ตามลำดับ และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างรวดเร็วไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 คือ 3.08, 0.24 และ 0.30 แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเม็กซิโก ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
2 สหรัฐอเมริกา	88.83	94.14	92.58	93.39	93.83	96.03	89.85	70.96	79.46	73.11	86.65
3 เยอรมนี	0.52	0.51	0.25	1.56	0.41	0.45	5.05	15.46	3.08	0.24	0.30
4 สเปน	6.85	3.23	2.08	0.89	1.92	0.14	0.00	0.00	0.00	4.69	0.99
5 สาธารณรัฐเช็ก	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.07	0.00	0.00	0.00
6 บราซิล	0.17	0.17	0.25	0.45	1.07	1.97	3.18	10.58	12.29	18.45	5.36
7 แคนาดา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.03
8 สวีเดน	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.12	0.28	0.00	0.00	0.00	0.00
9 ญี่ปุ่น	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.20	0.02	0.02
10 สาธารณรัฐประชาชนจีน											
จีน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.16	0.65	1.02	3.68	2.50	3.80
รวม 10 ประเทศ	96.38	98.07	95.17	96.28	97.25	99.01	99.02	98.10	98.75	99.03	97.15
อื่นๆ	3.62	1.93	4.83	3.72	2.75	0.99	0.98	1.90	1.25	0.97	2.85
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.30



ภาพที่ 4.30 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเม็กซิโกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ประเทศสเปนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 6.85, 3.23, 2.08, 0.89, 1.92, 0.14, 0.00, 0.00, 0.00, 4.69 และ 0.99 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสเปนมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสาธารณรัฐเช็ก ประเทศแคนาดา ประเทศสวีเดน และประเทศญี่ปุ่น มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

1.2.15 ตลาดสหราชอาณาจักร

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรของประเทศต่างๆในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.31 และภาพที่ 4.31 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 8 รองจาก เยอรมนี อินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

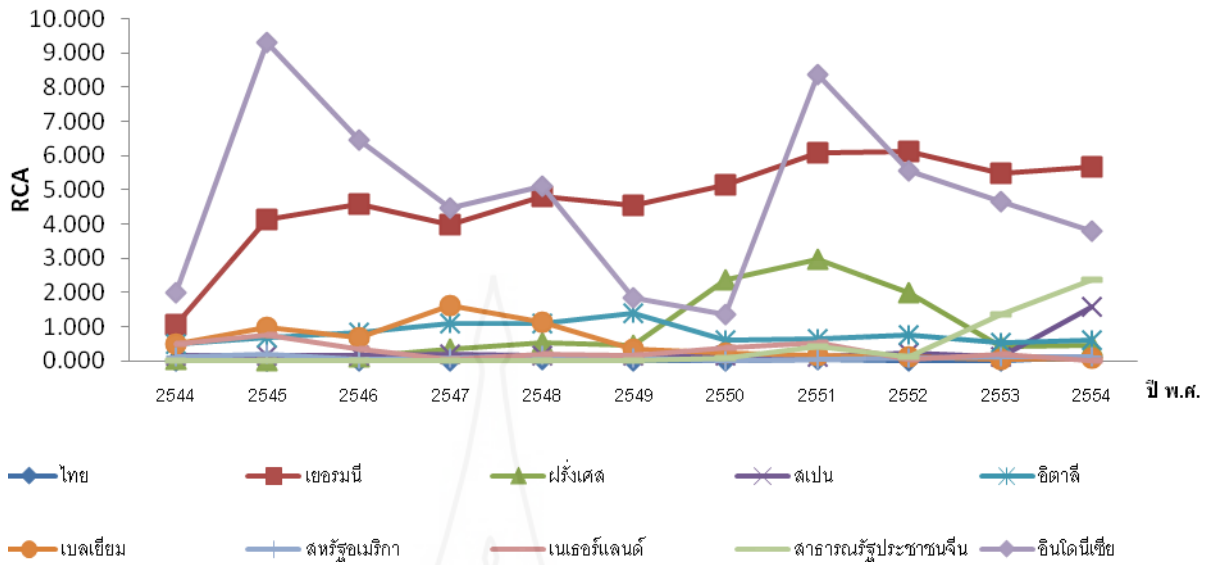
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.001	0.051	0.011	0.015	0.033	0.009	0.000	0.105
2 เยอรมนี	1.065	4.119	4.566	3.974	4.797	4.542	5.158	6.086	6.139	5.477	5.677
3 ฝรั่งเศส	0.025	0.008	0.108	0.343	0.534	0.443	2.351	2.974	1.993	0.423	0.447
4 สเปน	0.168	0.159	0.150	0.178	0.165	0.158	0.140	0.120	0.228	0.114	1.561
5 อิตาลี	0.497	0.680	0.815	1.101	1.101	1.405	0.599	0.657	0.766	0.527	0.598
6 เบลเยียม	0.506	0.983	0.695	1.608	1.115	0.335	0.223	0.161	0.096	0.052	0.064
7 สหรัฐอเมริกา	0.105	0.181	0.041	0.082	0.153	0.086	0.009	0.048	0.076	0.100	0.116
8 เนเธอร์แลนด์	0.496	0.767	0.324	0.035	0.179	0.163	0.375	0.508	0.046	0.170	0.012
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.016	0.007	0.000	0.008	0.082	0.408	0.113	1.345	2.362
10 อินโดนีเซีย	1.990	9.305	6.469	4.463	5.108	1.846	1.348	8.373	5.541	4.675	3.801

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.32 และ ก.33

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดสหราชอาณาจักร ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่าประเทศเยอรมนี และประเทศอินโดนีเซีย มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ทั้งสองประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา ปีพ.ศ.2544-2554 ค่า RCA มากกว่า 1 ของเยอรมนี คือ 1.065, 4.119, 4.566, 3.974, 4.797, 4.542, 5.158, 6.086, 6.139, 5.477 และ 5.677 ตามลำดับ ค่า RCA มากกว่า 1 ของอินโดนีเซีย คือ 1.990, 9.305, 6.469, 4.463, 5.108, 1.846, 1.348, 8.373, 5.541, 4.675 และ 3.801 ตามลำดับ นั่นคือในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสเปน ประเทศฝรั่งเศส ประเทศอิตาลี และประเทศเบลเยียมมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ไม่ต่อเนื่องในช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าทั้งห้าประเทศในหลายๆช่วงเวลา มีค่า RCA น้อยกว่า 1 จึงสรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร

ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศเนเธอร์แลนด์ ทั้งสองประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสองประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร



ภาพที่ 4.31 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สหราชอาณาจักรในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.32 และภาพที่ 4.32 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 35 ในตลาดสหราชอาณาจักร โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 0.03, 0.01, 0.01, 0.02, 0.00, 0.00 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเยอรมนีมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดสหราชอาณาจักร และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 43.94, 66.63, 79.11, 72.84, 76.03, 79.92, 74.66, 71.40, 71.40, 75.62, 60.73 และ 63.72 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลง

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดสหราชอาณาจักร และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2546-2554 คือ 0.05, 0.03, 0.00, 0.04, 0.40, 1.83, 0.59, 7.48 และ 13.14 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศสเปนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 1.56, 0.62, 0.61, 0.74, 0.58, 0.59, 0.42, 0.30, 0.55, 0.26 และ 3.72 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสเปนมีแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

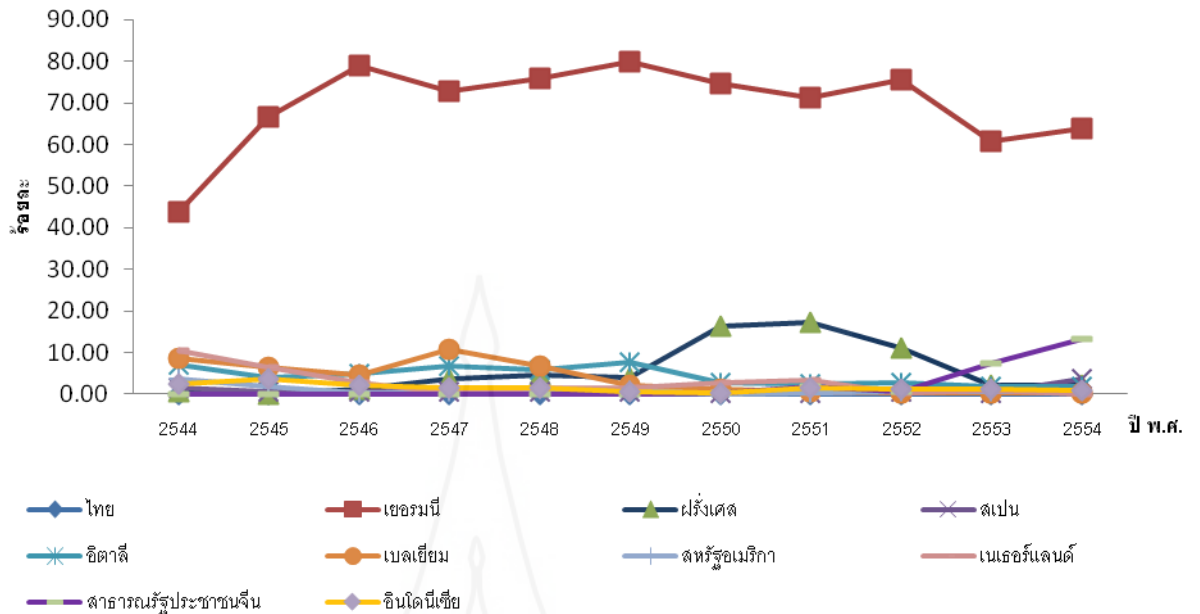
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.01	0.01	0.02	0.00	0.00	0.05
2 เยอรมนี	43.94	66.63	79.11	72.84	76.03	79.92	74.66	71.40	75.62	60.73	63.72
3 ฝรั่งเศส	0.69	0.09	1.12	3.64	4.50	4.02	16.37	17.39	11.08	2.11	2.19
4 สเปน	1.56	0.62	0.61	0.74	0.58	0.59	0.42	0.30	0.55	0.26	3.72
5 อิตาลี	7.22	3.87	4.81	6.87	5.88	7.82	2.66	2.32	2.64	1.75	1.82
6 เบลเยียม	8.58	6.56	4.52	10.70	6.65	2.13	1.11	0.68	0.43	0.21	0.27
7 สหรัฐอเมริกา	3.79	1.93	0.39	0.74	1.29	0.86	0.07	0.32	0.58	0.69	0.82
8 เนเธอร์แลนด์	10.55	6.38	2.64	0.31	1.44	1.49	2.87	3.26	0.28	0.99	0.07
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	0.05	0.03	0.00	0.04	0.40	1.83	0.59	7.48	13.14
10 อินโดนีเซีย	2.44	3.75	2.06	1.45	1.44	0.58	0.30	1.61	1.35	1.14	0.82
รวม 10 ประเทศ	78.79	89.81	95.31	97.32	97.84	97.47	98.87	99.14	93.12	75.36	86.62
อื่นๆ	21.21	10.19	4.69	2.68	2.16	2.53	1.13	0.86	6.88	24.64	13.38
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.32

ประเทศเบลเยียม ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งหกประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง



ภาพที่ 4.32 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด สหราชอาณาจักรระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.16 ตลาดอิตาลี

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด อิตาลีของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.33 และภาพที่ 4.33 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองลงมา จาก สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส เยอรมนี ญี่ปุ่น สเปน สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุก ช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดอิตาลี ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่า ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 ตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ค่า RCA มากกว่า 1 ของสาธารณรัฐเช็ก คือ 11.230, 11.460, 9.684, 13.264, 17.685, 9.762, 5.737, 4.636, 9.248, 8.729 และ 6.441 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ ส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี

ประเทศสหราชอาณาจักร ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่ามีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา ในหลายๆช่วงเวลามีค่า RCA มากกว่า 1 ดังนี้ ช่วงปี พ.ศ.2544-2545 ช่วงปี พ.ศ.2549-2550 และช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ค่า RCA คือ 3.728, 1.536, 1.094, 1.076, 1.498 และ 1.292 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศสหราชอาณาจักรมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี

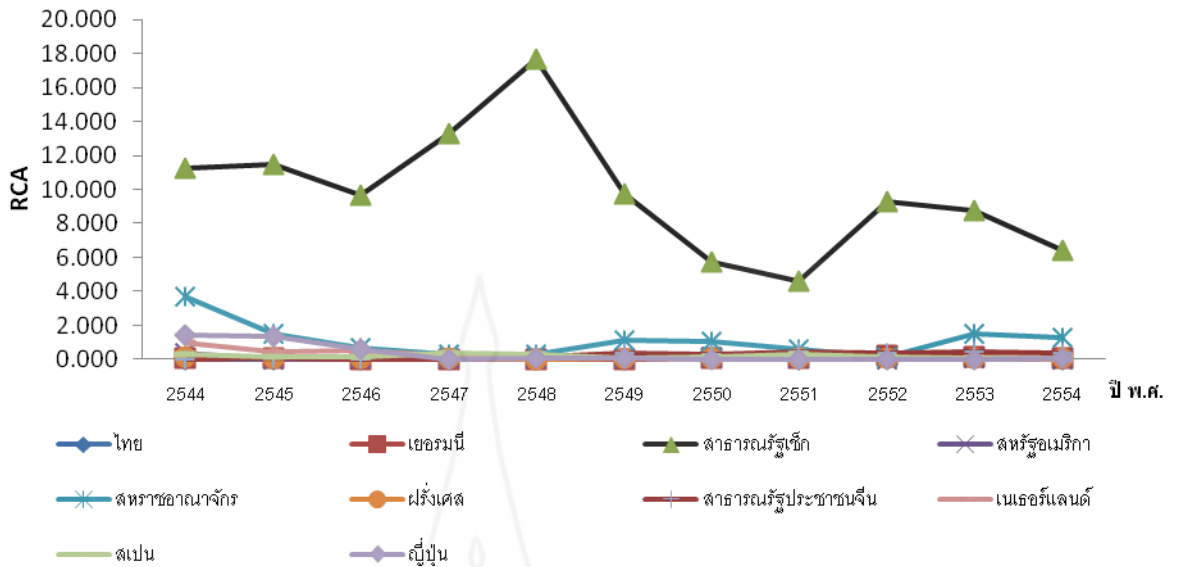
ประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงเวลา พ.ศ.2544-2545 คือ 1.452 และ 1.356 ตามลำดับ ก่อนหน้าที่จะมีค่า RCA ลดลงและมีค่าน้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ. 2546-2554 แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.019	0.000	0.000	0.000	0.005	0.126	0.002	0.033	0.056	0.000
2 เยอรมนี	0.041	0.039	0.017	0.020	0.027	0.023	0.065	0.095	0.184	0.120	0.085
3 สาธารณรัฐเช็ก	11.230	11.460	9.684	13.264	17.685	9.762	5.737	4.636	9.248	8.729	6.441
4 สหรัฐอเมริกา	0.400	0.000	0.032	0.062	0.082	0.084	0.135	0.088	0.008	0.066	0.018
5 สหราชอาณาจักร	3.728	1.536	0.660	0.296	0.266	1.094	1.076	0.580	0.115	1.498	1.292
6 ฝรั่งเศส	0.126	0.044	0.041	0.050	0.027	0.056	0.048	0.051	0.068	0.048	0.091
7 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.083	0.002	0.015	0.177	0.346	0.261	0.425	0.388	0.438	0.376
8 เนเธอร์แลนด์	0.971	0.469	0.555	0.231	0.129	0.039	0.052	0.087	0.056	0.040	0.008
9 สเปน	0.276	0.168	0.167	0.336	0.270	0.038	0.137	0.319	0.116	0.065	0.055
10 ญี่ปุ่น	1.452	1.356	0.613	0.026	0.055	0.075	0.028	0.020	0.027	0.000	0.058

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.34 และ ก.35

ประเทศเยอรมนี ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศสเปนทั้งหมดประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ. 2544-2554 แสดงว่าทั้งหกประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี



ภาพที่ 4.33 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.34 และภาพที่ 4.34 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 33 ในตลาดอิตาลี โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2545-2554 คือ 0.02, 0.00, 0.00, 0.00, 0.01, 0.27, 0.00, 0.05, 0.09 และ 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ในตลาดอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังนี้ สาธารณรัฐเช็กมีส่วนแบ่งตลาด คือ 14.39, 24.54, 24.56, 34.87, 59.78, 43.35, 37.32, 37.76, 56.43, 48.17 และ 45.97 ตามลำดับ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีส่วนแบ่งตลาด คือ 0.00, 0.55, 0.01, 0.13, 2.13, 5.58, 5.98, 13.58, 9.66, 12.87 และ 13.58 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสเปน และประเทศสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศเยอรมนีมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2552 คือ 1.60, 2.36, 1.04, 1.15, 1.82, 1.70, 6.09, 10.39 และ 15.84 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ 8.76 และ 7.84 แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

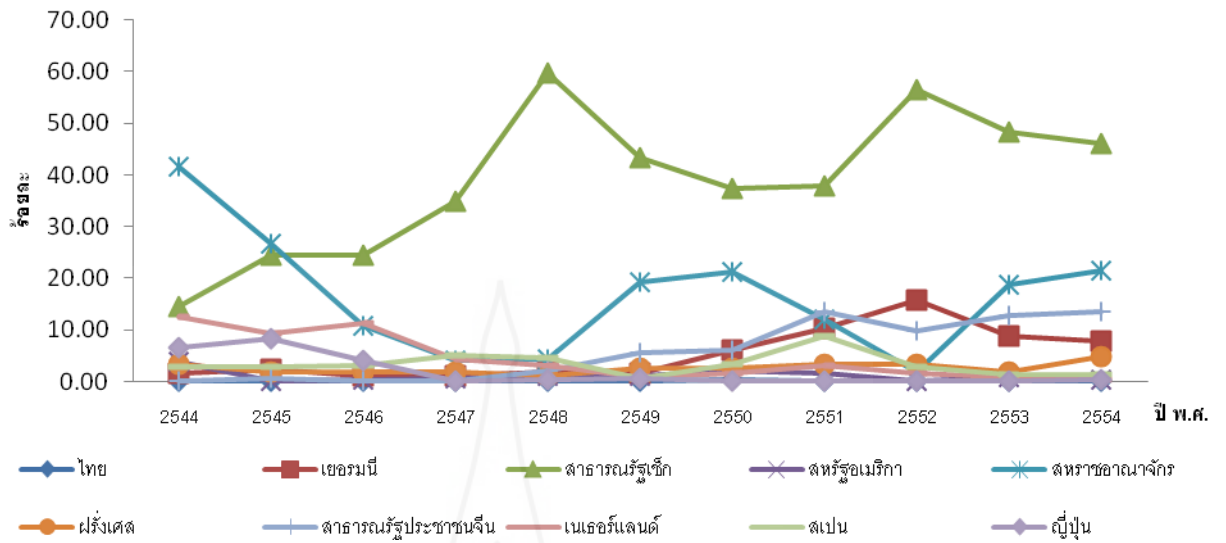
ประเทศฝรั่งเศส มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.01	0.27	0.00	0.05	0.09	0.00
2 เยอรมนี	1.60	2.36	1.04	1.15	1.82	1.70	6.09	10.39	15.84	8.76	7.84
3 สาธารณรัฐจีน	14.39	24.54	24.56	34.87	59.78	43.35	37.32	37.76	56.43	48.17	45.97
4 สหรัฐอเมริกา	3.76	0.00	0.40	0.59	0.97	1.07	2.06	1.63	0.13	0.89	0.31
5 สหราชอาณาจักร	41.60	26.74	10.75	4.07	4.36	19.19	21.19	12.06	1.78	18.68	21.58
6 ฝรั่งเศส	3.26	1.80	1.73	1.81	1.12	2.47	2.61	3.22	3.24	1.90	4.71
7 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.55	0.01	0.13	2.13	5.58	5.98	13.58	9.66	12.87	13.58
8 เนเธอร์แลนด์	12.54	9.39	11.40	4.39	2.99	0.91	1.52	3.02	1.53	0.94	0.23
9 สเปน	2.74	2.75	2.97	4.97	4.48	0.71	3.33	8.75	2.75	1.39	1.39
10 ญี่ปุ่น	6.63	8.37	3.96	0.15	0.32	0.49	0.21	0.16	0.16	0.00	0.33
รวม 10 ประเทศ	86.50	76.53	56.83	52.13	77.97	75.48	80.57	90.58	91.57	93.69	95.94
อื่นๆ	13.50	23.47	43.17	47.87	22.03	24.52	19.43	9.42	8.43	6.31	4.06
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.34



ภาพที่ 4.34 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.17 ตลาดฝรั่งเศส

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.35 และภาพที่ 4.35 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองมาจาก สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร โปแลนด์ อิตาลี สเปน เยอรมนี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดฝรั่งเศส ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่าประเทศสาธารณรัฐเช็ก และประเทศสหราชอาณาจักร มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ทั้งสองประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา ปีพ.ศ. 2544-2554 ค่า RCA มากกว่า 1 ของสาธารณรัฐเช็ก คือ 4.050, 5.407, 8.501, 16.871, 10.077, 4.556, 5.569, 4.644, 6.387, 8.344 และ 22.764 ตามลำดับ ค่า RCA มากกว่า 1 ของสหราชอาณาจักร คือ 3.679, 2.508, 2.679, 2.271, 1.572, 1.623, 2.126, 1.168, 16.348, 11.460 และ 5.383 ตามลำดับ นั่นคือในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส

และสาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศสมากกว่าสหราชอาณาจักร

ประเทศโปแลนด์ ณ. สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่ามีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 3 ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา ในหลายๆช่วงเวลามีค่า RCA มากกว่า 1 ดังนี้ ช่วงปี พ.ศ.2544-2547 และช่วงปี พ.ศ.2552-2554 ค่า RCA คือ 8.316, 7.054, 36.731, 10.263, 1.557, 2.196 และ 3.085 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศโปแลนด์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส

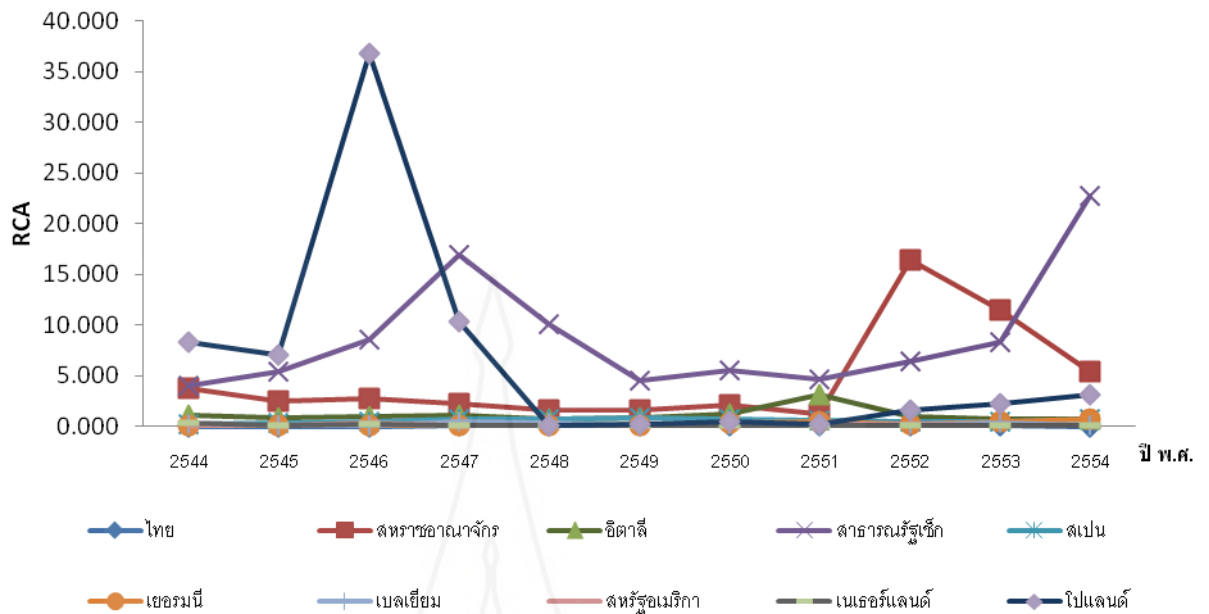
ประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ไม่ต่อเนื่องในช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าอิตาลีในหลายๆช่วงเวลา มีค่า RCA น้อยกว่า 1 จึงสรุปได้ว่าประเทศอิตาลี ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส

ประเทศสเปน ประเทศเยอรมนี ประเทศเบลเยียม ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศเนเธอร์แลนด์ ทั้งห้าประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ. 2544-2554 แสดงว่าทั้งห้าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฝรั่งเศสระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.047	0.037	0.067	0.060	0.087	0.023	0.005	0.000
2 สหราชอาณาจักร	3.679	2.508	2.679	2.271	1.572	1.623	2.126	1.168	16.348	11.460	5.383
3 อิตาลี	1.023	0.820	0.903	1.136	0.733	0.844	1.194	3.086	0.926	0.689	0.758
4 สาธารณรัฐเช็ก	4.050	5.407	8.501	16.871	10.077	4.556	5.569	4.644	6.387	8.344	22.764
5 สเปน	0.224	0.321	0.390	0.650	0.637	0.791	0.669	0.593	0.406	0.507	0.734
6 เยอรมนี	0.103	0.109	0.057	0.081	0.062	0.122	0.331	0.410	0.199	0.447	0.637
7 เบลเยียม	0.157	0.084	0.070	0.396	0.357	0.127	0.141	0.117	0.132	0.289	0.090
8 สหรัฐอเมริกา	0.019	0.039	0.351	0.043	0.037	0.079	0.091	0.171	0.130	0.080	0.068
9 เนเธอร์แลนด์	0.300	0.090	0.142	0.079	0.055	0.057	0.052	0.073	0.055	0.035	0.010
10 โปแลนด์	8.316	7.054	36.731	10.263	0.004	0.140	0.453	0.236	1.557	2.196	3.085

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.36 และ ก.37



ภาพที่ 4.35 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตลาดฝรั่งเศสระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.36 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 33 ในตลาดฝรั่งเศส ซึ่งไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2547-2552 คือ 0.02, 0.02, 0.04, 0.03, 0.04 และ 0.01 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศสพบว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งในตลาดฝรั่งเศสมากที่สุด โดยมีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 3.19, 6.36, 6.60, 17.37, 19.63, 10.54, 12.25, 8.91, 6.85, 10.39 และ 32.35 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศสหราชอาณาจักรมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดฝรั่งเศส มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 54.36, 45.73, 27.31, 25.36, 28.72, 38.16, 25.14 และ 9.75 ตามลำดับ ในปี พ.ศ.2552 เพิ่มขึ้นอย่าง

รวดเร็ว คือ 69.80 ก่อนจะลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ.2553-2554 คือ 57.26 และ 29.14 แสดงว่าประเทศสหราชอาณาจักรมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ส่วนแบ่งตลาดของประเทศโปแลนด์มีทิศทางการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 คือ 8.94, 11.50 และ 40.78 ตามลำดับ ก่อนที่จะลดลงอย่างรวดเร็วและไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 คือ 15.26, 0.01, 0.43, 1.28, 0.60, 2.45, 4.18 และ 5.69 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศโปแลนด์มีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศอิตาลีมีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 16.88, 16.65, 11.29, 16.29, 16.69, 18.27, 22.49 และ 45.05 ตามลำดับ ก่อนที่จะลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 คือ 7.20, 6.28 และ 7.36 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศอิตาลีมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

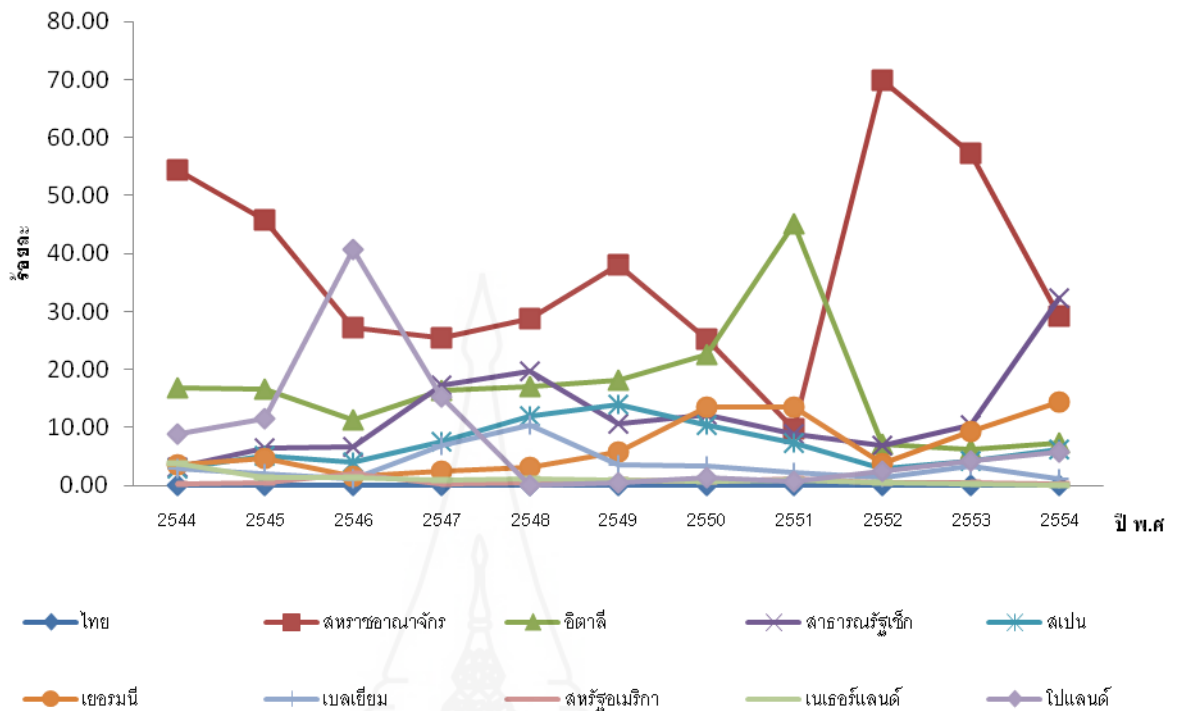
ประเทศสเปน ประเทศเบลเยียม ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02	0.04	0.03	0.04	0.01	0.00	0.00
2 สหราชอาณาจักร	54.36	45.73	27.31	25.36	28.72	38.16	25.14	9.75	69.80	57.26	29.14
3 อิตาลี	16.88	16.65	11.29	16.29	16.96	18.27	22.49	45.05	7.20	6.28	7.36
4 สาธารณรัฐจีน	3.19	6.36	6.60	17.37	19.63	10.54	12.25	8.91	6.85	10.39	32.35
5 สเปน	2.80	5.04	3.94	7.59	11.97	14.04	10.50	7.38	2.96	4.20	6.23
6 เยอรมนี	3.50	4.57	1.49	2.45	3.02	5.69	13.51	13.50	3.72	9.32	14.38
7 เบลเยียม	2.86	1.95	1.04	6.86	10.47	3.47	3.33	2.31	1.43	3.46	1.13
8 สหรัฐอเมริกา	0.20	0.49	2.01	0.29	0.42	0.83	0.80	1.18	0.57	0.38	0.31
9 เนเธอร์แลนด์	3.83	1.45	1.41	0.91	1.05	0.99	0.78	0.93	0.39	0.30	0.09
10 โปแลนด์	8.94	11.50	40.78	15.26	0.01	0.43	1.28	0.60	2.45	4.18	5.69
รวม 10 ประเทศ	96.57	93.74	95.88	92.41	92.29	92.46	90.11	89.66	95.39	95.79	96.67
อื่นๆ	3.43	6.26	4.12	7.59	7.71	7.54	9.89	10.34	4.61	4.21	3.33
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.36



ภาพที่ 4.36 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.18 ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.37 และภาพที่ 4.37 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 5 รองลงมาจาก สาธารณรัฐจีน เยอรมนี ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่าประเทศสาธารณรัฐจีนมีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 และในช่วงปี พ.ศ.2548-2554 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 16.063, 22.510, 100.441, 93.984, 41.566, 26.595 และ 2.176 และประเทศสาธารณรัฐจีนมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา ในปี พ.ศ. 2550 ค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อนหน้าที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศ

สาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศเยอรมนีมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในหลายๆช่วงเวลาที่เยอรมนีมีค่า RCA มากกว่า 1 ดังนี้ ช่วงปี พ.ศ.2545-2546 มีค่า RCA คือ 2.238 และ 4.228 ตามลำดับ ช่วงปี พ.ศ.2548-2550 มีค่า RCA คือ 1.540, 3.253 และ 2.076 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 1.820 และ 1.945 ตามลำดับ นอกเหนือจากช่วงเวลาดังกล่าว ประเทศเยอรมนีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าประเทศเยอรมนีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

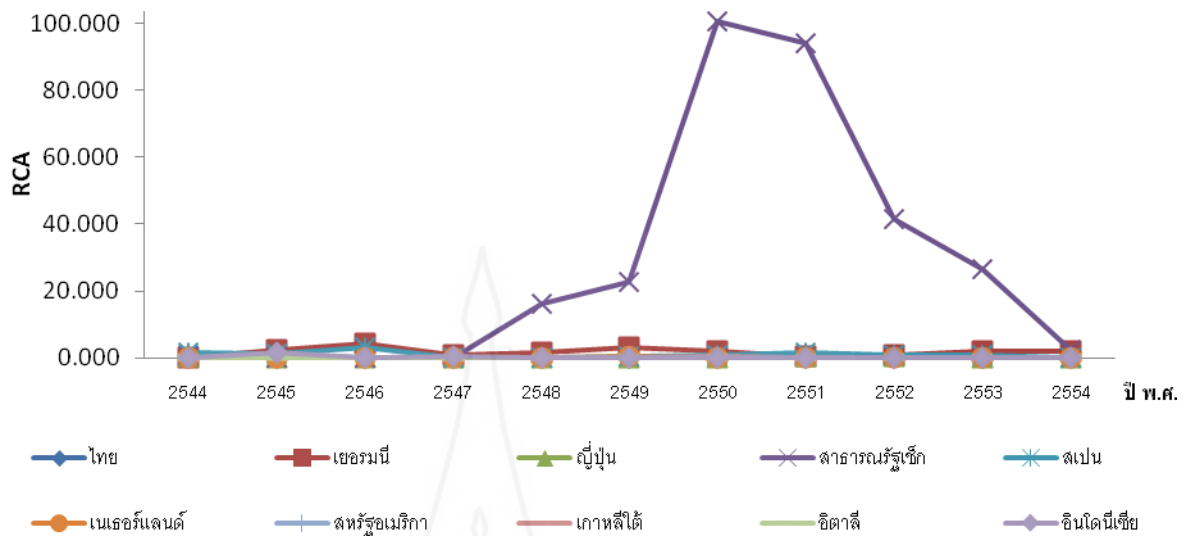
ประเทศสเปน ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอินโดนีเซีย ทั้งสามประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในหลายๆช่วงเวลาที่ทั้งสามประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศอิตาลีทั้งสี่ประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสี่ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.013	0.000	0.008	0.003	0.000	0.062	0.030	0.012
2 เยอรมนี	0.019	2.238	4.228	0.817	1.540	3.253	2.076	0.390	0.722	1.820	1.945
3 ญี่ปุ่น	0.405	0.157	0.005	0.006	0.045	0.097	0.142	0.237	0.334	0.192	0.208
4 สาธารณรัฐเช็ก	0.990	0.000	0.000	0.000	16.063	22.510	100.441	93.984	41.566	26.595	2.176
5 สเปน	1.393	1.301	2.948	0.000	0.000	0.394	0.856	1.594	0.974	0.992	0.000
6 เนเธอร์แลนด์	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.501	0.008	0.147	0.000	0.014	0.001
7 สหรัฐอเมริกา	0.196	1.127	0.155	0.073	0.084	0.080	0.065	0.101	0.093	0.165	0.139
8 เกาหลีใต้	0.034	0.107	0.057	0.054	0.161	0.131	0.357	0.099	0.043	0.004	0.003
9 อิตาลี	0.121	0.124	0.000	0.000	0.028	0.050	0.067	0.000	0.002	0.056	0.007
10 อินโดนีเซีย	0.000	1.534	0.196	0.521	0.000	0.071	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.38 และ ก.39



ภาพที่ 4.37 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.38 และภาพที่ 4.38 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 6 ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รองจากเยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเช็ก และเกาหลีใต้ โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2547-2554 คือ 0.30, 0.01, 0.06, 0.02, 0.00, 0.78, 0.29 และ 0.14 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเยอรมนีมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 1.10, 43.49, 82.37, 67.14, 61.48, 72.02, 39.32, 11.76, 29.56, 58.58 และ 76.84 แสดงว่าประเทศเยอรมนีมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 66.76, 8.85, 0.28, 1.35, 5.54, 5.88, 7.25, 17.82, 28.65, 13.01 และ 14.78 แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 20.06, 35.17, 4.17, 7.98, 5.33, 2.82, 1.92, 4.26, 5.08, 6.87 และ 6.36 แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสาธารณรัฐเช็กมีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2544-2551 คือ 0.42, 0.00, 0.00, 0.00, 7.34, 5.91, 32.86 และ 45.80 ตามลำดับ ก่อนที่จะลดลงต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 คือ 27.48, 14.62 และ 1.59 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเกาหลีใต้มีทิศทางการเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 คือ 3.30, 3.57, 1.90, 8.52 และ 15.30 ตามลำดับ ก่อนที่จะลดลงไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 คือ 5.97, 13.70, 5.44, 2.91, 0.19 และ 0.17 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศเกาหลีใต้มีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศสเปน ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศอิตาลี และประเทศอินโดนีเซีย มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

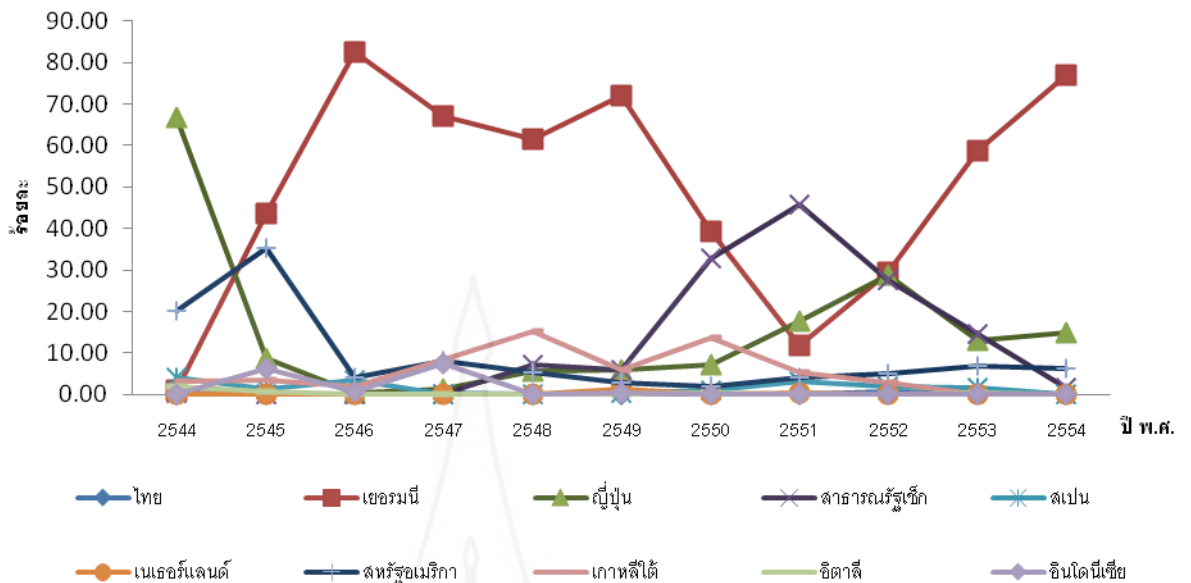
ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาด

สาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.30	0.01	0.06	0.02	0.00	0.78	0.29	0.14
2 เยอรมนี	1.10	43.49	82.37	67.14	61.48	72.02	39.32	11.76	29.56	58.58	76.84
3 ญี่ปุ่น	66.76	8.85	0.28	1.35	5.54	5.88	7.25	17.82	28.65	13.01	14.78
4 สาธารณรัฐเช็ก	0.42	0.00	0.00	0.00	7.34	5.91	32.86	45.80	27.48	14.62	1.59
5 สเปน	4.20	1.37	3.47	0.00	0.00	0.56	1.16	3.03	2.10	1.56	0.00
6 เนเธอร์แลนด์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.33	0.02	0.51	0.00	0.04	0.00
7 สหรัฐอเมริกา	20.06	35.17	4.17	7.98	5.33	2.82	1.92	4.26	5.08	6.87	6.36
8 เกาหลีใต้	3.30	3.57	1.90	8.52	15.30	5.97	13.70	5.44	2.91	0.19	0.17
9 อิตาลี	1.86	0.66	0.00	0.00	0.24	0.23	0.27	0.00	0.01	0.29	0.04
10 อินโดนีเซีย	0.00	6.28	0.70	7.63	0.00	0.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม 10 ประเทศ	97.71	99.40	92.90	92.92	95.23	95.17	96.52	88.62	96.57	95.45	99.93
อื่นๆ	2.29	0.60	7.10	7.08	4.77	4.83	3.48	11.38	3.43	4.55	0.07
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.38



ภาพที่ 4.38 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.19 ตลาดเนเธอร์แลนด์

1) การวิเคราะห์ดัชนี RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.39 และภาพที่ 4.39 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 9 รองลงมาจากสาธารณรัฐจีน สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เยอรมนี อิตาลี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดเนเธอร์แลนด์ ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่าประเทศสาธารณรัฐจีน ประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศญี่ปุ่น มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1,2 และ 3 ตามลำดับ โดยทั้งสามประเทศมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แต่สาธารณรัฐจีนมีค่า RCA สูงกว่าอีก 2 ประเทศทุกช่วงเวลาดังนี้ 55.048, 30.376, 41.067, 16.784, 10.447, 2.443, 3.995, 10.456, 10.678, 5.229 และ 4.478 ตามลำดับ แสดงว่าสาธารณรัฐจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์สูงกว่า สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น ค่า RCA ของสหราชอาณาจักรมีค่ามากกว่า 1 คือ 7.174, 9.689, 11.316, 13.986, 8.919, 7.935, 6.504, 5.279, 3.104, 2.534 และ 2.390 และค่า RCA ของญี่ปุ่นมีค่ามากกว่า 1

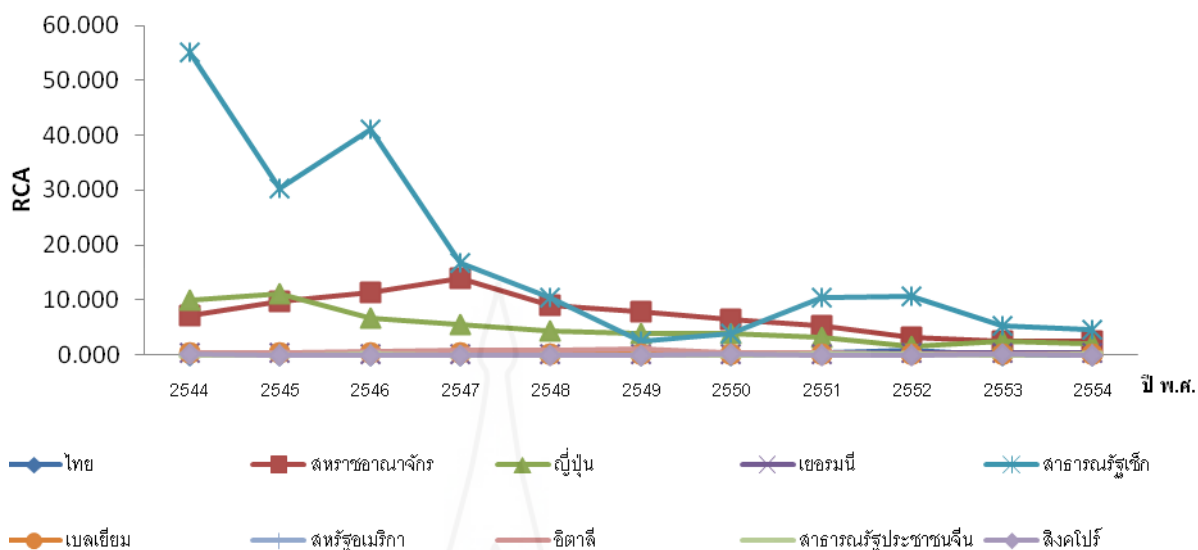
คือ 9.848, 11.157, 6.706, 5.588, 4.329, 3.857, 3.801, 3.152, 1.444, 2.400 และ 2.067 แสดงว่าทั้งสามประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์

ประเทศเยอรมนี ประเทศเบลเยียม ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศสิงคโปร์ ทั้งหมดประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งหกประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.003	0.000	0.000	0.000	0.032	0.002	0.000	0.403	0.856	0.000	0.001
2 สหราชอาณาจักร	7.174	9.689	11.316	13.986	8.919	7.935	6.504	5.279	3.104	2.534	2.390
3 ญี่ปุ่น	9.848	11.157	6.706	5.588	4.329	3.857	3.801	3.152	1.444	2.400	2.067
4 เยอรมนี	0.337	0.300	0.152	0.139	0.135	0.113	0.122	0.164	0.482	0.395	0.365
5 สาธารณรัฐจีน	55.048	30.376	41.067	16.784	10.447	2.443	3.995	10.456	10.678	5.229	4.478
6 เบลเยียม	0.474	0.359	0.292	0.413	0.115	0.139	0.092	0.093	0.104	0.143	0.133
7 สหรัฐอเมริกา	0.046	0.045	0.042	0.004	0.002	0.007	0.024	0.053	0.026	0.078	0.056
8 อิตาลี	0.308	0.437	0.516	0.831	0.805	0.981	0.307	0.296	0.119	0.144	0.240
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.000	0.000	0.032	0.000	0.012	0.007	0.005	0.034	0.043	0.005	0.023
10 สิงคโปร์	0.038	0.000	0.000	0.000	0.004	0.000	0.145	0.014	0.000	0.050	0.000

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.40 และ ก.41



ภาพที่ 4.39 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดตลาดเนเธอร์แลนด์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.40 และภาพที่ 4.40 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 9 ในตลาดเนเธอร์แลนด์ รองลงมาจากสหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก เบลเยียม อิตาลี สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 0.03, 0.00, 0.00, 0.48, 1.34, 0.00, และ 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของประเทศสหราชอาณาจักรไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์ พบว่าสหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2544-2549 คือ 42.39, 51.25, 56.89, 64.63, 64.91 และ 71.87 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 63.28, 54.06, 42.65, 41.60 และ 41.72 แสดงว่าประเทศสหราชอาณาจักรมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 32.70, 30.22, 18.31, 15.82,

18.04, 16.91, 22.88, 18.90, 9.81, 20.38 และ 17.82 แสดงว่าประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพในการส่งออก แม้ว่าแนวโน้มลดลง

ประเทศเยอรมนี และประเทศเบลเยียม มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังนี้ เยอรมนีมีส่วนแบ่งตลาด คือ 3.34, 2.82, 1.60, 1.62, 2.48, 2.24, 3.25, 4.34, 17.63, 16.77 และ 16.40 ตามลำดับ เบลเยียมมีส่วนแบ่งตลาด คือ 3.18, 2.31, 2.03, 3.14, 1.42, 1.81, 1.52, 1.54, 2.31, 3.60 และ 3.72 ตามลำดับ แสดงว่าทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการส่งออก แม้ว่าแนวโน้มเพิ่มขึ้น

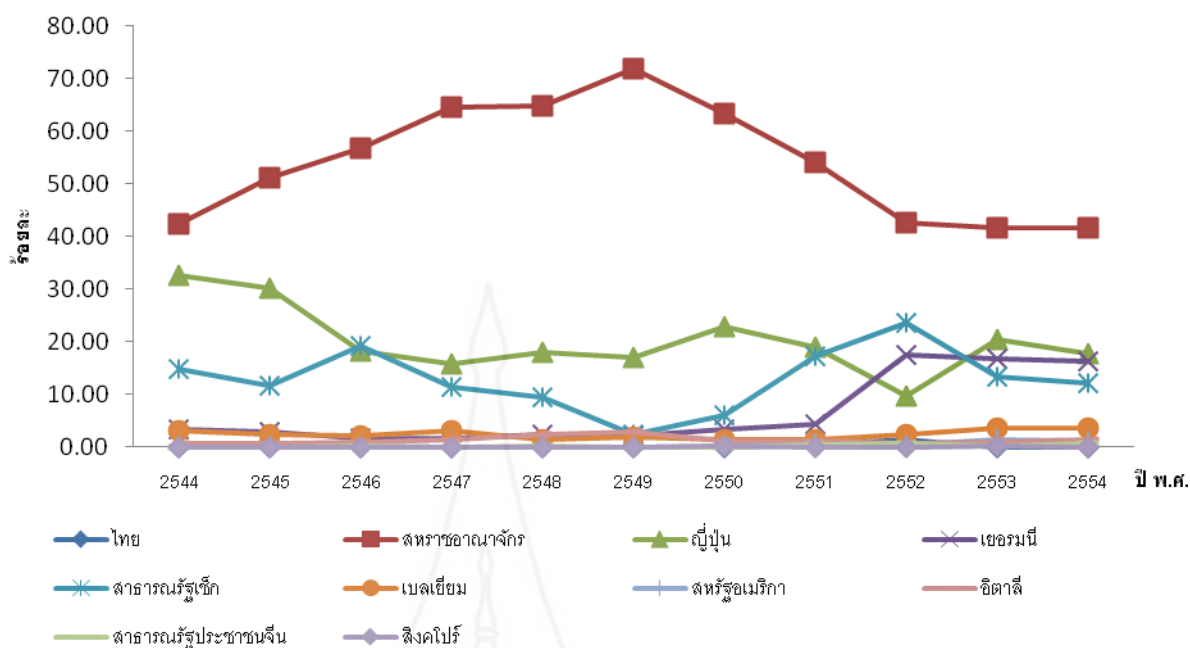
ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 14.85, 11.64, 19.19, 11.32, 9.42, 2.48, 5.95, 17.15, 23.56, 13.29 และ 12.21 แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีศักยภาพในการส่งออกประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอิตาลี ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศสิงคโปร์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าทั้งสี่ประเทศมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ ระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.48	1.34	0.00	0.00
2 สหราชอาณาจักร	42.39	51.25	56.89	64.63	64.91	71.87	63.28	54.06	42.65	41.60	41.72
3 ญี่ปุ่น	32.70	30.22	18.31	15.82	18.04	16.91	22.88	18.90	9.81	20.38	17.82
4 เยอรมนี	3.34	2.82	1.60	1.62	2.48	2.24	3.25	4.34	17.63	16.77	16.40
5 สาธารณรัฐเช็ก	14.85	11.64	19.19	11.32	9.42	2.48	5.95	17.15	23.56	13.29	12.21
6 เบลเยียม	3.18	2.31	2.03	3.14	1.42	1.81	1.52	1.54	2.31	3.60	3.72
7 สหรัฐอเมริกา	0.26	0.21	0.20	0.02	0.01	0.06	0.26	0.60	0.43	1.41	1.15
8 อิตาลี	0.57	0.73	0.86	1.46	2.29	2.91	1.17	1.07	0.59	0.82	1.45
9 สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.00	0.00	0.10	0.00	0.10	0.06	0.07	0.45	0.79	0.12	0.67
10 สิงคโปร์	0.04	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.27	0.03	0.00	0.16	0.00
รวม 10 ประเทศ	97.71	99.40	92.90	92.92	95.23	95.17	96.52	88.62	96.57	95.45	99.93
อื่นๆ	2.29	0.60	7.10	7.08	4.77	4.83	3.48	11.38	3.43	4.55	0.07
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.40



ภาพที่ 4.40 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

1.2.20 ตลาดสเปน

1) การวิเคราะห์ค้ำนี้ RCA

จากการวิเคราะห์ค่า RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนของประเทศต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.41 และภาพที่ 4.41 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศไทย พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 ไทยมีค่า RCA เป็นลำดับที่ 10 รองลงมาจากสาธารณรัฐเช็ก โปรตุเกส ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา อิตาลี สหราชอาณาจักร เบลเยียม เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ พบว่าไทยมี RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

เมื่อพิจารณาประเทศคู่แข่งในตลาดสเปน ณ.สิ้นปี พ.ศ.2554 พบว่าประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีค่า RCA มากเป็นอันดับที่ 1 สาธารณรัฐเช็กมีค่า RCA มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา ปีพ.ศ. 2544-2554 ค่า RCA มากกว่า 1 ของสาธารณรัฐเช็ก คือ 46.756, 38.460, 16.547, 20.073, 12.469, 16.912, 9.856, 7.500, 5.095, 9.390 และ 8.313 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

ประเทศโปรตุเกส และประเทศอิตาลีมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในหลายๆช่วงเวลาที่โปรตุเกส และอิตาลีมีค่า RCA มากกว่า 1 ดังนี้ โปรตุเกสมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2544 คือ 2.320 ในช่วงปี พ.ศ.2546-2554 มีค่า RCA คือ 1.630, 1.715, 5.668, 20.795, 18.581, 1.497, 2.681, 3.909 และ 5.851 ตามลำดับ อิตาลีมีค่า RCA มากกว่า 1 ช่วงปี พ.ศ.2544-2551 มีค่า RCA คือ 2.257, 1.210, 1.869, 1.630, 1.487, 1.761, 2.714 และ 2.827 ตามลำดับ นอกเหนือจากช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งสองประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

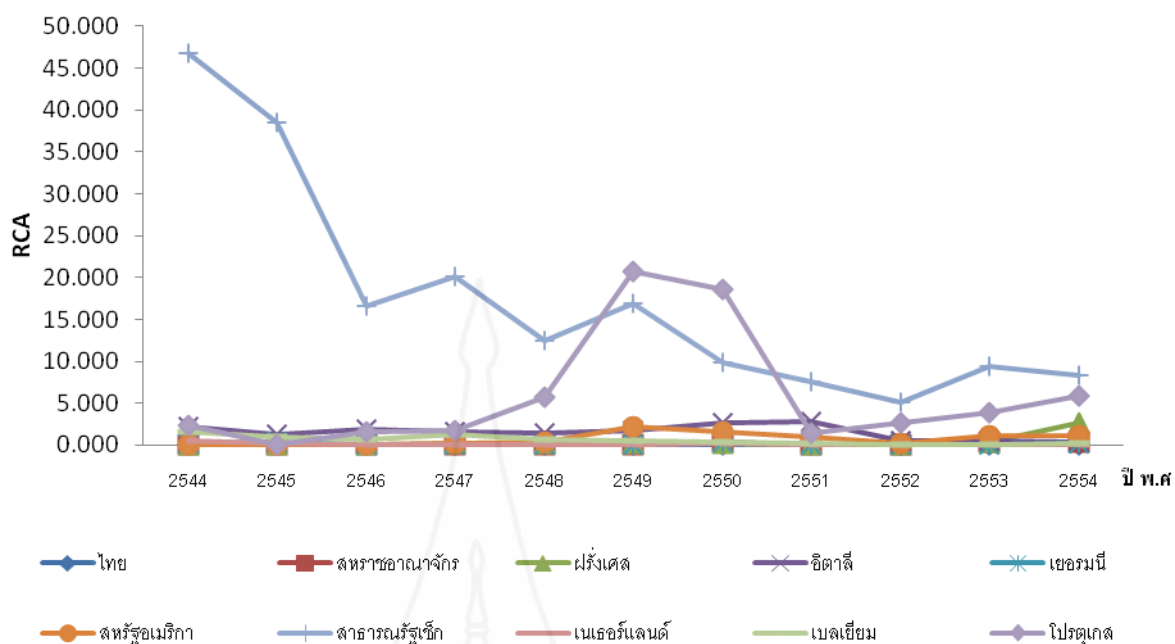
ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเบลเยียม และประเทศฝรั่งเศส ทั้งสามประเทศมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในหลายๆช่วงเวลาที่ทั้งสามประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

ประเทศเยอรมนี ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศสหราชอาณาจักร ทั้งสามประเทศมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลา พ.ศ.2544-2554 แสดงว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.011	0.003	0.000	0.000	0.000	0.000
2 สหราชอาณาจักร	0.001	0.009	0.087	0.122	0.097	0.108	0.339	0.075	0.048	0.397	0.290
3 ฝรั่งเศส	0.125	0.101	0.110	0.215	0.245	0.222	0.180	0.093	0.091	0.284	2.732
4 อิตาลี	2.257	1.210	1.869	1.630	1.487	1.761	2.714	2.827	0.485	0.502	0.403
5 เยอรมนี	0.229	0.304	0.047	0.065	0.066	0.079	0.428	0.107	0.078	0.108	0.137
6 สหรัฐอเมริกา	0.039	0.038	0.073	0.239	0.413	2.260	1.576	0.982	0.237	1.069	1.062
7 สาธารณรัฐจีน	46.756	38.460	16.547	20.073	12.469	16.912	9.856	7.500	5.095	9.390	8.313
8 เนเธอร์แลนด์	0.523	0.140	0.093	0.104	0.090	0.122	0.131	0.087	0.092	0.032	0.017
9 เบลเยียม	1.596	1.013	0.708	1.239	0.590	0.539	0.423	0.205	0.102	0.068	0.183
10 โปรตุเกส	2.320	0.003	1.630	1.715	5.668	20.795	18.581	1.497	2.681	3.909	5.851

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.1,ก.3,ก.42 และ ก.43



ภาพที่ 4.41 เปรียบเทียบดัชนี RCA การส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดสเปนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

2) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดสเปนในปี พ.ศ.2544-2554 ดังแสดงในตารางที่ 4.42 และภาพที่ 4.42 พบว่า ณ.สิ้นปี พ.ศ. 2554 ไทยเป็นประเทศส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 27 ในตลาดสเปน โดยไทยมีการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดสเปนน้อยมาก สรุปได้ว่าไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปยังตลาดสเปน

ประเทศฝรั่งเศส มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 1 ในตลาดสเปน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 3.25, 3.64, 4.16, 6.86, 6.92, 2.54, 1.94, 2.50, 4.10, 7.96 และ 42.20 แสดงว่าประเทศฝรั่งเศสแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศโปรตุเกส มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 2 ในตลาดสเปน มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2549 คือ 9.85, 0.02, 11.84, 11.12, 35.98 และ 65.27 ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 57.02, 14.92, 49.98, 40.79 และ 30.50 แสดงว่าประเทศโปรตุเกสมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศอิตาลี มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2551 คือ 30.92, 23.68, 40.02, 30.99, 26.09, 12.90, 20.97 และ 53.22 ในช่วงปี พ.ศ.2552-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงต่อเนื่อง คือ 13.72, 9.37 และ 3.95 แสดงว่าประเทศอิตาลีมีศักยภาพในการส่งออกแม้ว่ามีแนวโน้มลดลง

ประเทศสาธารณรัฐเช็ก มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 25.51, 35.54, 17.08, 22.39, 15.73, 10.40, 6.63, 13.28, 16.81, 21.56 และ 10.26 แสดงว่าประเทศสาธารณรัฐเช็กมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ประเทศเบลเยียม มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 10.71, 9.55, 7.22, 11.05, 4.69, 1.74, 1.37, 1.69, 1.52, 0.60 และ 0.83 แสดงว่าประเทศเบลเยียมมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

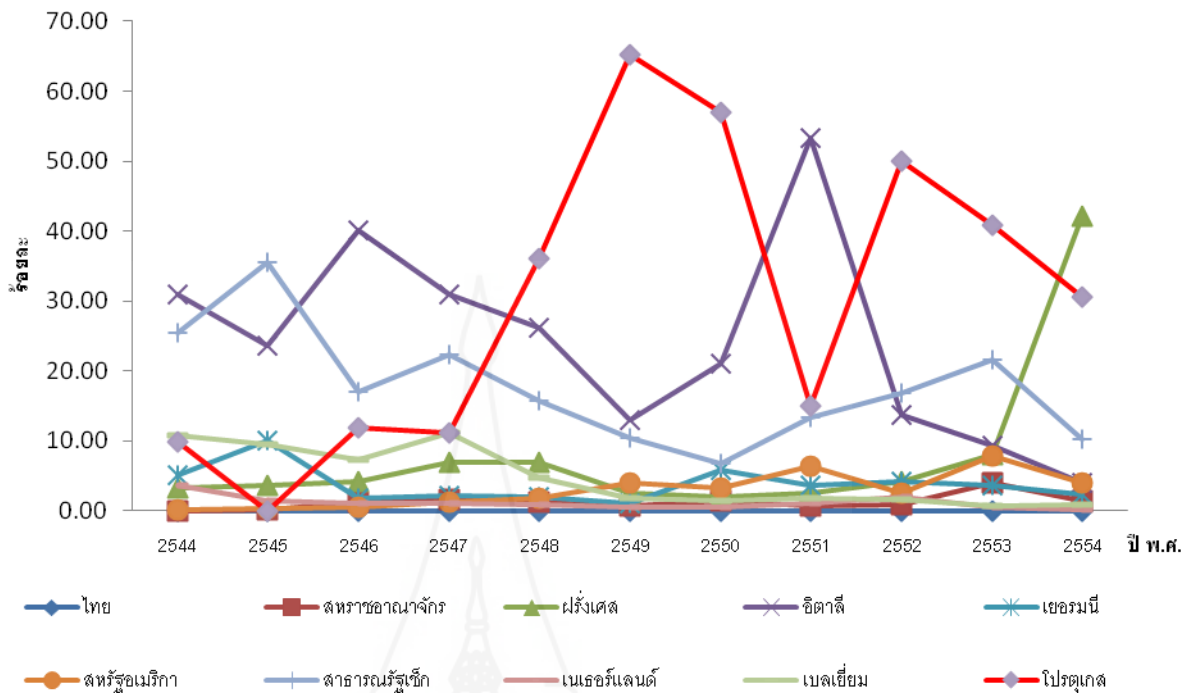
ประเทศสหรัฐอเมริกา มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2554 คือ 0.20, 0.24, 0.44, 1.17, 1.79, 4.03, 3.20, 6.35, 2.53, 7.88 และ 4.04 แสดงว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1 ไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2 สหราชอาณาจักร	0.01	0.14	1.26	1.51	1.19	0.59	1.39	0.74	0.77	4.05	1.48
3 ฝรั่งเศส	3.25	3.64	4.16	6.86	6.92	2.54	1.94	2.50	4.10	7.96	42.20
4 อิตาลี	30.92	23.68	40.02	30.99	26.09	12.90	20.97	53.22	13.72	9.37	3.95
5 เยอรมนี	5.14	10.10	1.72	2.15	2.04	0.98	5.72	3.58	4.17	3.56	2.37
6 สหรัฐอเมริกา	0.20	0.24	0.44	1.17	1.79	4.03	3.20	6.35	2.53	7.88	4.04
7 สาธารณรัฐเช็ก	25.51	35.54	17.08	22.39	15.73	10.40	6.63	13.28	16.81	21.56	10.26
8 เนเธอร์แลนด์	3.68	1.45	1.04	1.09	0.93	0.49	0.53	0.98	1.89	0.45	0.12
9 เบลเยียม	10.71	9.55	7.22	11.05	4.69	1.74	1.37	1.69	1.52	0.60	0.83
10 โปรตุเกส	9.85	0.02	11.84	11.12	35.98	65.27	57.02	14.92	49.98	40.79	30.50
รวม 10 ประเทศ	97.71	99.40	92.90	92.92	95.23	95.17	96.52	88.62	96.57	95.45	99.93
อื่นๆ	2.29	0.60	7.10	7.08	4.77	4.83	3.48	11.38	3.43	4.55	0.07
รวมทั้งโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.42



ภาพที่ 4.42 เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศเยอรมนี และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณาแสดงว่าทั้งสามประเทศ มีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ของไทยในตลาด

การขยายการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยคำนวณโดยใช้แบบจำลอง
ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ โดยเปรียบเทียบข้อมูลรายปีของมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วง
ปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ซึ่ง
มีผลวิเคราะห์ดังนี้



ตารางที่ 4.43 อัตราการขยายตัวการส่งออก ช่วงปีพ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

อัตราการขยายตัว	ช่วงเวลาเปรียบเทียบ	
	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549
การส่งออกรวมของโลก ($g = G-1$)	0.55	0.41
	$G = 1.55$	$G = 1.41$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ($g_k = G_k - 1$)	0.49	0.28
	$G_k = 1.49$	$G_k = 1.28$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดออสเตรเลีย ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ ออสเตรเลีย	-0.03	1.48
	$G_{jk} = 0.97, G_{jk}^* = 1.03$	$G_{jk} = 2.48, G_{jk}^* = 0.40$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดแอฟริกาใต้ ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ แอฟริกาใต้	4.58	1.20
	$G_{jk} = 5.58, G_{jk}^* = 0.18$	$G_{jk} = 2.20, G_{jk}^* = 0.45$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสิงคโปร์ ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ สิงคโปร์	-0.27	-0.28
	$G_{jk} = 0.73, G_{jk}^* = 1.37$	$G_{jk} = 0.72, G_{jk}^* = 1.38$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ สหพันธรัฐมาเลเซีย	1.78	0.54
	$G_{jk} = 2.78, G_{jk}^* = 0.36$	$G_{jk} = 1.54, G_{jk}^* = 0.65$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดเบลเยียม ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ เบลเยียม	0.91	0.03
	$G_{jk} = 1.91, G_{jk}^* = 0.52$	$G_{jk} = 1.03, G_{jk}^* = 0.97$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดอาร์เจนตินา ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ อาร์เจนตินา	2.04	0.45
	$G_{jk} = 3.04, G_{jk}^* = 0.33$	$G_{jk} = 1.45, G_{jk}^* = 0.69$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดตุรกี ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ ตุรกี	0.63	2.16
	$G_{jk} = 1.63, G_{jk}^* = 0.61$	$G_{jk} = 3.16, G_{jk}^* = 0.32$
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ ($g_{jk} = G_{jk} - 1$) ; $j =$ ฟิลิปปินส์	-0.55	1.20
	$G_{jk} = 0.45, G_{jk}^* = 2.21$	$G_{jk} = 2.20, G_{jk}^* = 0.45$

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

อัตราขยายตัว	ช่วงเวลาเปรียบเทียบ	
	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546
	กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549	กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดฮ่องกง ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = ฮ่องกง	-0.44 Gjk = 0.56, Gjk* = 1.79	-0.65 Gjk = 0.35, Gjk* = 2.86
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดญี่ปุ่น ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = ญี่ปุ่น	-0.23 Gjk = 0.77, Gjk* = 1.31	-0.82 Gjk = 0.18, Gjk* = 5.57
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = สาธารณรัฐเช็ก	5.90 Gjk = 6.90, Gjk* = 0.14	4.80 Gjk = 5.80, Gjk* = 0.17
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = สหรัฐอเมริกา	0.33 Gjk = 1.33, Gjk* = 0.75	-0.35 Gjk = 0.65, Gjk* = 1.55
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดเยอรมนี ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = เยอรมนี	0.30 Gjk = 1.30, Gjk* = 0.77	0.64 Gjk = 1.64, Gjk* = 0.61
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดเม็กซิโก ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = เม็กซิโก	0.71 Gjk = 1.71, Gjk* = 0.58	1.39 Gjk = 2.39, Gjk* = 0.42
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = สหราชอาณาจักร	0.40 Gjk = 1.40, Gjk* = 0.72	0.94 Gjk = 1.94, Gjk* = 0.52
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดอิตาลี ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = อิตาลี	-0.11 Gjk = 0.89, Gjk* = 1.12	-0.02 Gjk = 0.98, Gjk* = 1.02
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดฝรั่งเศส ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = ฝรั่งเศส	1.89 Gjk = 2.89, Gjk* = 0.35	0.68 Gjk = 1.68, Gjk* = 0.59
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.78 Gjk = 1.78, Gjk* = 0.56	0.33 Gjk = 1.33, Gjk* = 0.75
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์ ($g_{jk} = G_{jk-1}$) ; j = เนเธอร์แลนด์	-0.44 Gjk = 0.56, Gjk* = 1.80	-0.36 Gjk = 0.64, Gjk* = 1.55

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

อัตราการขยายตัว	ช่วงเวลาเปรียบเทียบ	
	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546	ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546
	กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549	กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549
การส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดสเปน	0.39	-0.28
($g_{jk} = G_{jk} - 1$); j = สเปน	$G_{jk} = 1.39, G_{jk}^* = 0.72$	$G_{jk} = 0.72, G_{jk}^* = 1.39$

หมายเหตุ : อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก
ในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ และอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก
ในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดส่งออก
ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวกที่ ก.44,ก.45 และ ก.46

จากตารางที่ 4.43 พบว่าใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลกเพิ่มขึ้น 0.55 โดยมีอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.49 สำหรับอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยพบว่าตลาดสาธารณรัฐเช็กมีอัตราการขยายตัวสูงสุดคือ 5.90 รองลงมาอีก 9 ลำดับ คือ แอฟริกาใต้ อาร์เจนตินา ฝรั่งเศส สหพันธรัฐมาเลเซีย เบลเยียม สาธารณรัฐประชาชนจีน เม็กซิโก ตุรกี และสหราชอาณาจักร มีอัตราการขยายตัวคือ 4.58, 2.04, 1.89, 1.78, 0.91, 0.78, 0.71, 0.63 และ 0.40 ตามลำดับ

สำหรับการวิเคราะห์ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลกเพิ่มขึ้น 0.41 โดยมีอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.28 สำหรับอัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยพบว่าตลาดสาธารณรัฐเช็ก มีอัตราการขยายตัวสูงสุดคือ 4.80 รองลงมาอีก 9 ลำดับ คือ ตุรกี ออสเตรเลีย เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี และสหพันธรัฐมาเลเซีย มีอัตราการขยายตัวคือ 2.16, 1.48, 1.39, 1.20, 1.20, 0.94, 0.68, 0.64 และ 0.54 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงจากช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2546 กับช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 กับช่วงปี พ.ศ.2550-2554 พบว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวส่งออกของตลาดโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ และอัตรา

การขยายตัวการส่งออกรวมของโลกในสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดทั้ง 20 ตลาดล้วนมีการขยายตัวลดลงทั้งสิ้น

2.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ของไทย

2.2.1 ตลาดโลก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดโลกของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.44 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองลงมาจากสาธารณรัฐเช็ก อิตาลี เยอรมนี และฝรั่งเศส ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมาจากมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 12.5581 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขันผลจากการส่งออกถูกทิศทาง และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 9.0644, 3.0120 และ 0.6941 ล้านเหรียญสหรัฐ.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลง 0.2125 ล้านเหรียญสหรัฐ.

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 6 รองลงมาจากสาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี อิตาลี และญี่ปุ่น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 22.5225 ล้านเหรียญสหรัฐ. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 13.0332 ล้านเหรียญสหรัฐ.ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 4.5981, 3.9129 และ 0.9782 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยที่มีปัจจัยทั้ง 4 เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับไทยและมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นด้วย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมัน ญี่ปุ่น อิตาลี สเปน และสาธารณรัฐเช็ก

ตารางที่ 4.44 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	ฝรั่งเศส	เบลเยียม	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.6941	2.6833	28.5227	112.9338	19.2963	11.0620	6.4901	12.4910	11.7151	7.6851
ผลจากการกระจายตลาด	-0.2125	-0.8214	-8.7315	-34.5716	-5.9070	-3.3863	-1.9868	-3.8238	-3.5863	-2.3526
ผลจากการแข่งขัน	9.0644	5.5103	32.8148	-86.2280	-23.5957	4.5751	3.9379	6.7001	144.0990	-1.7814
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	3.0120	1.8002	10.5502	-30.2792	-8.1278	1.3745	1.2243	2.0634	47.8736	-0.6984
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	12.5581	9.1724	63.1563	-38.1450	-18.3342	13.6254	9.6656	17.4307	200.1014	2.8528
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	ฝรั่งเศส	เบลเยียม	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	3.9129	4.1016	33.9825	53.8530	5.8929	10.1362	6.4150	12.0183	62.7227	5.1903
ผลจากการกระจายตลาด	0.9782	1.0254	8.4956	13.4632	1.4732	2.5341	1.6037	3.0046	15.6807	1.2976
ผลจากการแข่งขัน	13.0332	44.7140	35.8005	-86.2718	-6.6336	8.4165	-15.5242	6.9629	21.5860	3.9155
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	4.5981	15.7301	12.7426	-30.0518	-2.3023	3.0061	-5.4235	2.5044	7.8870	1.4008
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	22.5225	65.5711	91.0211	-49.0074	-1.5698	24.0928	-12.9289	24.4902	107.8764	11.8041

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.47

2.2.2 ตลาดออสเตรเลีย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดออสเตรเลียของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.42 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองลงมาจาก สหรัฐอเมริกา สเปน และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมาจากมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในออสเตรเลียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.3605 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขันและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3713 ล้านเหรียญสหรัฐ. และ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางของไทยทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลง 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และ 0.0108 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ ปัจจัยดังกล่าวทำให้ไทยมีมูลค่าการส่งออกลดลง

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 10.0568 ล้านเหรียญสหรัฐ. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการส่งออกถูกทิศทางของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.7167 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.8063, 0.4328 และ 0.1010 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยที่มีปัจจัยทั้ง 4 เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับไทยและมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นด้วย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา อิตาลี และสาธารณรัฐเช็ก และถ้าพิจารณาในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มี 2 ปัจจัย คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด ทั้งประเทศไทยและประเทศคู่แข่งต่างก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น การที่มูลค่าการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้มีการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนั้นประเทศคู่แข่งที่มีมูลค่าการส่งออกลดลงมาจาก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดทาง

สรุปได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าเพิ่มขึ้นในทุกๆปัจจัย ซึ่งผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นสูงสุดเนื่องจาก

1. ข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและออสเตรเลีย มีส่วนช่วยให้การส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปออสเตรเลียมีแนวโน้มมากขึ้น

2. ในปี พ.ศ.2553 กรมสรรพสามิตได้ยกเลิกการจัดเก็บภาษีเครื่องปรับอากาศเพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการในประเทศ

และผลจากการแข่งขันมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ 2 ใน 4 ปีจ้ะ เพราะประเทศไทยมีเทคโนโลยีในการผลิตที่สูง เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเครื่องปรับอากาศที่สำคัญ



ตารางที่ 4.45 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
 ออสเตรเลียในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554
 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0001	0.0010	0.0144	0.0392	0.0091	2.4842	0.8074	0.0281	0.0014	0.0016
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0001	-0.0010	-0.0153	-0.0416	-0.0096	-2.6363	-0.8569	-0.0299	-0.0015	-0.0017
ผลจากการแข่งขัน	0.3713	1.1419	0.3128	1.2137	-0.0098	-4.5109	-1.0529	-0.0137	0.0327	0.3908
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0108	-0.0333	-0.0091	-0.0353	0.0003	0.1358	0.0321	0.0004	-0.0009	-0.0114
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.3605	1.1086	0.3028	1.1760	-0.0100	-4.5272	-1.0702	-0.0150	0.0316	0.3793
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.1010	0.3110	0.0930	0.3517	0.0024	0.1519	0.1617	0.0119	0.0097	0.1071
ผลจากการกระจายตลาด	0.4328	1.3328	0.3987	1.5072	0.0102	0.6511	0.6932	0.0509	0.0415	0.4590
ผลจากการแข่งขัน	3.8063	2.5214	-0.1959	0.1391	-0.0074	-0.5364	-0.3537	0.2138	0.0392	-0.2247
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	5.7167	3.8043	-0.2872	0.2337	-0.0109	-0.7937	-0.5190	0.3215	0.0595	-0.3294
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	10.0568	7.9694	0.0086	2.2317	-0.0057	-0.5270	-0.0178	0.5981	0.1499	0.0119

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.47

2.2.3 ตลาดแอฟริกาใต้

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดแอฟริกาใต้ของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.43 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 2 รองลงมาจาก เยอรมนี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในแอฟริกาใต้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.0936 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางและผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6098 ล้านดอลลาร์. และ 0.1969 ล้านดอลลาร์.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 4.2193 ล้านดอลลาร์. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการส่งออกถูกกีดกันทางของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.7167 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก เพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.2972, 1.0061 และ 0.3062 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ถ้าพิจารณาในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของเยอรมนีมากที่สุดคือผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.1183 ล้านดอลลาร์. และลำดับสองมาจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3736 ล้านดอลลาร์. แม้ว่าผลจากการแข่งขันและผลจากการส่งออกกีดกันทางมีผลให้มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลงแต่อย่างไรก็ตามประเทศเยอรมนีก็ยังรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศเยอรมนีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยทั้ง 3 เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.6395, 1.7421 และ 2.1800 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยที่มีปัจจัยทั้ง 4 เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับไทยและมีผลให้มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นด้วย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน แคนาดา อิตาลี และออสเตรเลีย และถ้าพิจารณาในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มี 2 ปัจจัย คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด ทั้งประเทศไทยและประเทศคู่แข่งต่างก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น การที่มูลค่าการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้มีการส่งออกเครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้น ดังนั้นประเทศคู่แข่งที่มีมูลค่าการส่งออกลดลงมาจาก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดพลาด

สรุปได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าเพิ่มขึ้นในทุกๆปัจจัย ซึ่งผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นสูงสุดเนื่องจาก ในปี พ.ศ.2553 กรมสรรพสามิตได้ยกเลิกการจัดเก็บภาษีเครื่องปรับอากาศเพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในประเทศ และผลจากการแข่งขันมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ 2 ใน 4 ปัจจัย เพราะประเทศไทยมีเทคโนโลยีในการผลิตที่สูง เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเครื่องปรับอากาศที่สำคัญ



ตารางที่ 4.46 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดแอฟริกาใต้ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	แคนาดา	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	ออสเตรเลีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.0029	0.3736	0.0720	0.0088	0.0073	0.0017	0.0668	0.0020	0.0033
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	0.0246	3.1183	0.6010	0.0737	0.0610	0.0142	0.5576	0.0169	0.0279
ผลจากการแข่งขัน	0.1969	-0.0055	-0.3513	-0.1376	-0.0086	0.0275	0.0408	-0.1257	0.0006	0.0001
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.8968	-0.0252	-1.6190	-0.6303	-0.0397	0.1247	0.1857	-0.5761	0.0025	0.0003
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	1.0936	-0.0031	1.5216	-0.0949	0.0342	0.2205	0.2423	-0.0775	0.0220	0.0317
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	แคนาดา	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	ออสเตรเลีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.3062	0.0008	0.6395	0.0146	0.0146	0.0659	0.0688	0.0165	0.0073	0.0108
ผลจากการกระจายตลาด	1.0061	0.0026	2.1013	0.0478	0.0481	0.2166	0.2262	0.0541	0.0240	0.0355
ผลจากการแข่งขัน	1.2972	0.3233	1.7421	0.0652	-0.0186	-0.2231	-0.2264	0.0185	-0.0192	0.0956
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	1.6098	0.3952	2.1800	0.0809	-0.0216	-0.2675	-0.2713	0.0239	-0.0229	0.1177
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	4.2193	0.7220	6.6630	0.2085	0.0225	-0.2081	-0.2028	0.1130	-0.0108	0.2596

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.48

2.2.4 ตลาดญี่ปุ่น

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดญี่ปุ่นของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.44 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุดซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2.9126 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0226 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.8298 ล้านดอลลาร์. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0332 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดพลาดลดลงเท่ากับ 0.9066 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 2 รองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.5011 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.8284 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 16.3123 ล้านดอลลาร์. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 3.2546 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดพลาดลดลงเท่ากับ 13.3851 ล้านดอลลาร์.

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.5790 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.7610 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกผิดพลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0056 และ 0.1801 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีนโดย

เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.0416 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1643 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 8.4834 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกผิดทิศทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.6455 และ 6.9606 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และเยอรมนีมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นเหมือนกัน คือ มีผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากผลจากการขยายตัวของโลก และอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการกระจายตลาดลดลง สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นเหมือนกัน คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการกระจายตลาดลดลง นั้นหมายถึงว่าประเทศไทย สาธารณรัฐประชาชนจีน และเยอรมนี ส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นได้น้อยลงเนื่องจาก รัฐบาลญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงระบบการประกันสังคม อันเนื่องมาจากปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้คนญี่ปุ่นรู้สึกว่าชีวิตไม่มั่นคงจึงออมเงินมากกว่าใช้จ่าย และผลจากการที่ญี่ปุ่นต้องใช้ระบบประกันในการฟื้นฟูเศรษฐกิจจากความเสียหายที่เกิดจากภัยธรรมชาติ และค่าเงินเยนที่แข็งค่า ความต้องการสินค้าจึงลดลง



ตารางที่ 4.47 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
ญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	สวีเดน	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0226	0.0038	0.0182	3.6825	1.6713	0.0370	0.0096	0.0790	0.0000	0.0143
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0332	-0.0056	-0.0268	-5.4111	-2.4558	-0.0544	-0.0141	-0.1160	0.0000	-0.0210
ผลจากการแข่งขัน	3.8298	0.7610	0.1401	2.3242	-3.2217	-0.0706	-0.0115	-0.1283	0.0821	0.0263
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.9066	-0.1801	-0.0334	-0.5999	0.7397	0.0162	0.0026	0.0293	-0.0194	-0.0064
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	2.9126	0.5790	0.0981	-0.0042	-3.2665	-0.0718	-0.0134	-0.1360	0.0627	0.0132
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	สวีเดน	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.8284	0.1643	0.0379	2.1031	0.0404	0.0011	0.0017	0.0070	0.0176	0.0119
ผลจากการกระจายตลาด	-3.2546	-0.6455	-0.1489	-8.2622	-0.1587	-0.0042	-0.0068	-0.0276	-0.0690	-0.0466
ผลจากการแข่งขัน	16.3123	8.4834	0.5569	-3.3432	-0.1125	0.0130	0.0220	0.2946	-0.0213	-0.0173
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-13.3851	-6.9606	-0.4570	2.7395	0.0923	-0.0107	-0.0180	-0.2417	0.0174	0.0142
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.5011	1.0416	-0.0111	-6.7628	-0.1386	-0.0008	-0.0011	0.0323	-0.0553	-0.0378

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.49

2.2.5 ตลาดสิงคโปร์

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสิงคโปร์ของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.45 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสิงคโปร์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 5.4563 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขันและผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.6533 ล้านเหรียญสหรัฐ. และ 0.2361 ล้านเหรียญสหรัฐ.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากถึง 0.3661 และ 0.3661 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 9 รองลงมาจากอินโดนีเซีย มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย อิตาลี สหรัฐอเมริกา ใต้หวัน และเกาหลีใต้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 5.1507 ล้านเหรียญสหรัฐ. พบว่ามี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการส่งออกถูกทิศทางของไทย ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6626 และ 1.3635 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการแข่งขันและผลจากการกระจายตลาดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลง 4.8515 และ 3.3253 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ถ้าพิจารณาในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอินโดนีเซียมากที่สุดคือผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.4814, 2.0322 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ตามลำดับ ปัจจัยลำดับสองมาจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0947 และ 0.3432 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ตามลำดับ แม้ว่าผลจากการกระจายตลาดและผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลให้มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลงแต่อย่างไรก็ตามประเทศอินโดนีเซียก็ยังรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้

สรุปได้ว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดสิงคโปร์ที่เปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐานเนื่องจากปัจจัยด้านการแข่งขันและปัจจัยด้านการกระจายตลาดที่ลดลง ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง 4.8515 และ 3.2353 ล้านบาทตามลำดับ ขณะที่ประเทศคู่แข่งได้แก่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สหพันธรัฐมาเลเซีย อิตาลี อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดในตลาดสิงคโปร์ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจัยด้านการแข่งขันเป็นสำคัญ



ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
สิงคโปร์ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	อิตาลี	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.2361	0.0091	0.0602	5.7723	0.0449	0.0066	0.0947	0.0198	0.0971	0.0812
ผลจากการกระจายตลาด	-0.3661	-0.0142	-0.0933	-8.9530	-0.0696	-0.0102	-0.1468	-0.0306	-0.1506	-0.1259
ผลจากการแข่งขัน	7.6533	0.1411	0.0178	-1.8273	0.6842	0.0036	1.4814	0.2119	-0.0534	1.9206
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-2.0670	-0.0381	-0.0048	0.4926	-0.1848	-0.0010	-0.4001	-0.0572	0.0144	-0.5187
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	5.4563	0.0980	-0.0202	-4.5153	0.4747	-0.0010	1.0291	0.1438	-0.0925	1.3571
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	อิตาลี	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	1.6626	0.0327	0.0287	2.0342	0.1585	0.0035	0.3423	0.0516	0.0296	0.4264
ผลจากการกระจายตลาด	-3.3253	-0.0653	-0.0575	-4.0684	-0.3171	-0.0070	-0.6845	-0.1031	-0.0592	-0.8527
ผลจากการแข่งขัน	-4.8515	1.2441	-0.0149	-4.6966	1.5340	0.0272	2.0322	-0.0560	0.1195	-0.7432
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	1.3635	-0.3420	0.0046	1.3270	-0.4198	-0.0074	-0.5539	0.0163	-0.0324	0.2117
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-5.1507	0.8694	-0.0391	-5.4038	0.9557	0.0163	1.1361	-0.0912	0.0575	-0.9579

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.50

2.2.6 ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.46 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองจากประเทศเกาหลีใต้ สิงคโปร์ และเยอรมนี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหพันธรัฐมาเลเซียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.2514 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของ โลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0105 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0278 ล้านดอลลาร์. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0767 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1324 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 2 รองลงมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8901 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของ โลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0764 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0710 ล้านดอลลาร์. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4830 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2597 ล้านดอลลาร์.

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยทั้ง 4 เช่นเดียวกับไทย ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.1677 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของ โลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0124 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0326 ล้านดอลลาร์. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0442 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0785 ล้านดอลลาร์. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2.6752 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0540 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0502 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6713 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูก ทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.8996 ล้านเหรียญสหรัฐ. และพบอีกว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีมูลค่าการส่งออก เพิ่มขึ้นทั้งของประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 คือ ผลจากการ ส่งออกถูกทิศทาง และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 คือ ผลจากการแข่งขันเป็นสำคัญ

สรุปได้ว่าประเทศไทยและประเทศคู่แข่งได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน เนื่องจากปัจจัยด้านการการส่งออกถูกทิศทางเป็นสำคัญ ขณะที่ประเทศ คู่แข่งได้แก่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อิตาลี และอินโดนีเซีย มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่า การส่งออกเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดย ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจัยด้านการแข่งขันเป็นสำคัญ



ตารางที่ 4.49 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสหพันธ์รัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0105	0.0124	0.2172	0.0033	0.0000	0.1279	0.1025	0.0116	0.1008	0.0690
ผลจากการกระจายตลาด	0.0278	0.0326	0.5718	0.0087	0.0000	0.3368	0.2698	0.0305	0.2653	0.1818
ผลจากการแข่งขัน	0.0767	0.0442	-0.1880	-0.0026	0.0011	0.2095	-0.1550	-0.0157	-0.0133	0.0151
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.1364	0.0785	-0.3351	-0.0047	0.0019	0.3730	-0.2760	-0.0280	-0.0241	0.0266
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.2514	0.1677	0.2659	0.0047	0.0030	0.1178	-0.0588	-0.0016	0.3285	0.2925
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0764	0.0540	0.1986	0.0032	0.0008	0.0401	0.0421	0.0062	0.1496	0.1214
ผลจากการกระจายตลาด	0.0710	0.0502	0.1844	0.0030	0.0008	0.0373	0.0391	0.0057	0.1389	0.1127
ผลจากการแข่งขัน	0.4830	1.6713	-0.1769	0.1631	-0.0002	0.3373	0.2835	-0.0150	-0.3025	-0.0155
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.2597	0.8996	-0.0963	0.0878	-0.0001	0.1814	0.1524	-0.0081	-0.1637	-0.0090
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.8901	2.6752	0.1097	0.2571	0.0013	0.5961	0.5172	-0.0112	-0.1777	0.2095

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.51

2.2.7 ตลาดเบลเยียม

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเบลเยียมของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.47 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 รองจากเยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สเปน โปแลนด์ และสวีเดน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเบลเยียมเปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0636 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่ามี 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง ดังนี้ ผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.2241 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.2016 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1950 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1671 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองลงมาจากเยอรมนี ฝรั่งเศส สเปน และสหราชอาณาจักร ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.1362 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0936 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1221 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0041 ล้านเหรียญสหรัฐ. มีเพียงปัจจัยเดียวที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0836 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ ประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุดทั้ง ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2550-2554 สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 18.0130 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งปัจจัยสำคัญทั้ง 4 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนี้ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.1677 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6326 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.3994 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากการแข่งขัน

เพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.7675 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.2135 ล้านเหรียญสหรัฐ. สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 20.5375 ล้านเหรียญสหรัฐ. ปัจจัยสำคัญ 3 ปัจจัย มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้นดังนี้ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.9766 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 19.2811 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.6161 ล้านเหรียญสหรัฐ. มีเพียงปัจจัยที่มาจากผลการกระจายตลาดที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 5.3362 ล้านเหรียญสหรัฐ.

เมื่อพิจารณาผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกทั้ง 2 ช่วงปี คือ ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2550-2554 พบว่าประเทศคู่แข่งทุกประเทศและประเทศไทยต่างก็มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น และในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ทุกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้น แต่ในช่วงหลัง คือ ช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ทุกประเทศรวมประเทศไทยกลับมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลงเนื่องจากผลจากการกระจายตลาด เพราะเบลเยียมมีสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาอย่างต่อเนื่องจากสภาวะตลาดหุ้นซบเซา สภาพเศรษฐกิจโลก วิกฤตคือสังหาริมทรัพย์ วิกฤตราคาน้ำมัน และการขาดเสถียรภาพทางการเมืองภายใน ส่งผลให้ทุกประเทศมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเบลเยียมน้อยลง

ตารางที่ 4.50 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
 เบลเยียมในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	เนเธอร์แลนด์	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหราชอาณาจักร	โปแลนด์	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.1950	0.2482	1.6326	2.5172	0.0167	2.6796	0.0411	0.0030	0.3027	0.0659
ผลจากการกระจายตลาด	0.1671	0.2128	1.3994	2.1576	0.0143	2.2968	0.0353	0.0026	0.2595	0.0565
ผลจากการแข่งขัน	-0.2241	-0.3374	7.7675	-0.1282	-0.0233	-4.7757	0.3023	0.0712	2.5060	0.1383
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.2016	-0.3049	7.2135	-0.0512	-0.0211	-4.3368	0.2801	0.0658	2.3213	0.1294
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0636	-0.1813	18.0130	4.4955	-0.0133	-4.1362	0.6588	0.1427	5.3895	0.3900
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	เนเธอร์แลนด์	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหราชอาณาจักร	โปแลนด์	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0936	0.0911	5.9766	2.6972	0.0058	0.3731	0.2080	0.0417	1.6821	0.1469
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0836	-0.0813	-5.3362	-2.4082	-0.0052	-0.3331	-0.1857	-0.0372	-1.5018	-0.1311
ผลจากการแข่งขัน	0.1221	9.2041	19.2811	-5.4588	-0.0074	-0.9809	1.1101	-0.0687	-0.6534	2.7369
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0041	0.2850	0.6161	-0.1599	-0.0002	-0.0291	0.0350	-0.0020	-0.0146	0.0851
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.1362	9.4988	20.5375	-5.3297	-0.0070	-0.9700	1.1674	-0.0663	-0.4878	2.8377

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.52

2.2.8 ตลาดอาร์เจนตินา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดอาร์เจนตินาของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.48 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองจากบราซิล ฝรั่งเศส และเกาหลีใต้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในอาร์เจนตินาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่ามี 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 3 รองลงมาจากอิตาลี และฝรั่งเศส ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8529 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5884 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2643 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ ประเทศอิตาลี และฝรั่งเศส ซึ่งเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากเป็นลำดับที่ 1 และ 2 ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 สำหรับอิตาลีในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง 0.0991 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0486 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1537 ล้านเหรียญสหรัฐ. อีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง ดังนี้ ผลมาจากผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0991 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางลดลงเท่ากับ 0.2023 ล้านเหรียญสหรัฐ. สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.5090 ล้านเหรียญสหรัฐ. มี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ

รถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4678 ล้านเหรียญสหรัฐ และปัจจัยที่สำคัญ คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.0412 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากเป็นลำดับที่ 2 ทั้ง 2 ช่วงเวลา ซึ่งปัจจัยสำคัญทั้ง 4 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนี้ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.4149 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0130 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0410 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1192 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2418 ล้านเหรียญสหรัฐ. สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.3501 ล้านเหรียญสหรัฐ. ปัจจัยสำคัญทั้ง 4 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1236 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0750 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.7947 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3567 ล้านเหรียญสหรัฐ



ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดอาร์เจนตินาในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	เกาหลีใต้	สเปน	บราซิล
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0000	0.0000	0.1276	0.0130	0.0039	0.0486	0.0000	0.0000	0.0034	0.4397
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	0.0000	0.4035	0.0410	0.0124	0.1537	0.0000	0.0000	0.0106	1.3909
ผลจากการแข่งขัน	0.0001	0.0000	-0.2479	0.1192	-0.0074	-0.0991	0.0000	0.0013	-0.0068	0.1084
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0002	0.0000	-0.5058	0.2418	-0.0151	-0.2023	0.0000	0.0025	-0.0140	0.2115
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0003	0.0000	-0.2226	0.4149	-0.0062	-0.0991	0.0000	0.0038	-0.0068	2.1505
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	เกาหลีใต้	สเปน	บราซิล
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0001	0.0000	0.0106	0.1236	0.0005	0.0000	0.0000	0.0011	0.0000	0.8534
ผลจากการกระจายตลาด	0.0001	0.0000	0.0064	0.0750	0.0003	0.0000	0.0000	0.0006	0.0000	0.5181
ผลจากการแข่งขัน	0.5884	0.2404	0.0939	0.7947	0.0026	1.0412	0.0143	0.0222	0.1555	-0.5318
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.2643	0.1080	0.0422	0.3567	0.0012	0.4678	0.0064	0.0100	0.0699	-0.2412
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.8529	0.3483	0.1530	1.3501	0.0046	1.5090	0.0208	0.0339	0.2254	0.5985

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.53

2.2.9 ตลาดตุรกี

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดตุรกีของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.49 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองจากประเทศฝรั่งเศส โรมาเนีย และญี่ปุ่น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตุรกีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.6864 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0011 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4157 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2658 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 รองลงมาจากโรมาเนีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน เยอรมนี อิตาลี สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 3.389 ล้านเหรียญสหรัฐ. ปัจจัยสำคัญลำดับที่ 1 และ 2 ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 1.2578 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.5805 ล้านเหรียญสหรัฐ.ตามลำดับ ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1944 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.3050 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศโรมาเนียเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 9.1643 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.5902 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.5741 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของโรมาเนีย โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 24.8704 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังนี้ ผลจาก

ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2.5660 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 17.2288 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.7268 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.3487 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ ฝรั่งเศส มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีเหมือนกัน คือ มีผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากปัจจัย ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด เป็นลำดับต่อมาตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีเหมือนกัน คือ มีผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากปัจจัย ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก เป็นลำดับที่ 2 และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลงอีก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการแข่งขันลดลง นั้นหมายถึงว่าประเทศไทย ฝรั่งเศส และอิตาลี ได้สูญเสียความสามารถในการผลิต และการใช้นโยบายที่ผิดพลาด ให้กับประเทศคู่แข่งอื่นๆ เช่น ประเทศโรมาเนีย สาธารณรัฐประชาชนจีน และเยอรมนี เป็นต้น



ตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
ตุรกีในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	สเปน	อิตาลี	โรมาเนีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0038	0.0000	0.0636	0.0021	1.2142	0.0274	0.9101	0.0021	0.2875	0.0000
ผลจากการกระจายตลาด	0.0011	0.0000	0.0182	0.0006	0.3469	0.0078	0.2600	0.0006	0.0822	0.0000
ผลจากการแข่งขัน	0.4157	0.0011	-0.1024	0.0030	2.7352	0.0578	0.5988	0.0469	0.0162	5.5902
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.2658	0.0007	-0.0643	0.0020	1.7719	0.0375	0.4002	0.0300	0.0158	3.5741
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.6864	0.0018	-0.0849	0.0077	6.0682	0.1304	2.1691	0.0796	0.4017	9.1643
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	สเปน	อิตาลี	โรมาเนีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.1944	0.0005	0.0126	0.0034	2.3929	0.0522	1.1274	0.0235	0.2768	2.5660
ผลจากการกระจายตลาด	1.3050	0.0034	0.0843	0.0226	16.0668	0.3503	7.5698	0.1576	1.8584	17.2288
ผลจากการแข่งขัน	-0.5805	0.7735	0.3823	0.0165	-8.2265	-0.0491	-3.9497	0.4454	-0.4732	1.7268
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-1.2578	1.6437	0.8108	0.0347	-17.7804	-0.1108	-8.5339	0.9436	-1.0401	3.3487
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.3389	2.4212	1.2899	0.0772	-7.5471	0.2426	-3.7864	1.5701	0.6220	24.8704

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.54

2.2.10 ตลาดฟิลิปปินส์

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดฟิลิปปินส์ของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.50 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 รองจากประเทศอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ใต้หวัน สหรัฐอเมริกา สหพันธรัฐมาเลเซีย และฮ่องกง ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในฟิลิปปินส์เปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0249 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1137 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2257 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.2413 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.1230 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง โดยการเปลี่ยนแปลงลดลง 0.2048 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกที่ลดลงมากที่สุดเป็นผลมาจากการส่งออกผิดทิศทางของไทย ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 0.2473 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขันซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 0.2061 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด มีผลทำให้มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ 0.0580 และ 0.1906 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0161 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0311 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1124 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกผิดทิศทางมี

ผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0660 และ 0.0614 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.7343 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปีจี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0223 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0732 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2867 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3521 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ อินโดนีเซีย มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์เหมือนกัน คือ มีผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และอีก 2 ปีจี้ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการกระจายตลาดลดลง นั้นหมายถึงว่าในช่วงปี 2548 เศรษฐกิจฟิลิปปินส์ได้รับผลกระทบจากการที่เศรษฐกิจโลกชะลอการขยายตัว จากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น จากการส่งออกที่ลดลง เพราะมีการชะลอตัวของอุปสงค์ในสินค้า จึงเป็นสาเหตุให้ทั้งประเทศไทยและอินโดนีเซียส่งออกสินค้าไปตลาดฟิลิปปินส์ลดลง สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือฮ่องกง มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์เหมือนกัน คือ มีผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากปีจี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก เป็นลำดับที่ 2 และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลงอีก 2 ปีจี้ คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการแข่งขันลดลง นั้นหมายถึงว่าประเทศไทย และฮ่องกง ได้สูญเสียความสามารถในการผลิต และการใช้นโยบายที่ผิดพลาด ให้กับประเทศคู่แข่งอื่นๆ เช่น ประเทศเกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)
หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	สาธารณรัฐประชาชนจีน	ฮ่องกง	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	สหพันธรัฐมาเลเซีย	ไต้หวัน	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.1137	0.6947	0.0110	0.0311	0.0126	0.0000	0.1371	0.0006	0.0048	0.0346
ผลจากการกระจายตลาด	-0.2413	-1.4746	-0.0234	-0.0660	-0.0267	0.0000	-0.2909	-0.0012	-0.0102	-0.0735
ผลจากการแข่งขัน	0.2257	-0.1303	0.0631	0.1124	-0.0178	0.0054	0.9339	0.0010	0.0423	-0.0283
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.1230	0.0749	-0.0345	-0.0614	0.0098	-0.0030	-0.5106	-0.0005	-0.0231	0.0157
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0249	-0.8353	0.0162	0.0161	-0.0221	0.0024	0.2694	-0.0002	0.0138	-0.0515
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	สาธารณรัฐประชาชนจีน	ฮ่องกง	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	สหพันธรัฐมาเลเซีย	ไต้หวัน	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.0580	0.1631	0.0108	0.0223	0.0010	0.0007	0.1538	0.0003	0.0066	0.0054
ผลจากการกระจายตลาด	0.1906	0.5360	0.0356	0.0732	0.0033	0.0022	0.5052	0.0009	0.0217	0.0177
ผลจากการแข่งขัน	-0.2061	-0.2376	0.1105	0.2867	-0.0030	0.0094	-0.1291	-0.0002	0.1384	0.0416
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.2473	-0.2775	0.1359	0.3521	-0.0036	0.0115	-0.1455	-0.0002	0.1696	0.0513
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.2048	0.1840	0.2928	0.7343	-0.0023	0.0238	0.3844	0.0008	0.3363	0.1159

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.55

2.2.11 ตลาดฮ่องกง

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดฮ่องกงของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.51 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ และไต้หวัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในฮ่องกงเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0209 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0405 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0398 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดพลาดทางลดลงเท่ากับ 0.0179 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 2 รองจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.1580 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0130 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5040 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0433 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดพลาดทางลดลงเท่ากับ 0.3157 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0717 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1047 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2971 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกผิดพลาดทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.1987 และ 0.1314 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสิงคโปร์โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.1930 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่ง

พบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0799 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.0020 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจาย ตลาด และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.2654 และ 0.6235 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ สาธารณรัฐ ประชาชนจีน มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงเหมือนกัน คือ มีผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง และผลจากการกระจายตลาดลดลง นั่นหมายถึงว่าในช่วงเวลานั้นประเทศไทยและฮ่องกงยังไม่มีการ เจริญตกลงเขตการค้าเสรีร่วมกัน สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ ฮ่องกง มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์เหมือนกัน คือ มีผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ และเพิ่มจากปัจจัย ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก เป็นลำดับที่ 2 และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลงอีก 2 ปัจจัย คือ ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง และผลจากการแข่งขันลดลง นั่นหมายถึงว่าประเทศไทย และสิงคโปร์ ได้สูญเสียความสามารถในการผลิต และการใช้นโยบายการค้าเสรีไม่ได้เกิดประโยชน์กับประเทศไทย มากนัก

เมื่อพิจารณาผลจากการกระจายตลาดทั้ง 2 ช่วงปี คือ ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และช่วงปี พ.ศ.2550-2554 พบว่าประเทศคู่แข่งทุกประเทศและประเทศไทยต่างก็มีการเปลี่ยนแปลง มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกงลดลง เพราะฮ่องกงอยู่ในสภาวะเงินเฟ้อ มี ปัญหาหนี้ในยุโรป และการฟื้นตัวที่ยังประมาทของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ทำให้ฮ่องกงต้อง ปรับตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ทุกประเทศมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ไปยังตลาดฮ่องกงน้อยลง

ตารางที่ 4.54 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
 ส่องกงในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สิงคโปร์	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เกาหลีใต้	สหพันธรัฐมาเลเซีย	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ไต้หวัน	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.0209	0.1047	1.9210	0.2817	0.1013	3.9489	0.0050	0.0493	0.0050	2.0723
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0398	-0.1987	-3.6460	-0.5347	-0.1922	-7.4948	-0.0096	-0.0936	-0.0096	-3.9331
ผลจากการแข่งขัน	0.0405	0.2971	7.1642	-0.3148	-0.1929	-3.4653	-0.0074	-0.0573	0.1223	-1.3914
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0179	-0.1314	-3.1671	0.1382	0.0848	1.5186	0.0032	0.0251	-0.0540	0.6084
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อที่เปลี่ยนแปลง	0.0038	0.0717	2.2721	-0.4296	-0.1990	-5.4927	-0.0087	-0.0764	0.0638	-2.6438
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สิงคโปร์	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เกาหลีใต้	สหพันธรัฐมาเลเซีย	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ไต้หวัน	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.0130	0.0799	1.7339	0.0407	0.0022	0.7185	0.0005	0.0068	0.0207	0.4439
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0433	-0.2654	-5.7591	-0.1352	-0.0072	-2.3866	-0.0015	-0.0225	-0.0689	-1.4743
ผลจากการแข่งขัน	0.5040	1.0020	7.8300	-0.1434	0.1641	-1.6129	0.0502	0.1875	-0.0236	-1.4953
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.3157	-0.6235	-4.7863	0.0932	-0.1029	1.0690	-0.0315	-0.1173	0.0165	0.9739
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อที่เปลี่ยนแปลง	0.1580	0.1930	-0.9814	-0.1446	0.0561	-2.2120	0.0176	0.0544	-0.0553	-1.5519

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.56

2.2.12 ตลาดสาธารณรัฐเช็ก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสาธารณรัฐเช็กของไทย และประเทศคู่แข่งดังแสดงใน ตารางที่ 4.52 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2544-2549 ไทยไม่มีการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐเช็ก

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองจากประเทศ สโลวาเกีย อิตาลี สเปน โปแลนด์ ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0222 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0184 ล้านดอลลาร์. และอีก 2 ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด

ประเทศสโลวาเกียเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.6051 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2832 ล้านดอลลาร์ และผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.1262 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดทิศทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.4123 และ 2.3921 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของเยอรมนีโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 49.3740 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3312 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.3467 ล้านดอลลาร์. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.4118 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 36.2842 ล้านดอลลาร์.

ประเทศเยอรมนีมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2.5557 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1277 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.4102 ล้านดอลลาร์. ผลมา

จากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1336 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.8842 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของเยอรมนีโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.4732 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.7886 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 12.7301 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดทิศทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 2.5881 และ 12.4039 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ



ตารางที่ 4.55 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
 สาธารณรัฐจีนในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554
 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	สโลวาเกีย	อิตาลี	สเปน	โปแลนด์	ออสเตรีย	ฮังการี
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.1277	0.0000	0.0236	0.2832	0.2221	0.1556	0.0021	0.2285	0.0002
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	1.4102	0.0000	0.2600	3.1262	2.4521	1.7182	0.0234	2.5226	0.0020
ผลจากการแข่งขัน	0.0000	0.1336	0.0048	-0.0339	-0.4123	-0.2247	-0.0388	-0.0036	-0.3161	0.0003
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0000	0.8842	0.0297	-0.1968	-2.3921	-1.2703	-0.1610	-0.0213	-1.8284	0.0019
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0000	2.5557	0.0345	0.0529	0.6051	1.1792	1.6740	0.0006	0.6066	0.0043
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	สโลวาเกีย	อิตาลี	สเปน	โปแลนด์	ออสเตรีย	ฮังการี
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.7886	0.0097	0.0283	0.3312	0.4571	0.5576	0.0014	0.3004	0.0013
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	12.7301	0.1559	0.4563	5.3467	7.3789	9.0020	0.0221	4.8496	0.0213
ผลจากการแข่งขัน	0.0038	-2.5881	-0.0138	-0.0016	7.4118	-1.0961	-1.4412	0.0971	-1.0004	-0.0024
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0184	-12.4039	-0.0646	0.0005	36.2842	-5.2169	-6.8726	0.4746	-4.7958	-0.0113
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0222	-1.4732	0.0871	0.4834	49.3740	1.5230	1.2458	0.5951	-0.6462	0.0090

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.57

2.2.13 ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหรัฐอเมริกาของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.53 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 รองมาจากเม็กซิโก เกาหลีใต้ แคนาดา เยอรมนี สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี และแอฟริกาใต้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0677 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0057 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0478 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0160 ล้านเหรียญสหรัฐ. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0019 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แคนาดา สาธารณรัฐจีน และอิตาลี ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0344 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0222 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0969 ล้านเหรียญสหรัฐ. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0348 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0500 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2.0803 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2992 ล้านเหรียญสหรัฐ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.4075 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4712 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0977 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 20.2973 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.7355 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 32.9408 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 1.6953 และ 11.7017 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

สำหรับประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ แคนาดา และญี่ปุ่น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกาเหมือนกัน คือ ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง ผลจากการกระจายตลาดลดลง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้น และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาผลจากการกระจายตลาด ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทุกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลงเนื่องจากวิกฤติการณ์ทางการเงิน การตั้งตัวของสภาพคล่อง และภาวะเงินเฟ้อของประเทศสหรัฐอเมริกา



ตารางที่ 4.56 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เม็กซิโก	แคนาดา	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สาธารณรัฐประชาชนจีน	แอฟริกาใต้
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0057	37.0351	2.8190	0.8667	4.4811	5.2388	0.0354	0.5539	0.2992	0.0000
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0019	-12.0931	-0.9205	-0.2830	-1.4632	-1.7106	-0.0116	-0.1809	-0.0977	0.0000
ผลจากการแข่งขัน	0.0478	31.2640	2.3769	1.6853	-7.7859	5.7704	0.0832	-0.3419	1.4075	0.0523
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0160	10.6733	0.8115	0.5677	-2.5648	1.9591	0.0280	-0.1102	0.4712	0.0174
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0677	66.8793	5.0868	2.8367	-7.3328	11.2578	0.1350	-0.0791	2.0803	0.0697
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เม็กซิโก	แคนาดา	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สาธารณรัฐประชาชนจีน	แอฟริกาใต้
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0222	39.8891	3.0352	1.2895	0.5074	6.1458	0.0580	0.2944	0.7535	0.0195
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0500	-89.7506	-6.8291	-2.9015	-1.1417	-13.8280	-0.1306	-0.6623	-1.6953	-0.0439
ผลจากการแข่งขัน	0.0969	-11.5459	12.0736	-0.8126	0.6002	-9.2381	2.2393	4.5294	32.9408	-0.0679
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0348	3.4076	-4.3366	0.2661	-0.2217	3.1718	-0.7956	-1.6123	-11.7017	0.0237
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0344	-57.9997	3.9430	-2.1585	-0.2558	-13.7485	1.3711	2.5491	20.2973	-0.0685

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.58

2.2.14 ตลาดเยอรมนี

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเยอรมนีของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.54 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 6 รองมาจากสาธารณรัฐเช็ก เบลเยียม โปแลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเยอรมนีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0009 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0002 ล้านดอลลาร์. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0005 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0002 ล้านดอลลาร์. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0001 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 6 รองจากสาธารณรัฐเช็ก ฝรั่งเศส โปแลนด์ เบลเยียม อิตาลี และเกาหลีใต้ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0251 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0005 ล้านดอลลาร์. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0148 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0094 ล้านดอลลาร์.

ประเทศสาธารณรัฐเช็กเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 145.2709 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6825 ล้านดอลลาร์ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 111.0689 ล้านดอลลาร์ และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 33.1720 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.6524 ล้านดอลลาร์. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐเช็กโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 90.2547 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 41.6373 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 53.5336 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 2.9394 และ 1.9768 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

เมื่อพิจารณา ผลจากการกระจายตลาด ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทุกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดเยอรมันลดลง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเพราะปัญหาคนว่างงาน แรงงานไม่มีฝีมือและเยอรมนีต้องประสบกับปัญหาขาดแคลนประชากรวัยทำงาน เนื่องจากอัตราการเกิดต่ำและประชากรมีอายุเฉลี่ยยืนยาวขึ้น



ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
เยอรมันในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	สหราชอาณาจักร	เบลเยียม	เกาหลีใต้	โปแลนด์
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0002	1.6825	5.9991	0.4962	3.9107	4.5638	27.5890	1.3523	0.2330	2.2024
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0001	-0.6524	-2.3262	-0.1924	-1.5164	-1.7696	-10.6978	-0.5244	-0.0903	-0.8540
ผลจากการแข่งขัน	0.0005	111.0689	-9.2025	0.6139	-5.0478	-1.4202	-37.3546	22.8598	-0.1916	7.5948
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0002	33.1720	-2.7647	0.1821	-1.5182	-0.4363	-11.2310	6.8247	-0.0579	2.2627
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0009	145.2709	-8.2942	1.0997	-4.1717	0.9376	-31.6943	30.5124	-0.1069	11.2059
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	สหราชอาณาจักร	เบลเยียม	เกาหลีใต้	โปแลนด์
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0004	41.6373	1.1057	0.5914	1.0666	2.8704	6.8907	9.3162	0.1032	4.3962
ผลจากการกระจายตลาด	0.0005	53.5336	1.4216	0.7604	1.3713	3.6906	8.8595	11.9780	0.1327	5.6522
ผลจากการแข่งขัน	0.0148	-2.9394	-1.5903	14.2949	-2.7710	-1.9759	-22.8619	-16.5354	-0.1057	-0.6240
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0094	-1.9768	-1.0193	9.1379	-1.7741	-1.2700	-14.6328	-10.5937	-0.0678	-0.4092
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0251	90.2547	-0.0823	24.7847	-2.1072	3.3150	-21.7445	-5.8348	0.0625	9.0152

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.59

2.2.15 ตลาดเม็กซิโก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเม็กซิโกของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.55 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 6 รองมาจากบราซิล เยอรมนี สาธารณรัฐประชาชนจีน แคนาดา และสวีเดน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเม็กซิโกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0045 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0026 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0019 ล้านเหรียญสหรัฐ. และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกคือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองมาจากบราซิล เยอรมนี สาธารณรัฐประชาชนจีน สวีเดน ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเช็ก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง 0.0040 ล้านเหรียญสหรัฐ. มาจาก 2 ปัจจัยสำคัญ อันดับแรกคือผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และอันดับที่สองคือผลจากการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0043 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0060 ล้านเหรียญสหรัฐ. สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นคือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0013 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0050 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศบราซิลเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.4328 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0485 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0218 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2095 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1531 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐเช็กโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.8638 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1489 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5902 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4744 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.6503 ล้านเหรียญสหรัฐ.

เมื่อพิจารณาผลจากการแข่งขันที่ลดลงของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 เนื่องจากเม็กซิโกเองเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มประเทศลาตินอเมริกาและยังเป็นฐานการผลิตสำหรับประเทศต่างๆที่มีเป้าหมายเพื่อส่งสินค้าออกไปยังกลุ่มลาตินอเมริกาด้วย



ตารางที่ 4.58 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
เม็กซิโกในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	สเปน	สาธารณรัฐเช็ก	บราซิล	แคนาดา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐประชาชนจีน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	21.7111	0.0935	0.8631	0.0012	0.0485	0.0000	0.0004	0.0013	0.0000
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	9.7479	0.0420	0.3875	0.0005	0.0218	0.0000	0.0002	0.0006	0.0000
ผลจากการแข่งขัน	0.0026	-19.2556	0.0319	-1.5162	-0.0022	0.2095	0.0107	0.0099	-0.0018	0.0151
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0019	-13.3173	0.0258	-1.0730	-0.0016	0.1531	0.0077	0.0071	-0.0012	0.0109
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0045	-1.1139	0.1932	-1.3386	-0.0020	0.4328	0.0184	0.0176	-0.0012	0.0260
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	สเปน	สาธารณรัฐเช็ก	บราซิล	แคนาดา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐประชาชนจีน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0013	12.0945	0.1075	0.1184	0.0001	0.1489	0.0052	0.0052	0.0004	0.0073
ผลจากการกระจายตลาด	0.0050	47.9459	0.4262	0.4693	0.0005	0.5902	0.0204	0.0205	0.0015	0.0289
ผลจากการแข่งขัน	-0.0043	-33.2509	0.2941	-0.3227	0.0014	0.4744	-0.0174	-0.0068	0.0026	0.1524
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0060	-46.3088	0.4027	-0.4495	0.0020	0.6503	-0.0242	-0.0096	0.0035	0.2102
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0040	-19.5193	1.2306	-0.1844	0.0040	1.8638	-0.0161	0.0093	0.0080	0.3988

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.60

2.2.16 ตลาดสหราชอาณาจักร

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหราชอาณาจักรของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.56 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองมาจากเยอรมนี อิตาลี ฝรั่งเศส เบลเยียม สเปน และสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0074 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0053 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านเหรียญสหรัฐ. ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองจากเยอรมนี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ สเปน และอินโดนีเซีย ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0066 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0049 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกกีดกันทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0001 และ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 17.6010 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 11.2022 ล้านเหรียญสหรัฐ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 6.2715 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2.1849 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 2.0575 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของเยอรมันโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 13.2776 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการ

ส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 11.3295 ล้าน
เหรียญสหรัฐ และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 26.7053 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่
มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดทิศทาง
มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 12.5177 และ 13.2776 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ



ตารางที่ 4.59 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สหราชอาณาจักรในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	สาธารณรัฐประชาชนจีน	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	11.2022	0.1049	0.1212	0.7716	0.9544	0.2388	0.8462	0.0037	0.4503
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	-2.0575	-0.0193	-0.0223	-0.1417	-0.1753	-0.0439	-0.1554	-0.0007	-0.0827
ผลจากการแข่งขัน	0.0053	6.2715	1.3378	-0.0048	1.0378	0.4912	-0.1163	-1.3071	0.0011	-0.4792
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0021	2.1849	0.5179	-0.0046	0.3861	0.1694	-0.0506	-0.5275	0.0003	-0.1966
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0074	17.6010	1.9414	0.0895	2.0538	1.4397	0.0281	-1.1438	0.0044	-0.3082
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	สาธารณรัฐประชาชนจีน	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0021	11.3295	0.6036	0.0943	1.0160	0.9485	0.1443	0.1633	0.0033	0.1711
ผลจากการกระจายตลาด	0.0049	26.7053	1.4227	0.2223	2.3949	2.2357	0.3402	0.3849	0.0078	0.4032
ผลจากการแข่งขัน	-0.0001	-12.5177	1.7898	0.1296	-2.7316	-3.1658	-0.3146	0.0467	2.0516	-0.1887
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0002	-12.2396	1.6156	0.1140	-2.5829	-2.9796	-0.2992	0.0333	1.8935	-0.1845
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0066	13.2776	5.4316	0.5602	-1.9036	-2.9614	-0.1293	0.6283	3.9563	0.2010

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.61

2.2.17 ตลาดอิตาลี

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดอิตาลีของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.57 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองมาจากสาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน และเยอรมนี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในอิตาลีเปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. และส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการแข่งขันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0003 และ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0089 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0091 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.2907 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0085 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3277 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0104 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการ

ส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0351 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8072 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 2 ปีจี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0862 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.8295 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปีจี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0924 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0161 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีเหมือนกัน คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลง และผลจากการแข่งขันลดลง ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้น และผลจากการส่งออกถูกทิศทาง เมื่อพิจารณา ผลจากการกระจายตลาด ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทุกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีลดลง เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจของอิตาลีมีการฟื้นตัวอย่างช้าๆ เพราะปัญหาการว่างงาน หนี้สาธารณะ รวมทั้งการที่รัฐบาลได้ออกมาตรการเข้มงวดด้านงบประมาณรายจ่ายและเพิ่มความเข้มงวดในการเก็บภาษีมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีความกังวลต่อสถานะเศรษฐกิจโดยรวมทำให้ลดการใช้จ่ายและเพิ่มการออมมากขึ้น



ตารางที่ 4.60 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
อิตาลีในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	สาธารณรัฐเช็ก	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เนเธอร์แลนด์	สเปน	ญี่ปุ่น
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0003	0.0877	1.1105	0.0863	1.4709	0.1267	0.0085	0.6091	0.1520	0.3362
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0003	-0.1074	-1.3598	-0.1057	-1.8011	-0.1552	-0.0104	-0.7459	-0.1861	-0.4117
ผลจากการแข่งขัน	-0.0002	0.0350	4.0683	-0.0558	-1.7550	-0.0067	0.3277	-0.8435	0.1756	-0.6426
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0000	-0.0032	-0.4294	0.0065	0.1966	0.0015	-0.0351	0.0939	-0.0179	0.0708
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0003	0.0120	3.3896	-0.0687	-1.8886	-0.0337	0.2907	-0.8863	0.1236	-0.6473
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	สาธารณรัฐเช็ก	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เนเธอร์แลนด์	สเปน	ญี่ปุ่น
ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก	0.0001	0.0535	1.5836	0.0301	0.3117	0.0630	0.0863	0.0999	0.1214	0.0109
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0001	-0.0573	-1.6968	-0.0322	-0.3340	-0.0675	-0.0924	-0.1070	-0.1301	-0.0116
ผลจากการแข่งขัน	0.0091	0.7691	-1.0609	-0.0004	0.5390	0.0932	0.8295	-0.2159	-0.0928	-0.0259
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0002	-0.0150	0.0230	0.0001	-0.0101	-0.0017	-0.0161	0.0044	0.0020	0.0005
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0089	0.7502	-1.1510	-0.0025	0.5066	0.0869	0.8072	-0.2186	-0.0995	-0.0262

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.62

2.2.18 ตลาดฝรั่งเศส

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดฝรั่งเศสของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.58 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองมาจาก สหราชอาณาจักร โปแลนด์ อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในฝรั่งเศสเปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0036 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลง คือ ผลจากการส่งออกถูกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0064 ล้านเหรียญสหรัฐ. และส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0028 ล้านเหรียญสหรัฐ. และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองมาจาก สหราชอาณาจักร เยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก อิตาลี สหรัฐอเมริกา และสเปน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง 0.0010 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0022 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0032 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0039 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0026 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศสหราชอาณาจักรเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 9.8700 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.1108 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 14.6023 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 7.3174 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 2.5256 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ของสหราชอาณาจักรโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 13.2780 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2.4902 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.5575 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 4.1876 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.0427 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และโปแลนด์ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสเหมือนกัน คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทาง ผลจากการแข่งขันลดลง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้น และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้น



ตารางที่ 4.61 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
ฝรั่งเศสในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน	เยอรมนี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	โปแลนด์
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.0000	5.1108	1.8388	0.7270	0.5057	0.3639	0.2301	0.1481	0.2726	3.2233
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	14.6023	5.2536	2.0772	1.4448	1.0398	0.6573	0.4231	0.7788	9.2093
ผลจากการแข่งขัน	0.0028	-7.3174	-1.9900	0.1590	0.0749	-0.3725	0.2331	-0.2516	-0.4560	-5.8876
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0064	-2.5256	-2.3777	-3.1019	-2.0760	-0.5194	-1.3993	0.0174	0.0156	1.3161
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0036	9.8700	2.7247	-0.1387	-0.0506	0.5118	-0.2789	0.3369	0.6110	7.8611
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน	เยอรมนี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	โปแลนด์
ผลจากการขยายตัวของตลาดส่งออกของโลก	0.0022	2.4902	1.4101	1.3142	0.8855	0.2962	0.5621	0.0404	0.0802	0.5524
ผลจากการกระจายตลาด	0.0032	3.5575	2.0144	1.8774	1.2650	0.423	0.8029	0.0578	0.1146	0.7891
ผลจากการแข่งขัน	-0.0039	4.1876	-0.1423	0.2650	-1.2795	2.3877	-1.2927	0.0449	-0.1470	-1.2687
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0026	3.0427	-0.0237	0.2542	-0.8420	1.6750	-0.8684	0.0333	-0.0979	-0.8522
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0010	13.2780	3.2585	3.7107	0.0291	4.7819	-0.7961	0.1764	-0.0500	-0.7794

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.63

2.2.19 ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.59 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองมาจาก เยอรมนี เกาหลีใต้ สาธารณรัฐเช็ก และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0076 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0033 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0042 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 7 รองมาจาก สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สเปน และเกาหลีใต้ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0343 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0238 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0080 ล้านดอลลาร์สหรัฐ.

ประเทศสาธารณรัฐเช็กเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.5470 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0016 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0009 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3049 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3296 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสาธารณรัฐเช็กโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 4.2512 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1541 ล้านดอลลาร์สหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0275 ล้านดอลลาร์สหรัฐ.

ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.0508 ล้านบาทหรือ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.0188 ล้านบาทหรือ.

ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ เยอรมนี ญี่ปุ่น สาธารณรัฐจีน สเปน และสหรัฐอเมริกา มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ แสดงว่าทุกประเทศต่างมุ่งเน้นความสำคัญในการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สูง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการผลิต



ตารางที่ 4.62 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
สาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554
(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547- 2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐจีน	สเปน	เนเธอร์แลนด์	สหรัฐอเมริกา	เกาหลีใต้	อิตาลี	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	2.4640	0.3866	0.0016	0.1125	0.0000	0.6838	0.1069	0.0167	0.1078
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	1.4583	0.2288	0.0009	0.0666	0.0000	0.4047	0.0633	0.0099	0.0638
ผลจากการแข่งขัน	0.0042	-1.1896	-0.4984	0.3049	-0.2108	0.0452	-1.1628	0.2712	-0.0228	-0.1507
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0033	-0.9060	-0.3871	0.2396	-0.1643	0.0355	-0.9056	0.2144	-0.0177	-0.1171
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0076	1.8268	-0.2701	0.5470	-0.1960	0.0806	-0.9799	0.6558	-0.0139	-0.0961
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐจีน	สเปน	เนเธอร์แลนด์	สหรัฐอเมริกา	เกาหลีใต้	อิตาลี	อินโดนีเซีย
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0021	1.9195	0.1453	0.1541	0.0094	0.0226	0.1164	0.2447	0.0057	0.0347
ผลจากการกระจายตลาด	0.0004	0.3428	0.0259	0.0275	0.0017	0.0040	0.0208	0.0437	0.0010	0.0062
ผลจากการแข่งขัน	0.0238	0.6882	1.8134	3.0508	0.1870	-0.0648	0.3632	-0.1199	0.0028	-0.1239
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0080	0.2523	0.6062	1.0188	0.0624	-0.0213	0.1225	-0.0371	0.0010	-0.0409
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0343	3.2028	2.5909	4.2512	0.2606	-0.0595	0.6228	0.1314	0.0105	-0.1239

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.64

2.2.20 ตลาดเนเธอร์แลนด์

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเนเธอร์แลนด์ของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.60 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 3 รองมาจาก สหราชอาณาจักร และอิตาลี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเนเธอร์แลนด์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0035 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0064 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0002 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดพลาดลดลงเท่ากับ 0.0028 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 4 รองมาจาก เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0832 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0010 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1310 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0024 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดพลาดลดลงเท่ากับ 0.0465 ล้านดอลลาร์.

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงลดลง 0.2902 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.6034 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4460 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 1.1452 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดพลาดลดลงเท่ากับ 0.1944 ล้านดอลลาร์. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของเยอรมันโดย

เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.8021 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2609 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.3058 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.5964 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 1.1682 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์เหมือนกัน คือ ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง ผลจากการกระจายตลาดลดลง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้น และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทุกประเทศ มีผลจากการกระจายตลาดที่ลดลงเหมือนกัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของเนเธอร์แลนด์มีปัญหาด้านการคลัง ปัญหาราคาอาหาร และมีปัญหาเศรษฐกิจหดตัว จึงมีผลให้มีการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังเนเธอร์แลนด์ลดลง



ตารางที่ 4.63 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด
เนเธอร์แลนด์ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554
(โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	สาธารณรัฐจีน	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	อิตาลี	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0001	12.2132	6.3594	0.6034	3.6998	0.5905	0.0533	0.1765	0.0090	0.0031
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0002	-23.1802	-12.0699	-1.1452	-7.0220	-1.1207	-0.1012	-0.3350	-0.0171	-0.0058
ผลจากการแข่งขัน	0.0064	30.0774	0.8113	0.4460	-0.7843	0.6693	-0.0840	1.3778	0.0189	-0.0046
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0028	-13.1729	-0.3417	-0.1944	0.3526	-0.2924	0.0370	-0.6043	-0.0083	0.0020
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0035	5.9374	-5.2408	-0.2902	-3.7539	-0.1533	-0.0949	0.6150	0.0025	-0.0053
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	สาธารณรัฐจีน	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	อิตาลี	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สิงคโปร์
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0010	8.5559	2.1451	0.2609	1.0525	0.2916	0.0039	0.2704	0.0058	0.0003
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0024	-19.5564	-4.9030	-0.5964	-2.4058	-0.6665	-0.0088	-0.6180	-0.0133	-0.0006
ผลจากการแข่งขัน	0.1310	-8.5475	0.4390	3.3058	2.0782	-0.0385	0.2872	-0.5079	0.1427	0.0563
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	-0.0465	3.1907	-0.1162	-1.1682	-0.7180	0.0190	-0.1018	0.1852	-0.0505	-0.0200
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0832	-16.3573	-2.4352	1.8021	0.0069	-0.3943	0.1804	-0.6703	0.0847	0.0360

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.65

2.2.21 ตลาดสเปน

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสเปนของไทยและประเทศคู่แข่งดังแสดงในตารางที่ 4.61 สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน และในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 รองมาจาก โปรตุเกส อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเบลเยียม ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยมีปัจจัยดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสเปนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0005 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ.และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่ไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 รองมาจาก ฝรั่งเศส เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8061 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.5244 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5702 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2217 ล้านเหรียญสหรัฐ.ส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0036 ล้านเหรียญสหรัฐ. ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสหรัฐอเมริกาโดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.3274 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการ

ส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2359 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.7836 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.4717 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.2204 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งคือ เบลเยียม มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนเหมือนกัน คือ ผลจากการส่งออกอุตสาหกรรม ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้น ผลจากการกระจายตลาดลดลง และผลจากการแข่งขันลดลง

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทุกประเทศ มีผลจากการกระจายตลาดที่ลดลงเหมือนกัน เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจของสเปนมีปัญหาเศรษฐกิจถดถอยจึงมีผลให้มีการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังสเปนลดลง



ตารางที่ 4.64 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาด สเปนในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	อิตาลี	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สาธารณรัฐจีน	เนเธอร์แลนด์	เบลเยียม	โปรตุเกส
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.0289	0.2201	1.9162	0.3219	0.0178	1.5244	0.1269	0.5486	0.4623
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	-0.0059	-0.0449	-0.3911	-0.0657	-0.0036	-0.3111	-0.0259	-0.1120	-0.0943
ผลจากการแข่งขัน	0.0004	0.1263	0.4436	0.0562	-0.3608	0.5702	-0.2592	-0.1149	-0.2547	8.8901
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0001	0.0491	0.1720	0.0175	-0.1411	0.2217	-0.1043	-0.0450	-0.1003	3.4562
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0005	0.1984	0.7908	1.5989	-0.2456	0.8061	0.8499	-0.0589	0.0816	12.7142
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	ไทย	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	อิตาลี	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สาธารณรัฐจีน	เนเธอร์แลนด์	เบลเยียม	โปรตุเกส
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0001	0.0720	0.3472	1.5427	0.1152	0.2359	1.1091	0.0560	0.3364	3.8241
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0003	-0.1441	-0.6944	-3.0853	-0.2304	-0.4717	-2.2182	-0.1120	-0.6727	-7.6482
ผลจากการแข่งขัน	-0.0004	0.3333	3.4022	1.9384	1.1878	0.7836	0.0580	0.0132	-0.7482	2.7219
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0001	-0.0936	-0.9553	-0.5471	-0.3335	-0.2204	-0.0185	-0.0038	0.2092	-0.7716
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	-0.0004	0.1676	2.0997	-0.1513	0.7391	0.3274	-1.0696	-0.0466	-0.8753	-1.8738

ที่มา : จากการคำนวณตารางที่ 4.43 และตารางภาคผนวกที่ ก.66

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ รถยนต์ในประเทศไทย

การประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย ได้ทำการประเมินโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter และบางส่วนเป็นการสำรวจความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการในช่วงเดือน มีนาคม-เมษายน .พ.ศ.2555 มีบริษัทที่ตอบแบบสอบถาม 2 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีองค์ประกอบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม 6 ด้านคือ

1. ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. ด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจ (Demand Conditions)
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Related and supporting Industries)
4. ลักษณะการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategies)
5. นโยบายรัฐบาล (Government Policy)
6. เหตุสุควิสัย (Chance)

3.1 ศักยภาพการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

3.1.1 ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

นับได้ว่าปัจจัยการผลิตเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตของอุตสาหกรรมในประเทศ เนื่องจากถ้าประเทศใดมีปัจจัยการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการผลิต ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบเชิงแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ของไทย ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย สภาพปัจจัยการผลิตภายในประเทศถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศนั้นๆ เนื่องจากประเทศใดมีสภาพปัจจัยการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ก็จะทำให้ประเทศนั้นสามารถผลิตปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและราคาถูก ซึ่งย่อมเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมที่ใช้ปัจจัยการผลิตชนิดนั้น ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยได้ดังนี้

1) ด้านวัตถุดิบ

(1) คอมเพรสเซอร์ เป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ ในอดีตต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันได้ลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศโดยประเทศไทยสามารถผลิตคอมเพรสเซอร์ภายในประเทศได้

เพิ่มขึ้นคอมเพรสเซอร์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเพิ่มความดันสำหรับวงจรการแลกเปลี่ยนความร้อนของระบบปรับอากาศ จากรายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2554 และแนวโน้มปี 2555 นี้ จัดทำขึ้นโดย กระทรวงอุตสาหกรรม ในช่วง ม.ค.-ต.ค. พ.ศ.2553 พบว่ายอดจำหน่ายคอมเพรสเซอร์สำหรับใช้ในการผลิตเครื่องปรับอากาศรวมทั้งสิ้น 5,845,905 เครื่อง ในช่วง ม.ค.-ต.ค. พ.ศ.2554 พบว่ายอดจำหน่ายคอมเพรสเซอร์สำหรับใช้ในการผลิตเครื่องปรับอากาศรวมทั้งสิ้น 5,693,520 เครื่อง ลดลงเล็กน้อยในช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2554 เพราะผู้ผลิตได้รับผลกระทบจากอุทกภัย

(2) ทองแดง ประเทศไทยมีแร่ทองแดงอยู่โดยทั่วไป ทั้งทางภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี พ.ศ. 2554 ไทยมีการส่งออกเศษทองแดงเป็นจำนวนมากคิดเป็นปริมาณ 74,604 เมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.41 ตลาดส่งออกคือ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสิงคโปร์ สำหรับผลิตภัณฑ์ทองแดงที่ส่งออกมา ได้แก่ หลอดหรือท่อทองแดง (Pipes & Tubes) คิดเป็นปริมาณ 27,419 เมตริกตัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 25.92 ตลาดที่สำคัญคือ ประเทศญี่ปุ่น สหพันธรัฐมาเลเซีย และสาธารณรัฐเช็ก รองลงมาคือ ท่อน เส้น และโพรไฟล์คิดเป็นปริมาณ 22,416 เมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.70 โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ใต้หวันและญี่ปุ่น

อุตสาหกรรมทองแดงสามารถแบ่งประเภทของการผลิตได้เป็น 3 ประเภท

ก. การผลิตขั้นต้น คือการถลุงอะลูมิเนียมจากแร่ หรือการนำเศษทองแดงที่ใช้แล้วมาหลอมใหม่

ข. การผลิตขั้นกลางคือการนำทองแดงพื้นฐานมาผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้นให้เป็นรูปทรง โดยที่ผลิตผล ของการผลิตในขั้นกลางนี้จะอยู่ในรูป แผ่น เบลว ท่อ ผง เส้น

ค. การผลิตขั้นปลาย คือการนำทองแดงกึ่งสำเร็จรูปเช่นลวด แผ่น ท่อ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสู่ผู้บริโภค

ในปี พ.ศ. 2550 บริษัทไทยคอปเปอร์ จำกัด ผู้ผลิตทองแดงขั้นต้นรายเดียวของไทย ได้หยุดการผลิตเนื่องจากปัญหาสภาพคล่องจากราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นและปัญหาสิ่งแวดล้อมประเทศไทยจึงมีการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นกลางและขั้นปลายเท่านั้น โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อตอบสนองและสนับสนุนอุตสาหกรรมขั้นปลายในประเทศซึ่งได้แก่ โรงงานผลิตท่อทองแดงและทองเหลือง โรงงานผลิตสายไฟ และส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบทองแดงที่นำเข้าจากต่างประเทศ

(3) เหล็ก อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าในไทยยังไม่มีผู้ผลิตครบวงจรโดยจะมีเพียงผลิตภัณฑ์เหล็กอุตสาหกรรมกลางน้ำและอุตสาหกรรมปลายน้ำเท่านั้น จากผล

การศึกษาได้คัดเลือกประเทศผู้ผลิตที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ(World Best Practice: WBP)เปรียบเทียบตามกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งสรุปได้ว่าผลิตภาพของอุตสาหกรรมเหล็กไทยเมื่อเปรียบเทียบกับ WBP แล้วยังคงน้อยกว่ามาก

(4) อลูมิเนียม ประเทศไทยไม่มีการผลิตอลูมิเนียมขั้นต้น ปริมาณอลูมิเนียมที่ใช้อยู่ในไทยปัจจุบันจึงเป็นอลูมิเนียมจากการนำเข้าและการนำอลูมิเนียมเก่ากลับมาใช้ใหม่ประเทศที่ไทยนำเข้าสินค้าอลูมิเนียมมากที่สุด ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และจีน

(5) บรรจุก๊าซ เป็นอุปกรณ์บรรจุและป้องกันสินค้าจากการเสียหายต่างๆ เช่น การแตกหักเนื่องจากแรงกระแทก และเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าให้อยู่ในสภาพดีจนถึงมือผู้บริโภค ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมบรรจุก๊าซ คือ ราคากระดากที่มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

(6) ส่วนประกอบอื่นๆ สารทำความเย็น ยาง เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในประเทศและได้มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนการผลิตจากการพิจารณาอุตสาหกรรมสนับสนุนส่วนใหญ่ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนส่วนใหญ่จะประสบปัญหาด้านภานำเข้าวัตถุดิบ ทำให้ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมสนับสนุนและส่งผลมาที่ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

2) ด้านต้นทุนการผลิต

ในการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์จะประกอบด้วยต้นทุนของวัตถุดิบมากที่สุดถึงร้อยละ 90 ค่าจ้างแรงงานร้อยละ 3 ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อีกร้อยละ 7 การที่มีสัดส่วนต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าร้อยละ 90 ส่งผลกระทบอย่างมากในการกำหนดราคาขาย และการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้ในการแข่งขันในธุรกิจ นอกจากนั้นการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของราคาน้ำมันและราคาของวัตถุดิบพื้นฐานที่สำคัญ เช่น ทองแดง พลาสติก และเหล็ก จึงส่งผลโดยตรงให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ ทองแดง ปัจจุบันราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 70-80 น้ำมัน พลาสติก เหล็ก ราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 30 ราคาที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาวะต้นทุนวัตถุดิบโดยรวมที่สูงขึ้นอาจเป็นปัจจัยร่วมการชะลอการผลิตของผู้ผลิตบางราย ทองแดง ซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานสำคัญในการผลิตมอเตอร์พัดลม และคอมเพรสเซอร์ เหล็กแผ่นรีดเย็น ซึ่งนำมาใช้ผลิตโครงตัวถัง และเป็นส่วนประกอบของมอเตอร์และคอมเพรสเซอร์

ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของราคาทองแดงและเหล็กแผ่นรีดเย็นมีสาเหตุสำคัญมาจากการที่จีนมีความต้องการใช้เพื่อผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในปริมาณที่สูง โดยมีสัดส่วน ถึง 1 ใน 5 ของปริมาณความต้องการในตลาดโลก การเพิ่มสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบดังกล่าวทำให้ต้นทุนในการผลิตเครื่องปรับอากาศ โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 อีกทั้งเครื่องปรับอากาศ

ที่ผลิตในประเทศยังต้องเสียภาษีสรรพสามิตอีกร้อยละ 15 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากจีนที่มีปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่ามากซึ่ง ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า และอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรับอากาศร้อยละ 0 จึงทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของผู้ผลิตไทยลดลงเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากประเทศจีน

3) ด้านเทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยเลือกใช้ในการผลิตโดยทั่วไปมีอยู่ 2 ลักษณะคือ

(1) ร่วมทุนกับบริษัทต่างประเทศ

(2) การซื้อเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ

ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ประเทศไทยมีข้อเสียเปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตไทย ได้แก่ผู้ประกอบการชาวไทยยังขาดแคลนบุคลากรเฉพาะทาง ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น และต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน ค่าไฟฟ้าและพลังงาน ดังนั้นหากประเทศไทยสามารถสร้างปัจจัยการผลิตเฉพาะทางเหล่านี้ได้เพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลถึงขีดความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออกสินค้าของไทยให้เพิ่มขึ้นในอนาคต

4) ด้านทรัพยากรมนุษย์

ในปัจจุบันประเทศไทยได้ประสบปัญหาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมประเภทนี้มากขึ้นเนื่องจากขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ ประกอบกับค่าแรงของไทยสูงขึ้น นอกจากนี้แรงงานยังมีการเข้าและออกจากงานบ่อยเนื่องจากสภาพแวดล้อมของโรงงานที่มีอุณหภูมิสูง รวมทั้งการที่โรงงานอุตสาหกรรมหลายแห่งแข่งขันด้านสวัสดิการและทางโรงงานมีการขยายฐานการผลิตไปสู่จังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ส่งผลให้แรงงานมีการโยกย้ายเปลี่ยนงานกันมากขึ้น นอกจากนี้ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในระดับผู้ชำนาญการและช่างเทคนิค

ฝีมือแรงงานเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดคุณภาพสินค้า นอกเหนือจากคุณภาพวัตถุดิบ อีกทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า แม้ว่าฝีมือแรงงานไทยจะมีฝีมือมากกว่าประเทศคู่แข่งในบางประเทศ แต่ความแตกต่างของฝีมือดังกล่าวก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนักที่จะดึงดูดให้ไม่มีการย้ายฐานการผลิต

5) ทรัพยากรด้านความรู้

ทรัพยากรด้านความรู้ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันเนื่องจากเป็นปัจจัยเฉพาะทางที่ต้องใช้ระยะเวลาและ

การลงทุนในการพัฒนา ส่งผลไปสู่การพัฒนาในอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลอกเลียนแบบได้ยากโดยประเทศใดที่ภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนและให้ความสำคัญ ประเทศนั้นก็จะมียุทธภาพในการแข่งขันกับประเทศต่างๆอย่างยั่งยืน

6) โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการลงทุนและพัฒนาในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยถ้าประเทศใดมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ก็จะจูงใจให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆทำให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาในอุตสาหกรรมนั้นๆ สำหรับการวิเคราะห์โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมจะขอพิจารณาเฉพาะด้านการคมนาคมขนส่ง เนื่องจากการขนส่งที่มีคุณภาพจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบวัตถุดิบและชิ้นส่วนระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว

ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโลจิสติกส์ มีเพียงจำนวนที่นั่งเครื่องบินโดยสารต่อกิโลเมตรที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันดีกว่าสิงคโปร์และมาเลเซีย นอกจากนี้ไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ อาทิ คุณภาพของระบบราง คุณภาพของท่าเรือ คุณภาพของถนน และคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานโดยรวม

ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารของไทยยังมีจำนวนการสมัครสมาชิกใหม่ของอินเทอร์เน็ต และผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตยังอยู่ในระดับต่ำ

ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการให้บริการภาครัฐ ไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ในประเทศ กฎระเบียบภาครัฐที่เป็นภาระ และกระบวนการด้านศุลกากรที่ยุ่งยาก

ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านตลาดทุน พบว่าประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธนาคารที่ไทยมีศักยภาพใกล้เคียงกับสหพันธรัฐมาเลเซีย และยังมีจุดอ่อนหลายด้าน อาทิ การเข้าถึงกิจการเงินร่วมลงทุน การเข้าถึงการให้บริการทางการเงิน กฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ ความง่ายในการเข้าถึงสินเชื่อ และความพอเพียงของการให้บริการทางการเงิน

ด้านศักยภาพทางด้านนวัตกรรม พบว่าไทยมีเพียงจำนวนนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรที่ไทยใกล้เคียงกับสหพันธรัฐมาเลเซีย และไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ อาทิ จำนวนการจดสิทธิบัตรต่อประชากร การปรับใช้เทคโนโลยีในระดับธุรกิจ คุณภาพของสถาบันด้านวิทยาศาสตร์และการวิจัย ความสามารถด้านนวัตกรรม งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน และความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม

ด้านศักยภาพทางด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา พบว่าไทยมีอัตราการเข้าเรียนระดับอุดมศึกษาของสูงกว่าสหพันธรัฐมาเลเซีย และอัตราสมองไหลอยู่ใน

ระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่ไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญในด้านการฝึกอบรมทักษะแรงงาน คุณภาพของระบบการศึกษาคุณภาพของสถาบันการเรียนการสอนทางการจัดการ และคุณภาพของการศึกษาทางด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์

3.1.2 ด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจ

อุปสงค์ภายในประเทศ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเป็นตัวผลักดันทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นปริมาณการผลิตที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาอุปสงค์ภายในประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไทยสามารถแยกอุปสงค์ตามความต้องการของตลาดดังต่อไปนี้

จากความต้องการของตลาดดังกล่าว มีผลทำให้ผู้บริโภครภายในประเทศให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านคุณภาพมากกว่าราคา ทำให้ผู้ผลิตให้ความสำคัญในการยกระดับคุณภาพของสินค้า ส่งผลให้ความต้องการภายในประเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย

ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจ คือ ประเทศไทยมีตลาดภายในประเทศที่เข้มแข็งโดยเฉพาะตลาดผู้ประกอบการรถยนต์ แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยในด้านอุปสงค์พบว่าปริมาณการผลิตและการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศยังต้องพึ่งพาการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศเป็นหลัก

1.2.3 ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมของประเทศ เนื่องจากมีความเชื่อว่าอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าจะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันได้นั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมได้โดยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาโครงสร้างของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรม 2 ส่วน คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำซึ่งผลิตวัตถุดิบได้แก่ Compressor, Compressor Sheet Steel & Shape Steel, Aluminum Fins, Plastic parts และอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ยังมีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการผลิตเหล็ก ทองแดง สังกะสี

อลูมิเนียม และพลาสติก เป็นต้น และอุตสาหกรรมปลายน้ำที่สำคัญคืออุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ

ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าปัจจัยในด้านบวกคือ อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ประเมินว่า ยอดการผลิตรถยนต์ในปี 2556 จะอยู่ในระดับ 2.4-2.5 ล้านคัน เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะจากนโยบายกึ่งภาษีรถยนต์คันแรกที่ไม่สามารถผลิตได้ทันในปีนี้(2555) และอาจยกยอดเป็นการผลิตในปี 2556 แทน ประมาณ 200,000-300,000 คัน รวมถึงนโยบายการพักหนี้เกษตรกร นโยบายบัตรเครดิตที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถหมุนสภาพคล่องได้

ดังนั้นหากยอดการผลิตสูงถึง 2.4-2.5 ล้านคัน จะทำให้ไทยกลายเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ 1 ใน 10 ของโลกทันที แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อไปอีก 3-5 ปี เนื่องจากอัตราการใช้รถยนต์ของคนไทยยังอยู่ที่ระดับ 10 คนต่อรถ 1 คัน ถึงแม้ตลาดยุโรป แอฟริกา จะขยายตัวลดลงเมื่อเทียบช่วงเดียวกันในปีก่อน แต่เมื่อพิจารณาตลาดอื่นๆ โดยเฉพาะตะวันออกกลางขยายตัวเพิ่มสูงถึงร้อยละ 46 ส่วนภูมิภาคอื่นๆ ยังขยายตัวได้ดีเกือบทั้งหมด สำหรับนโยบายรัฐ ในการกระตุ้นการขยายตัวอุตสาหกรรมรถยนต์ในส่วนของมาตรการกึ่งภาษีรถยนต์คันแรกแม้จะส่งผลกระทบให้ผู้จองรถยนต์ภายในปี 2555 ก็เชื่อว่าจะไม่กระทบการผลิตรถยนต์ตั้งแต่ช่วงปี 2557 เป็นต้นไป เพราะผู้ประกอบการมองว่าการใช้รถยนต์มีวงจรการใช้ผู้บริโภคจะต้องมีการเปลี่ยนรถยนต์มีการซื้อใหม่อยู่แล้ว โดยอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์และการพัฒนาการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์มากที่สุดเนื่องจากปัจจุบันพบว่าปริมาณการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์มีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น

แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยในด้านลบพบว่า ประเทศไทยยังขาดการประสานงานในภาคอุตสาหกรรมที่เป็นระบบและยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นหากต้องการใช้ข้อได้เปรียบทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องอย่างเต็มที่ จะต้องมีการมองปัญหาและพัฒนาอย่างเป็นระบบตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อที่จะทำให้อุตสาหกรรมเหล่านี้เกี่ยวเนื่องกันและสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้เต็มศักยภาพ โดยเฉพาะภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษา

นอกจากนี้อุตสาหกรรมสนับสนุนจำพวกอะไหล่และชิ้นส่วนทั้งหลายส่วนใหญ่ นักลงทุนต่างประเทศเป็นเจ้าของทำการผลิตเพื่อการส่งออกหรือป้อนบริษัทแม่ ดังนั้นประเทศไทยจึงเป็นเพียงฐานการผลิตเพื่อการส่งออก

1.2.4 ลักษณะการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ

เนื่องจากตลาดเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายนักจึงทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตจึงอยู่ในวงจำกัดเพราะธุรกิจเครื่องปรับอากาศรถยนต์ต้องใช้เทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์สูง ดังนั้นผู้ผลิตรายใหญ่จึงเป็นผู้ผลิตที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับราคาและปริมาณการผลิต

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในอดีตที่ผ่านมาได้อาศัยความได้เปรียบในความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรภายในประเทศโดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้สามารถใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นจุดแข็งในการแข่งขัน อีกทั้งยังได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศในฐานะประเทศกำลังพัฒนา เช่น การให้สิทธิทางด้านภาษี เป็นต้น แต่ปัจจุบันความได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบกำลังจะหมดไป จากค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ปัญหาสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม การผลิตวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ ดังนั้นทำให้ผู้ผลิตของไทยต้องหันมาทบทวนกลยุทธ์ในการแข่งขันระหว่างประเทศใหม่ โดยการยอมรับว่าประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบในการผลิตสินค้าด้วยต้นทุนราคาถูก จึงควรเปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้าแทน เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของไทยกับประเทศคู่แข่ง โดยต้องเน้นนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยราคาย่อมเยา และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมซึ่งจะทำให้ประเทศไทยสามารถหนีจากตลาดระดับล่างที่เน้นการแข่งขันทางด้านราคามากกว่าคุณภาพขึ้นมาอยู่ในระดับบน ซึ่งจะทำให้มีการใช้ทรัพยากรในประเทศลดลง แต่สามารถเพิ่มมูลค่าในการส่งออกได้มากขึ้น

และกลยุทธ์สำคัญคือ การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากทั่วโลก การสร้างระบบเครือข่ายการผลิตเฉพาะของตนในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์หรือสร้างพันธมิตรกับผู้ผลิตวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนเพื่อป้อนให้กับสายการผลิตของตน โดยเฉพาะซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันไว้ภายในเครือข่ายตน โดยไม่ได้ถ่ายทอดสู่ผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบในประเทศที่เข้าไปลงทุน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ในการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยปัจจุบันที่เป็นข้อได้เปรียบ คือ การให้ความสำคัญต่อคุณภาพการผลิตและเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสู่ตลาด

1.2.5 นโยบายรัฐบาล

รัฐบาลได้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นและเสริมสร้างความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็นตัวกลางคอยประสาน ผู้สร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ผู้ควบคุมและรับรองคุณภาพสินค้า สำหรับนโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่มีอยู่ปัจจุบันและมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดังนี้

1) นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลที่ผ่านมานั้นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยสร้างแรงจูงใจทางด้านภาษี ได้แก่ การยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และเครื่องมือสำหรับการผลิต แต่การเน้นส่งเสริมการลงทุนของบริษัทต่างชาตินั้นทำให้ผู้ประกอบการคนไทยขนาดกลางและขนาดเล็กเกิดปัญหาความสามารถในการแข่งขันที่ด้อยกว่า รัฐบาลได้แก้ปัญหของผู้ประกอบการคนไทยที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ปรับเปลี่ยนนโยบายและบทบาทใหม่ จากเดิมที่มีบทบาทเป็นผู้ให้สิ่งจูงใจในการลงทุนพัฒนาอุตสาหกรรมแก่ผู้ประกอบการคนไทยเปลี่ยนเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนการลงทุน โดยสนับสนุนให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนและใช้นโยบายเชิงรุกในการชักจูงบริษัทผู้ประกอบการต่างชาติที่ใช้เทคโนโลยีสูงมาลงทุนในประเทศไทย โดยเน้นการตลาดรวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสร้างความเข้มแข็งทางด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมนั้นๆ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กมากยิ่งขึ้น เป็นผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ ซึ่งมีความต้องการการลงทุนหรือร่วมลงทุนจากบริษัทต่างชาติเพื่อการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยี นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) ซึ่งนโยบายการส่งเสริมการลงทุนใหม่ของรัฐบาลต่อไปจะเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์

2) มาตรการทางด้านภาษี เดิมภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรสำหรับผลิต และจากมีการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศมากขึ้นดังนั้นการลดลงของของอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และเครื่องจักรสำหรับผลิต ในปัจจุบันส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์มีมากขึ้น และจากข้อสรุปของการประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำยุทธศาสตร์ เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก ที่จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีข้อสรุปสำหรับภาคอุตสาหกรรม คือ มีการกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันเพื่อปรับเปลี่ยนการผลิตที่มุ่งการผลิตเชิงปริมาณ โดยผลิตในปริมาณมากมาเป็นการสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว ซึ่งต้องให้ความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิต การปรับปรุงห่วงโซ่

อุปาทาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง นอกจากนี้ยังจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก กลุ่มที่แข่งขันได้ในระดับภูมิภาค และกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน ซึ่งยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไป สำหรับอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับภูมิภาค

3) การส่งเสริมการส่งออก โดยมีหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ เช่น กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กรมส่งเสริมการส่งออก ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานและให้ความช่วยเหลือผู้ผลิตและผู้ส่งออกในด้านต่างๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สินค้าไทยในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อผลทางด้านการตลาด เช่น การจัดงานแสดงสินค้าทั้งในไทยและต่างประเทศ

4) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เข้ามาพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมและรองรับการขยายตัวของตลาดโลกในอนาคต ในการนี้ สวทช. จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมการผลิตและบริการ ระหว่างปี 2554 – 2559 โดยมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมการผลิตรายสาขาที่มีศักยภาพในการแข่งขันและมีความจำเป็นต้องนำ วทน. เข้าไปสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเร่งด่วน จำนวน 3 อุตสาหกรรมด้วยกัน คือ

- (1) อุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์
- (2) อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น
- (3) อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

1.2.6 เหตุสุควิสัย

ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจในการอุตสาหกรรมและอยู่นอกเหนือการควบคุมรัฐบาลในประเทศไทย ได้แก่ มาตรการทางการค้าทั้งทางด้านภาษีและมิใช่ภาษีของประเทศคู่ค้า ภัยธรรมชาติและโรคระบาด เหตุสุควิสัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตของไทยมากที่สุด คือ ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 ประเทศไทยมีการแข็งค่าของเงินบาทมากกว่าสกุลอื่นในเอเชีย ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนส่งออกของสินค้า และการเกิดอุทกภัยในปี พ.ศ.2554 เนื่องจากน้ำท่วมทำให้ซัพพลายเชน (Supply Chain) ไม่สามารถขนส่งชิ้นส่วนในการผลิตได้ เนื่องจากโรงงานหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่น้ำท่วม มาตรการการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี ซึ่งในปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้ยกประเด็นไม่ว่าจะเป็นประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชนมาเป็นข้ออ้างในการกีดกันการค้า

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศ มีดังนี้

4.1 ปัญหา

ผลจากการสำรวจมีผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22

4.1.1 ต้นทุนการผลิตของไทยสูง เนื่องจาก

1) การนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชนให้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศรถยนต์ภายในประเทศให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ

2) ขาดการประเมินสถานการณ์ด้านราคาของวัตถุดิบนำเข้า เช่น เหล็ก ทองแดง และอลูมิเนียม เป็นต้น ทั้งนี้เพราะสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นสินค้าที่มีการขยายตัว ตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

3) การควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน ผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศยนต์มีปัญหาสำคัญคือขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยช่วยในการตรวจสอบคุณภาพ ทั้งนี้เครื่องปรับอากาศยนต์เป็นสินค้าที่ต้องอาศัยการตรวจสอบคุณภาพทั้งกระบวนการผลิต

4) การนำเข้าเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาคิดค้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ โดยถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตได้ เพื่อทดแทนการนำเข้าเทคโนโลยีดังกล่าว เป็นการลดต้นทุนการผลิต

5) ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทย จึงมีการย้ายฐานการผลิตจากไทยไปสู่ประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เวียดนาม และอินเดีย ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทย

4.1.2 การขาดอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญ และการขาดศักยภาพในการรองรับและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ของไทย เหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัว หันมาพึ่งพาเทคโนโลยีในการผลิตมากขึ้น มีการแข่งขันทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และค้นคว้าเพื่อนำไปสู่นวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตนมากขึ้น

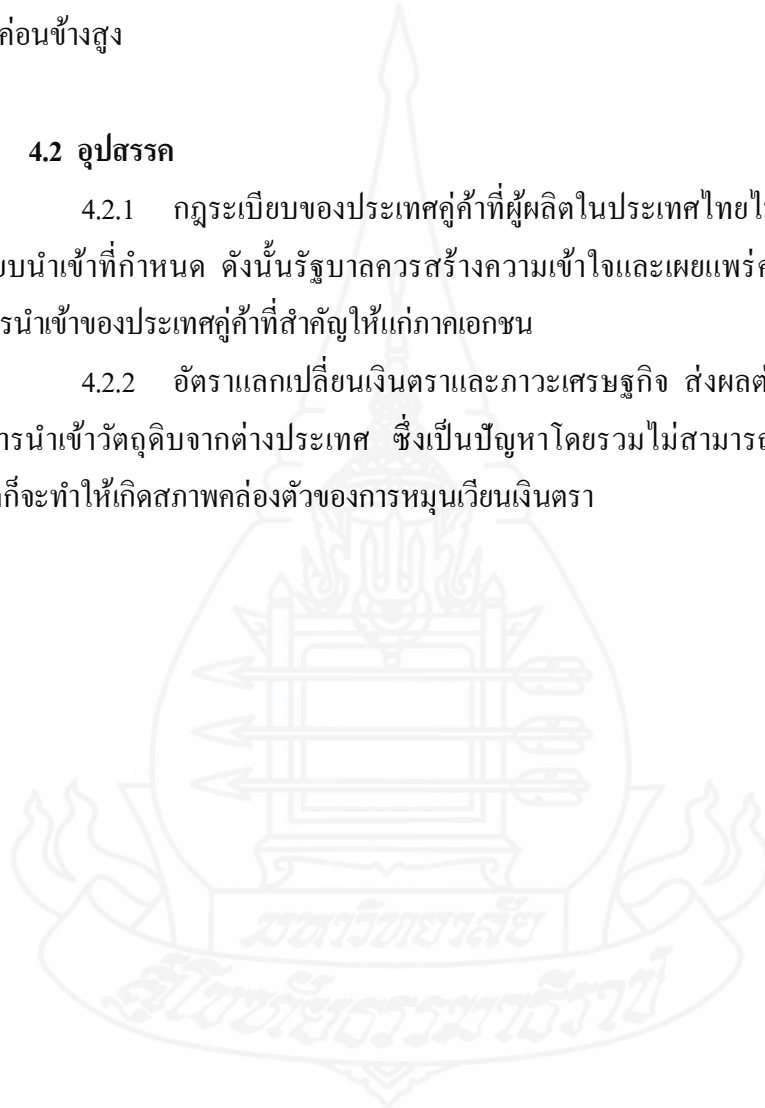
4.1.3 ปัญหาการลอกเลียนแบบเทคโนโลยีได้ง่าย ผู้ประกอบการผลิตที่ใช้วิธีเลียนแบบผลิตภัณฑ์ไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์

4.1.4 การขาดแคลนพื้นที่จัดเก็บสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดแคลนพื้นที่ในการจัดเก็บ ทั้งนี้เพราะเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นสินค้าที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมาก ซึ่งจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าค่อนข้างสูง

4.2 อุปสรรค

4.2.1 กฎระเบียบของประเทศคู่ค้าที่ผู้ผลิตในประเทศไทยไม่สามารถปรับตัวได้ตามระเบียบนำเข้าที่กำหนด ดังนั้นรัฐบาลควรสร้างความเข้าใจและเผยแพร่ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับระเบียบการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่สำคัญให้แก่ภาคเอกชน

4.2.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและภาวะเศรษฐกิจ ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตในกรณีที่มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาโดยรวมไม่สามารถที่จะควบคุมได้ ถ้าเศรษฐกิจดีก็จะทำให้เกิดสภาพคล่องตัวของการหมุนเวียนเงินตรา



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในไทย สามารถสรุปผลการศึกษา ตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 การศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทย

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันและเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย สามารถสรุปความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งตลาดได้ดังนี้

1.1.1 ตลาดโลก

ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก แต่หลังจากนั้นในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยมากกว่า 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าใน 6 ปีหลังของช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ประเทศไทยเริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี และอิตาลี และประเทศที่ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สเปน สาธารณรัฐประชาชนจีน และเบลเยียม ซึ่งเมื่อพิจารณา

ตารางที่ 5.1 สรุปค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดโลก
และตลาดคู่ค้าสำคัญของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ตลาดส่งออก	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
ตลาดโลก	0.080 (0.09)	0.144 (0.17)	0.229 (0.27)	0.850 (0.97)	0.968 (1.12)	1.208 (1.45)	1.802 (1.40)	1.333 (1.66)	2.545 (3.40)	2.457 (3.46)	1.784 (2.57)
ออสเตรเลีย	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.001 (0.01)	1.397 (9.27)	0.433 (3.38)	0.935 (6.14)	0.215 (1.34)	3.575 (17.96)	17.053 (54.89)	19.579 (54.57)	16.497 (38.06)
แอฟริกาใต้	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.008 (0.03)	6.495 (19.37)	20.118 (36.75)	31.377 (52.09)	26.056 (26.66)	24.039 (21.47)	30.851 (33.66)	28.582 (34.39)
ญี่ปุ่น	0.000 (0.00)	0.005 (0.05)	0.090 (0.51)	1.128 (7.39)	1.767 (13.03)	1.915 (19.38)	1.348 (46.49)	1.119 (64.22)	2.298 (67.33)	1.827 (47.03)	1.498 (58.51)
สิงคโปร์	0.093 (0.33)	0.440 (2.93)	1.436 (9.28)	7.785 (40.03)	7.410 (31.40)	4.393 (33.11)	0.066 (1.20)	1.592 (14.04)	2.868 (21.24)	0.071 (1.04)	0.005 (0.09)
สหพันธรัฐมาเลเซีย	0.006 (0.16)	0.174 (4.53)	0.001 (0.02)	0.679 (18.63)	0.491 (13.14)	0.043 (1.38)	0.367 (8.99)	0.984 (23.97)	2.095 (29.08)	1.562 (14.28)	0.757 (9.32)
เบลเยียม	2.541 (2.40)	2.420 (2.55)	2.341 (1.61)	0.642 (0.38)	2.748 (1.05)	2.825 (0.72)	8.977 (2.39)	0.875 (0.21)	0.320 (0.08)	0.309 (0.08)	0.599 (0.14)
อาร์เจนตินา	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.009 (0.00)	0.016 (0.01)	0.003 (0.00)	9.122 (2.61)	24.685 (17.38)	21.730 (9.27)	19.408 (5.12)
ตุรกี	1.968 (1.25)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	8.467 (3.17)	17.366 (4.85)	8.293 (2.56)	4.013 (0.87)	3.617 (0.59)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)
ฟิลิปปินส์	0.013 (0.08)	1.072 (9.88)	2.518 (23.05)	1.590 (22.90)	1.039 (16.10)	0.009 (0.21)	0.012 (0.17)	0.003 (0.03)	0.007 (0.07)	0.005 (0.05)	0.002 (0.04)
ฮ่องกง	0.001 (0.00)	0.000 (0.00)	0.232 (0.83)	0.188 (0.68)	0.012 (0.09)	0.018 (0.25)	0.011 (0.20)	0.118 (1.43)	0.740 (10.02)	0.080 (1.76)	0.001 (0.17)
สาธารณรัฐเช็ก	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.052 (0.02)	1.109 (0.52)	0.001 (0.00)	0.137 (0.02)	0.007 (0.02)
สหรัฐอเมริกา	0.001 (0.00)	0.015 (0.02)	0.002 (0.00)	0.001 (0.00)	0.001 (0.00)	0.101 (0.13)	0.134 (0.16)	0.000 (0.00)	0.033 (0.06)	0.027 (0.05)	0.046 (0.07)
เยอรมนี	0.000 (0.00)	0.004 (0.00)	0.003 (0.00)	0.003 (0.00)	0.003 (0.00)	0.010 (0.00)	0.336 (0.03)	0.010 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.001 (0.00)
เม็กซิโก	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.175 (0.03)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.026 (0.01)	0.004 (0.00)	0.000 (0.00)
สหราชอาณาจักร	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.001 (0.00)	0.051 (0.03)	0.011 (0.01)	0.015 (0.01)	0.033 (0.02)	0.009 (0.00)	0.000 (0.00)	0.105 (0.05)
อิตาลี	0.000 (0.00)	0.019 (0.02)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.005 (0.01)	0.126 (0.27)	0.002 (0.00)	0.033 (0.05)	0.056 (0.09)	0.000 (0.00)

ตารางที่ 5.1(ต่อ) สรุปค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ใน
ตลาดโลกและตลาดคู่ค้าสำคัญของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554

ตลาดส่งออก	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
ฝรั่งเศส	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.047 (0.02)	0.037 (0.02)	0.067 (0.04)	0.060 (0.03)	0.087 (0.04)	0.023 (0.01)	0.005 (0.00)	0.000 (0.00)
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.013 (0.30)	0.000 (0.01)	0.008 (0.06)	0.003 (0.02)	0.000 (0.00)	0.062 (0.78)	0.030 (0.29)	0.012 (0.14)
เนเธอร์แลนด์	0.003 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.032 (0.03)	0.002 (0.00)	0.000 (0.00)	0.403 (0.48)	0.856 (1.34)	0.000 (0.00)	0.001 (0.00)
สเปน	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.001 (0.00)	0.011 (0.00)	0.003 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)	0.000 (0.00)

ที่มา : สรุปจากตารางที่ 4.1-4.42 ตัวเลขใน() แสดงร้อยละของส่วนแบ่งตลาด

เรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดโลก 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก ไทย เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน เบลเยียม สเปน และเนเธอร์แลนด์ (จากตารางที่ 4.1)

1.1.2 ตลาดคู่ค้าสำคัญ

1) ตลาดออสเตรเลีย ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยในตลาดออสเตรเลียนี้อาจมากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 แสดงว่าในช่วงนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียนี้ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และช่วงปี พ.ศ.2548-2550 ประเทศไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียนี้ เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดออสเตรเลีย

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดออสเตรเลียนี้ ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี และสเปน และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์

ในตลาดออสเตรเลีย ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหพันธรัฐมาเลเซีย เยอรมนี และสวีเดน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดออสเตรเลีย 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ ไทย สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี สหรัฐอเมริกา สเปน สหพันธรัฐมาเลเซีย เยอรมนี สวีเดน และญี่ปุ่น (จากตารางที่ 4.3)

2) *ตลาดแอฟริกาใต้* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดแอฟริกาใต้มีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 แสดงว่าในช่วงนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 ประเทศไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ ได้แก่ แคนาดา เยอรมนี และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก และออสเตรเลีย ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดแอฟริกาใต้ 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ ไทย แคนาดา เยอรมนี อิตาลี ออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเช็ก ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น (จากตารางที่ 4.5)

3) *ตลาดญี่ปุ่น* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2547-2554 แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่น แม้ว่าจะในบางช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นมีค่าน้อยกว่า 1 นั้นหมายถึงในช่วงเวลานั้นๆ ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าแนวโน้มของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างก่อนที่จะลดลงในปี พ.ศ.2553 สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนประเทศคู่แข่งที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เม็กซิโก สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี สวีเดน อิตาลี และเนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดญี่ปุ่น 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ ไทย อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก เยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก ฝรั่งเศส สวีเดน และเนเธอร์แลนด์ (จากตารางที่ 4.7)

4) *ตลาดสิงคโปร์* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดสิงคโปร์มีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2546-2549 และในช่วงปี พ.ศ.2551-2552 แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสิงคโปร์ แม้ว่าในบางช่วงเวลา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2545 ในปี พ.ศ.2550 และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดสิงคโปร์มีค่าน้อยกว่า 1 นั้นหมายถึงในช่วงเวลานั้นๆประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ และพบว่าแนวโน้มค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง ดังนั้นประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดมีทิศทางการเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ได้แก่ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสิงคโปร์ ได้แก่ สหพันธรัฐมาเลเซีย เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย อิตาลี สหรัฐอเมริกาและไต้หวัน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสิงคโปร์ 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สหพันธรัฐมาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และไทย (จากตารางที่ 4.9)

5) *ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 กล่าวคือประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศ

รถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 เท่านั้น จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2552 และลดลงในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย คือ เยอรมนี และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ออสเตรเลียและสิงคโปร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ เยอรมนี สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ไทย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา (จากตารางที่ 4.11)

6) ตลาดเบลเยียม ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดเบลเยียมมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 และในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 กล่าวคือประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเบลเยียม แม้ว่าในบางช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ. 2547 และในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดเบลเยียมมีค่าน้อยกว่า 1 นั้นหมายถึงในช่วงเวลานั้นๆประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม และพบว่าแนวโน้มค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง สรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมลดลง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2552 และลดลงในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก และเยอรมนี และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียม ได้แก่ ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สเปน สวีเดน และโปแลนด์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดเบลเยียม 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี

2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ไทย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร โปแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สเปน และสวีเดน (จากตารางที่ 4.13)

7) *ตลาดอาร์เจนตินา* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยในตลาดอาร์เจนตินามีค่ามากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าใน 4 ปีหลังของช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ประเทศไทยเริ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดอาร์เจนตินา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา ได้แก่ ฝรั่งเศส อิตาลี และบราซิล และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดอาร์เจนตินา ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเช็ก เกาหลีใต้ สเปน และเม็กซิโก ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดอาร์เจนตินา 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ ฝรั่งเศส อิตาลี ไทย บราซิล สาธารณรัฐประชาชนจีน เม็กซิโก เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเช็ก และสเปน (จากตารางที่ 4.15)

8) *ตลาดตุรกี* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยในตลาดตุรกีมีค่ามากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 และในช่วงปี พ.ศ.2548-2552 ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดตุรกี และในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 ช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 โดยเฉพาะใน 2 ปีหลังของช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ที่ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงอย่างมาก แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดตุรกี สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดตุรกี ได้แก่ โรมานี อิตาลี และฝรั่งเศส และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดตุรกี ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมนี

สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดตุรกี 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ โรมานีเย สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สหราชอาณาจักร สเปน ญี่ปุ่น ไทย สหรัฐอเมริกา (จากตารางที่ 4.17)

9) ตลาดฟิลิปปินส์ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยในตลาดตุรกีมีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2545-2548 ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ ในปี พ.ศ.2544 และช่วงปี พ.ศ.2549-2554 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 และมีแนวโน้มค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ คือ อินโดนีเซีย และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา สหพันธรัฐมาเลเซีย สิงคโปร์ และไต้หวัน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดฟิลิปปินส์ 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น ไทย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา สหพันธรัฐมาเลเซีย และฮองกง (จากตารางที่ 4.19)

10) ตลาดฮ่องกง ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่องและมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งทุกประเทศที่นำมาพิจารณาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฮ่องกง ได้แก่ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีใต้ สหพันธรัฐมาเลเซีย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และไต้หวัน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดฮ่องกง 10 ประเทศ ณ.สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี

สหพันธรัฐมาเลเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น ใต้หวัน อินโดนีเซีย ไทย และเกาหลีใต้ (จากตารางที่ 4.21)

11) *ตลาดสาธารณรัฐเช็ก* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยในตลาดสาธารณรัฐเช็กมีค่ามากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2551 ในเวลานั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไปยังตลาดสาธารณรัฐเช็ก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2550 และช่วงปี พ.ศ.2552-2554 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสาธารณรัฐเช็ก สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ได้แก่ อิตาลี สเปน และสโลวาเกีย และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสาธารณรัฐเช็ก ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมนี สหรัฐอเมริกา โปแลนด์ ออสเตรีย และฮังการี ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสาธารณรัฐเช็ก 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สเปน สหรัฐอเมริกา ฮังการี เยอรมนี ออสเตรีย อิตาลี ฝรั่งเศส สโลวาเกีย โปแลนด์ และไทย (จากตารางที่ 4.23)

12) *ตลาดสหรัฐอเมริกา* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสหรัฐอเมริกา สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก และเม็กซิโก และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เกาหลีใต้ อิตาลี แคนาดา เยอรมนี ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และแอฟริกาใต้ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสหรัฐอเมริกา 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก เม็กซิโก สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี แคนาดา ญี่ปุ่น เยอรมนี ไทย แอฟริกาใต้ และเกาหลีใต้ (จากตารางที่ 4.25)

13) ตลาดเยอรมนี ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเยอรมนี สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเยอรมนี ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก โปแลนด์ ฝรั่งเศส สเปน และอิตาลี และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเยอรมนี ได้แก่ สหราชอาณาจักร เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดเยอรมนี 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก โปแลนด์ ฝรั่งเศส สเปน อิตาลี สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และไทย (จากตารางที่ 4.27)

14) ตลาดเม็กซิโก ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเม็กซิโก สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเม็กซิโก ได้แก่ บราซิล สหรัฐอเมริกา และสเปน และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดเม็กซิโก ได้แก่ เยอรมนี สาธารณรัฐเช็ก แคนาดา สวีเดน ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดเม็กซิโก 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ บราซิล สหรัฐอเมริกา สเปน สาธารณรัฐประชาชนจีน เยอรมนี แคนาดา ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเช็ก สวีเดน และไทย (จากตารางที่ 4.29)

15) ตลาดสหราชอาณาจักร ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อในตลาดสหราชอาณาจักร สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ได้แก่ เยอรมนี และอินโดนีเซีย และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักร ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสหราชอาณาจักร 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ เยอรมนี อินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา ไทย เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ (จากตารางที่ 4.31)

16) *ตลาดอิตาลี* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลี สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลี ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก และสหราชอาณาจักร และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลี ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน เนเธอร์แลนด์ และสเปน ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดอิตาลี 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส เยอรมนี ญี่ปุ่น สเปน สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และไทย (จากตารางที่ 4.33)

17) *ตลาดฝรั่งเศส* ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศส สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศส ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร และโปแลนด์ และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศส ได้แก่ อิตาลี สเปน เยอรมนี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดฝรั่งเศส

10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร โปแลนด์ อิตาลี สเปน เยอรมนี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และไทย (จากตารางที่ 4.35)

18) ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก และเยอรมนี และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ สเปน สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ และอิตาลี ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ไทย อิตาลี เกาหลีใต้ เนเธอร์แลนด์ สเปน และอินโดนีเซีย (จากตารางที่ 4.37)

19) ตลาดเนเธอร์แลนด์ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ ได้แก่ เยอรมนี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน และสิงคโปร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดเนเธอร์แลนด์ 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เยอรมนี อิตาลี เบลเยียม สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน ไทย และสิงคโปร์ (จากตารางที่ 4.39)

20) ตลาดสเปน ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของประเทศไทยต่ำกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปน และมีส่วนแบ่งตลาดน้อยมาก แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปน คือ สาธารณรัฐเช็ก และประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปน ได้แก่ โปรตุเกส อิตาลี สหรัฐอเมริกา เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร ซึ่งเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาในตลาดสเปน 10 ประเทศ ณ. สิ้นปี 2554 ได้ลำดับดังนี้ คือ สาธารณรัฐเช็ก โปรตุเกส ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา อิตาลี สหราชอาณาจักร เบลเยียม เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และไทย (จากตารางที่ 4.41)

1.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) เทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน) สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตลาดโลก พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดโลกเป็นผลจากการแข่งขัน รองลงมาเป็นผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ

ตลาดออสเตรเลีย พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดออสเตรเลียเป็นผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ตามลำดับ

ตลาดแอฟริกาใต้ พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดแอฟริกาใต้เป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ตามลำดับ

ตลาดญี่ปุ่น พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดญี่ปุ่นเป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ตามลำดับ ในขณะที่ผลจากการส่งออกผิดทิศทางทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการกระจายตลาด

ตลาดสิงคโปร์ พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดสิงคโปร์เป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ แต่ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกไม่ส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ

ตลาดเบลเยียม พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดเบลเยียมเป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ในขณะที่ผลจากการกระจายตลาดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากที่สุด

ตลาดอาร์เจนตินา พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดอาร์เจนตินาเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ

ตลาดตุรกี พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดตุรกีเป็นผลจากการส่งออกผิดทิศทาง และผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ แต่ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกไม่ส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดฟิลิปปินส์ พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดฟิลิปปินส์เป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผิดทิศทาง ตามลำดับ แต่ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกไม่ส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดฮ่องกง พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดฮ่องกงเป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก ในขณะที่ผลจากการส่งออกผิดทิศทางทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากที่สุด รองลงมาคือผลจากการกระจายตลาด

ตลาดสาธารณรัฐเช็ก พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดสาธารณรัฐเช็กเป็นผลจากการส่งออกถูกทิศทางและผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ

ตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นผลจากการแข่งขันและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของ

โลก ในขณะที่ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการกระจายตลาด

ตลาดเยอรมนี พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดเยอรมนีเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก ตามลำดับ

ตลาดเม็กซิโก พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดเม็กซิโกเป็นผลมาจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง และผลจากการแข่งขัน แต่ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกไม่ส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดสหราชอาณาจักร พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดสหราชอาณาจักร เป็นผลมาจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทาง และผลจากการแข่งขัน แต่ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกไม่ส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดอิตาลี พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดอิตาลีเป็นผลจากการแข่งขันเป็นสำคัญ

ตลาดฝรั่งเศส พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดฝรั่งเศส เป็นผลจากการแข่งขันเป็นสำคัญ ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการส่งออกถูกทิศทางส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก

ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ

ตลาดเนเธอร์แลนด์ พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในตลาดเนเธอร์แลนด์เป็นผลจากการแข่งขัน และ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก ตามลำดับ ในขณะที่ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการกระจายตลาด

ตลาดสเปน พบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยโดยเฉลี่ยลดลงในตลาดสเปน เป็นผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด สำหรับผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการส่งออกถูกทิศทางส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกไม่มากนัก

ตารางที่ 5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ของไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)										
	โลก	ออสเตรเลีย	แอฟริกาใต้	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	สหพันธรัฐมาเลเซีย	เบลเยียม	อาร์เจนตินา	ตุรกี	ฟิลิปปินส์	ฮ่องกง
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.6941	0.0001	0.0000	0.0226	0.2361	0.0105	0.1950	0.0000	0.0038	0.1137	0.0209
ผลจากการกระจายตลาด	-0.2125	-0.0001	0.0000	-0.0332	-0.3661	0.0278	0.1671	0.0000	0.0011	-0.2413	-0.0398
ผลจากการแข่งขัน	9.0644	0.3713	0.1969	3.8298	7.6533	0.0767	-0.2241	0.0001	0.4157	0.2257	0.0405
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	3.0120	-0.0108	0.8968	-0.9066	-2.0670	0.1364	-0.2016	0.0002	0.2658	-0.1230	-0.0179
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	12.5581	0.3605	1.0936	2.9126	5.4563	0.2514	-0.0636	0.0003	0.6864	-0.0249	0.0038
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)										
	โลก	ออสเตรเลีย	แอฟริกาใต้	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	สหพันธรัฐมาเลเซีย	เบลเยียม	อาร์เจนตินา	ตุรกี	ฟิลิปปินส์	ฮ่องกง
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	3.9129	0.1010	0.3062	0.8284	1.6626	0.0764	0.0936	0.0001	0.1944	0.0580	0.0130
ผลจากการกระจายตลาด	0.9782	0.4328	1.0061	-3.2546	-3.3253	0.0710	-0.0836	0.0001	1.3050	0.1906	-0.0433
ผลจากการแข่งขัน	13.0332	3.8063	1.2972	16.3123	-4.8515	0.4830	0.1221	0.5884	-0.5805	-0.2061	0.5040
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	4.5981	5.7167	1.6098	-13.3851	1.3635	0.2597	0.0041	0.2643	-1.2578	-0.2473	-0.3157
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	22.5225	10.0568	4.2193	0.5011	-5.1507	0.8901	0.1362	0.8529	-0.3389	-0.2048	0.1580

ที่มา : สรุปจากตารางที่ 4.44-4.64

ตารางที่ 5.2(ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน) และช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)

หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน)									
	สาธารณรัฐซีก	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	เม็กซิโก	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	ฝรั่งเศส	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เนเธอร์แลนด์	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.0057	0.0002	0.0000	0.0000	0.0003	0.0000	0.0000	0.0001	0.0000
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	-0.0019	-0.0001	0.0000	0.0000	-0.0003	0.0000	0.0000	-0.0002	0.0000
ผลจากการแข่งขัน	0.0000	0.0478	0.0005	0.0026	0.0053	-0.0002	0.0028	0.0042	0.0064	0.0004
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0000	0.0160	0.0002	0.0019	0.0021	0.0000	-0.0064	0.0033	-0.0028	0.0001
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0000	0.0677	0.0009	0.0045	0.0074	-0.0003	-0.0036	0.0076	0.0035	0.0005
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า	ช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 (โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน)									
	สาธารณรัฐซีก	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	เม็กซิโก	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	ฝรั่งเศส	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เนเธอร์แลนด์	สเปน
ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก	0.0000	0.0222	0.0004	0.0013	0.0021	0.0001	0.0022	0.0021	0.0010	0.0001
ผลจากการกระจายตลาด	0.0000	-0.0500	0.0005	0.0050	0.0049	-0.0001	0.0032	0.0004	-0.0024	-0.0003
ผลจากการแข่งขัน	0.0038	0.0969	0.0148	-0.0043	-0.0001	0.0091	-0.0039	0.0238	0.1310	-0.0004
ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง	0.0184	-0.0348	0.0094	-0.0060	-0.0002	-0.0002	-0.0026	0.0080	-0.0465	0.0001
มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลง	0.0222	0.0344	0.0251	-0.0040	0.0066	0.0089	-0.0010	0.0343	0.0832	-0.0004

ที่มา : สรุปจากตารางที่ 4.44-4.64

1.3 การศึกษาการประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย

การประเมินศักยภาพการแข่งขันเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยด้วย Diamond model สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.3.1 ด้านปัจจัยการผลิต วัตถุดิบของการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์มาจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ และแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทางด้านเทคโนโลยี การผลิตของประเทศไทยยังต้องอาศัยเทคนิคและเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศ ทางด้านต้นทุนการผลิต ในการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์จะประกอบด้วยต้นทุนของวัตถุดิบมากที่สุดถึงร้อยละ 90 การที่มีสัดส่วนต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าร้อยละ 90 ส่งผลกระทบอย่างมากในการกำหนดราคาขาย และการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้ในการแข่งขันในธุรกิจ นอกจากนี้การเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของราคาน้ำมันและราคาของวัตถุดิบพื้นฐานที่สำคัญ เช่น ทองแดง พลาสติก และเหล็ก จึงส่งผลโดยตรงให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ฝีมือแรงงานเป็นปัจจัยที่สำคัญ แม้ว่าฝีมือแรงงานไทยจะมีฝีมือมากกว่าประเทศคู่แข่งในบางประเทศ แต่ความแตกต่างของฝีมือดังกล่าวก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนักที่จะดึงดูดให้ไม่มีการย้ายฐานการผลิต

1.3.2 ด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านคุณภาพมากกว่าราคา ทำให้ผู้ผลิตให้ความสำคัญในการยกระดับคุณภาพของสินค้า ส่งผลให้ความต้องการภายในประเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจ คือ ประเทศไทยมีตลาดภายในประเทศที่เข้มแข็งโดยเฉพาะตลาดผู้ประกอบการรถยนต์ แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยในด้านลบพบว่าปริมาณการผลิตและการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศยังต้องพึ่งพาการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศเป็นหลัก

1.3.3 ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรม 2 ส่วน คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำซึ่งผลิตวัตถุดิบได้แก่ Compressor, Compressor Sheet Steel & Shape Steel ,Aluminum Fins, Plastic parts และอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ยังมีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการผลิตเหล็ก ทองแดง สังกะสี อลูมิเนียม และพลาสติก เป็นต้น และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ที่สำคัญคืออุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าปัจจัยในด้านบวกคือ อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

เมื่อพิจารณาปัจจัยในด้านลบพบว่า ประเทศไทยยังขาดการประสานงานในภาคอุตสาหกรรมที่เป็นระบบและยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.3.4 ลักษณะการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ เนื่องจากตลาดเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายนักจึงทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตจึงอยู่ในวงจำกัดเพราะธุรกิจเครื่องปรับอากาศรถยนต์ต้องใช้เทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์สูง ดังนั้นผู้ผลิตรายใหญ่จึงเป็นผู้ผลิตที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับราคาและปริมาณการผลิต และกลยุทธ์สำคัญคือ การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากทั่วโลก การสร้างระบบเครือข่ายการผลิตเฉพาะของตนในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์หรือสร้างพันธมิตรกับผู้ผลิตวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนเพื่อป้องกันภัยจากการผลิตของตน โดยเฉพาะซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันไว้ภายในเครือข่ายตน โดยไม่ได้ถ่ายทอดสู่ผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบในประเทศที่เข้าไปลงทุน ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ในการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบ คือ การให้ความสำคัญต่อคุณภาพการผลิตและเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสู่ตลาด

1.3.5 นโยบายรัฐบาล อุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ประเมินว่า ยอดการผลิตรถยนต์ในปี 2556 จะอยู่ในระดับ 2.4-2.5 ล้านคัน เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะจากนโยบายค้ำหนุนรถยนต์คันแรกที่ไม่สามารถผลิตได้ทันในปีนี้ และอาจยกยอดเป็นการผลิตในปี 2556 แทน ประมาณ 200,000-300,000 คัน รวมถึงนโยบายการพักหนี้, นโยบายบัตรเครดิต ที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถหมุนสภาพคล่องได้

1.3.6 เหตุสุควิสัย ในช่วงปี พ.ศ.2549-2550 ประเทศไทยมีการแข็งค่าของเงินบาทมากกว่าสกุลอื่นในเอเชียซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนส่งออกของสินค้า และการเกิดอุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 เนื่องจากน้ำท่วมทำให้ซัพพลายเชน (Supply Chain) ไม่สามารถขนส่งชิ้นส่วนในการผลิตได้ เนื่องจากโรงงานหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่น้ำท่วม



ภาพที่ 5.1 สรุปการประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

1.4 ปัญหาและอุปสรรคอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย

จากการศึกษาลักษณะอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย มีปัญหาและอุปสรรคที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1.4.1 ปัญหา

1) ต้นทุนการผลิตของไทยสูง เนื่องจาก

1. การนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชนให้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศรถยนต์ภายในประเทศให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมเพรสเซอร์ ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ

2. ขาดการประเมินสถานการณ์ด้านราคาของวัตถุดิบนำเข้า เช่น เหล็ก ทองแดง และอลูมิเนียม เป็นต้น ทั้งนี้เพราะสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นสินค้าที่มีการขยายตัวตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

3. การควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน ผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์มีปัญหาสำคัญคือขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยช่วยในการตรวจสอบคุณภาพ ทั้งนี้เครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นสินค้าที่ต้องอาศัยการตรวจสอบคุณภาพทั้งกระบวนการผลิต

4. การนำเข้าเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาคิดค้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ โดยถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตได้ เพื่อทดแทนการนำเข้าเทคโนโลยีดังกล่าว เป็นการลดต้นทุนการผลิต

5. ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทย จึงมีการย้ายฐานการผลิตจากไทยไปสู่ประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เวียดนาม และอินเดีย ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทย

2) การขาดอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญ และการขาดศักยภาพในการรองรับและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ของไทย เหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัว หันมาพึ่งพาเทคโนโลยีในการผลิตมากขึ้น มีการแข่งขันทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และค้นคว้าเพื่อนำไปสู่นวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตนมากขึ้น

3) ปัญหาการลอกเลียนแบบเทคโนโลยีได้ง่าย ผู้ประกอบการผลิตที่ใช้วิธีเลียนแบบผลิตภัณฑ์ไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์

4) การขาดแคลนพื้นที่จัดเก็บสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดแคลนพื้นที่ในการจัดเก็บ ทั้งนี้เพราะเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นสินค้าที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมาก ซึ่งจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าค่อนข้างสูง

1.4.2 อุปสรรค

1) กฎระเบียบของประเทศคู่ค้าที่ผู้ผลิตในประเทศไทยไม่สามารถปรับตัวได้ตามระเบียบนำเข้าที่กำหนด ดังนั้นรัฐบาลควรสร้างความเข้าใจและเผยแพร่ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับระเบียบการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่สำคัญให้แก่ภาคเอกชน

2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและภาวะเศรษฐกิจ ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตในกรณีที่มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาโดยรวมไม่สามารถที่จะควบคุมได้ถ้าเศรษฐกิจดีก็จะทำให้เกิดสภาพคล่องตัวของการหมุนเวียนเงินตรา

2. อภิปรายผล

2.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันและรายได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1 ตลาดโลก

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 คือ 1.208, 1.082, 1.333, 2.545, 2.457 และ 1.784 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2548 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลก เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดโลกในปี พ.ศ. 2544-2554 พบว่าแนวโน้มมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเพิ่มขึ้นและไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ.

2544-2554 คือ 0.09, 0.17, 0.27, 0.97, 1.12, 1.45, 1.40, 1.66, 3.40, 3.46 และ 2.57 ตามลำดับ สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดโลก

2.1.2 ตลาดคู่ค้าสำคัญ

1) ตลาดออสเตรเลีย

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และ ช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 คือ 1.397, 3.575, 17.053, 19.579 และ 16.497 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และ ปี พ.ศ.2448-2550 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แสดงว่าในช่วงนั้นไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีทิศทางแนวโน้มมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกเพิ่มขึ้นแม้ไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2546-2554 คือ 0.01, 9.27, 3.38, 6.14, 13.4, 17.96, 54.89, 54.57 และ 38.06 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดออสเตรเลีย ในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดได้ไม่มากแต่มีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น

2) ตลาดแอฟริกาใต้

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้ของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 6.495, 20.118, 31.377, 26.056, 24.039, 30.851 และ 28.582 ตามลำดับ มีเพียงในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 ประเทศไทยมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ประเทศไทยแนวโน้มมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 0.003, 19.37, 36.75 และ 52.09 ตามลำดับ โดยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย แต่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกครั้ง คือ 26.66, 21.47, 33.66 และ 34.39 ตามลำดับ แม้ว่าเพิ่มไม่สูงเท่าในปี พ.ศ. 2550 แต่สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันและมีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น

3) ตลาดญี่ปุ่น

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ใน ตลาดญี่ปุ่นของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2554 นั่นคือ RCA เท่ากับ 1.128, 1.767, 1.915, 1.348, 1.119, 2.298, 1.827 และ 1.498 แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่น แม้ว่าในบางช่วงเวลา คือ ช่วง ปี พ.ศ. 2544-2546 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 นั้นหมายถึงในช่วงเวลานั้นไทยไม่มีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่น แต่เมื่อพิจารณาค่า RCA ตลอดทุก ช่วงเวลาโดยรวม สรุปได้ว่าแนวโน้มของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก เครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นและเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2552 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 0.05, 0.51, 7.39, 13.03, 19.38, 46.49, 64.22 และ 67.33 ก่อนที่จะลดลงในปี พ.ศ.2553 คือ 47.03 และเพิ่มขึ้น อีกครั้งในปี พ.ศ.2554 คือ 58.51 ถึงแม้ว่าจะเป็นส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าในช่วงแรกแต่เมื่อ พิจารณาโดยรวม สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันและมีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น

4) ตลาดสิงคโปร์

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ใน ตลาดสิงคโปร์ของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีทิศทางเพิ่มขึ้นคือ มีค่า RCA เป็น 0.093, 0.440, 1.436 และ 7.785 ตามลำดับ และกลับมีทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 มีค่า 7.410, 4.393 และ 0.066 ตามลำดับ และมีทิศทางเพิ่มขึ้นและลดลง อีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 โดยปรับเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2551-2552 คือ RCA มีค่า 1.592 และ 2.868 ปรับลดในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ RCA มีค่า 0.071 และ 0.005 ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 ไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2552 แต่มีมูลค่าการส่งออกรวมสูงขึ้นมากกว่าปี พ.ศ. 2552 จึงมีผลให้ค่า RCA ลดลงอย่างมาก เมื่อ พิจารณาค่า RCA ทุกช่วงปี พบว่าค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มลดลง จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสิงคโปร์และเมื่อ พิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีทิศทางเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2547 มีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น คือ 0.33, 2.93, 9.28 และ 40.03 ก่อนที่จะลดลง ในปี พ.ศ.2548 คือ 31.40 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2549คือ 33.11 ก่อนที่จะมีแนวโน้มส่วนแบ่ง ตลาดลดลงแต่ไม่ต่อเนื่อง สรุปได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้ลดลง

5) ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA เพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงเวลา แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 2.095 และ 1.562 ตามลำดับ กล่าวคือ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2552-2553 เท่านั้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2544-2552 คือ 0.16, 4.53, 0.02, 18.63, 13.14, 1.38, 8.99, 23.97 และ 29.08 ตามลำดับ และลดลงในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 คือ 14.28 และ 9.32 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

6) ตลาดเบลเยียม

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 มีค่า RCA มากกว่า 1 คือ 2.541, 2.420 และ 2.341 ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 เนื่องจากมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2547 ลดลง และมีมูลค่าการส่งออกรวมของไทยในปี พ.ศ. 2547 เพิ่มสูงมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2546 เมื่อนำมาคำนวณค่า RCA ทำให้ได้ค่าลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2546 ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 ทิศทางค่า RCA เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 2.748, 2.825 และ 8.977 ตามลำดับ และลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 ซึ่งมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ดังนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเบลเยียมลดลงและเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงลดลงและเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องตลอดเวลาที่พิจารณา คือ 2.40, 2.55, 1.61, 0.38, 1.05, 0.72, 2.39, 0.21, 0.08, 0.08 และ 0.14 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันและครองตลาดได้ไม่มากนักแต่มีแนวโน้มปรับตัวได้สูงขึ้น

7) ตลาดอาร์เจนตินา

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอาร์เจนตินาของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2547 และ ช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 คือ 1.397, 3.575, 17.053, 19.579 และ 16.497 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2544-2546 และ ปี พ.ศ.2448-2550 ประเทศไทยค่า RCA ของไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ.2548-2552 และปรับลดลงเล็กน้อยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 โดยมีค่า 0.009, 0.016, 0.003, 9.122, 24.685, 21.730 และ 19.408 ตามลำดับ ซึ่งพบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2554 ไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ต่อเนื่อง จึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอาร์เจนตินา และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 คือ 0.01, 0.00, 2.61 และ 17.38 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 ส่วนแบ่งตลาดลดลงเป็น 9.27 และ 5.12 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันและครองตลาดได้ไม่มากนักแต่มีแนวโน้มปรับตัวได้สูงขึ้น

8) ตลาดตุรกี

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดตุรกีของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในหลายๆช่วงปีและไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 ค่า RCA มีค่า 1.968 ในช่วงปี พ.ศ.2548-2552 มีค่า RCA เท่ากับ 8.467, 17.366, 8.293, 4.013 และ 3.617 ตามลำดับ และในช่วงปี พ.ศ.2553-2554 มีค่า RCA ลดลงอย่างรวดเร็ว สรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดตุรกี และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ.2544-2547 คือ 1.25, 0.00, 0.00 และ 0.00 ตามลำดับแต่ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549 มีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น คือ 3.17 และ 4.85 และในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงอีกครั้ง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันแต่มีการครองส่วนแบ่งตลาดได้ไม่มากนักแต่ยังมีแนวโน้มปรับตัวได้สูงขึ้น

9) ตลาดฟิลิปปินส์

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA ในปี พ.ศ.2544 มีค่าน้อยกว่า 1 และในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 มีทิศทางการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น มีค่า RCA มากกว่า 1 คือมีค่า 1.072, 2.518, 1.590 และ 1.039 ตามลำดับ ก่อนที่จะมีทิศทางการลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2549-2554 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 สรุปได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงอย่างรวดเร็วไม่ต่อเนื่อง คือ 0.08, 9.88, 23.05, 22.90, 16.10, 0.21, 0.17, 0.03, 0.07, 0.05 และ 0.04 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

10) ตลาดฮ่องกง

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดฮ่องกงของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 และมีแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดฮ่องกง และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2546-2552 คือ 0.83, 0.68, 0.09, 0.25, 1.43 และ 10.02 ก่อนที่จะมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 คือ 1.76 และ 0.17 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

11) ตลาดสาธารณรัฐจีน

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในตลาดสาธารณรัฐจีนของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ.2551 คือ 1.109 และนอกเหนือจากปี พ.ศ. 2551 ไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐจีน และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2551

คือ 0.02 และ 0.52 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

12) ตลาดสหรัฐอเมริกา

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกาของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2550 คือ 0.02, 0.00, 0.00, 0.00, 0.13 และ 0.16 ตามลำดับ แต่ในช่วงปี พ.ศ.2551-2554 มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่ต่อเนื่อง คือ 0.00, 0.06, 0.05 และ 0.07 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

13) ตลาดเยอรมนี

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเยอรมันของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเยอรมัน และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2550 คือ 0.03 ก่อนหน้าที่จะมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลง แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

14) ตลาดเม็กซิโก

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเม็กซิโกของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเม็กซิโก และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2549 คือ 0.03 ก่อนหน้าที่จะมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 คือ 0.00, 0.00, 0.01, 0.00, 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

15) ตลาดสหราชอาณาจักร

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 0.03, 0.01, 0.01, 0.02, 0.00, 0.00 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

16) ตลาดอิตาลี

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดอิตาลีของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดอิตาลี และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2545-2554 คือ 0.02, 0.00, 0.00, 0.00, 0.01, 0.27, 0.00, 0.05, 0.09 และ 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

17) ตลาดฝรั่งเศส

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดฝรั่งเศสของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดฝรั่งเศส และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2547-2552 คือ 0.02, 0.02, 0.04, 0.03, 0.04 และ 0.01 แสดงว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

18) ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2547-2554 คือ 0.30, 0.01, 0.06, 0.02, 0.00, 0.78, 0.29 และ 0.14 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

19) ตลาดเนเธอร์แลนด์

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดเนเธอร์แลนด์ของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์ และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและลดลงไม่ต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ. 2548-2554 คือ 0.03, 0.00, 0.00, 0.48, 1.34, 0.00, และ 0.00 ตามลำดับ แสดงว่าประเทศไทยแนวโน้มมีศักยภาพในการส่งออกลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

20) ตลาดสเปน

ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนของประเทศไทย พบว่าไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ตลอดทุกช่วงเวลา แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดไทยมีการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตลาดสเปนน้อยมาก สรุปได้ว่าไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังตลาดสเปน

เมื่อพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2554 พบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะลดลง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554 ในตลาดโลก ตลาดออสเตรเลีย ตลาดแอฟริกาใต้ ตลาดญี่ปุ่น และตลาดอาร์เจนตินา และสำหรับตลาดอื่นๆ ได้แก่

ตลาดสิงคโปร์ ตลาดมาเลเซีย ตลาดเบลเยียม ตลาดตุรกี ตลาดฟิลิปปินส์ ตลาดฮ่องกง ตลาดสาธารณรัฐจีน ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดเยอรมัน ตลาดเม็กซิโก ตลาดสหราชอาณาจักร ตลาดอิตาลี ตลาดฝรั่งเศส ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ตลาดเนเธอร์แลนด์ และตลาดสเปน ที่ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ของไทยด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

2.2.1 ตลาดโลก

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในโลกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 12.5581 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง และผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 9.0644, 3.0120 และ 0.6941 ล้านดอลลาร์.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลง 0.2125 ล้านดอลลาร์.

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 22.5225 ล้านดอลลาร์. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 13.0332 ล้านดอลลาร์.ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 4.5981, 3.9129 และ 0.9782 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

2.2.2 ตลาดออสเตรเลีย

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการแข่งขันและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.3713 ล้านดอลลาร์. และ 0.0001 ล้านดอลลาร์.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากการส่งออกผิดทิศทางของไทยทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลง 0.0001 ล้านดอลลาร์. และ0.0108 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ ปัจจัยดังกล่าวทำให้ไทยมีมูลค่าการส่งออกลดลง

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 10.0568 ล้านดอลลาร์. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการส่งออกถูกทิศทางของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.7167 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.8063, 0.4328 และ 0.1010 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

2.2.3 ตลาดแอฟริกาใต้

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยชนิดในแอฟริกาใต้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.0936 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลจากการส่งออกถูกทิศทางและผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6098 ล้านดอลลาร์. และ 0.1969 ล้านดอลลาร์.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 4.2193 ล้านดอลลาร์. พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการส่งออกถูกทิศทางของไทยมากที่สุดทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.7167 ล้านดอลลาร์. ส่วนอีก 3 ปัจจัยมีผลมาจาก ผลจากการแข่งขัน ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.2972, 1.0061 และ 0.3062 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

2.2.4 ตลาดญี่ปุ่น

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยชนิดในญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 2.9126 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0226 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.8298 ล้านดอลลาร์. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0332 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.9066 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.5011 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.8284 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 16.3123 ล้านดอลลาร์. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 3.2546 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 13.3851 ล้านดอลลาร์.

2.2.5 ตลาดสิงคโปร์

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุดมีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสิงคโปร์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 5.4563 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากผลผลจากการแข่งขันและผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.6533 ล้านดอลลาร์. และ 0.2361 ล้านดอลลาร์.ตามลำดับ สำหรับปัจจัยจากผลการกระจายตลาดและผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมากถึง 0.3661 และ0.3661 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 5.1507 ล้านดอลลาร์. พบว่ามี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า คือ ผลจากการแข่งขันและผลจากการกระจายตลาดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลง 4.8515 และ 3.3253 ล้านดอลลาร์. ตามลำดับ สำหรับผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการส่งออกถูกทิศทางของไทย ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.6626 และ 1.3635 ล้านดอลลาร์.

2.2.6 ตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก ที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหพันธรัฐมาเลเซียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.2514 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0105 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0278 ล้านดอลลาร์. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0767 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1324 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจุบันที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8901 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปีจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0764 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0710 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4830 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2597 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.7 ตลาดเบลเยียม

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเบลเยียมเปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0636 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่ามี 2 ปีจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง ดังนี้ ผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.2241 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.2016 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปีจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1950 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1671 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่าปัจจุบันที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.1362 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 3 ปีจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0936 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1221 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0041 ล้านเหรียญสหรัฐ. มีเพียงปีจัยเดียวที่ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0836 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.8 ตลาดอาร์เจนตินา

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในอาร์เจนตินาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่ามี 2 ปีจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกกีดกันทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปีจัยไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกและผลการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.8529 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5884 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2643 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.9 ตลาดตุรกี

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในตุรกีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.6864 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0011 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลมาจากผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.4157 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2658 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2554 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 3.389 ล้านเหรียญสหรัฐ. ปัจจัยสำคัญลำดับที่ 1 และ 2 ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก ลดลง คือ ผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 1.2578 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.5805 ล้านเหรียญสหรัฐ.ตามลำดับ ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1944 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.3050 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.10 ตลาดฟิลิปปินส์

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในฟิลิปปินส์เปลี่ยนแปลงลดลงในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0249 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1137 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.2257 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.2413 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.1230 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ลดลง 0.2048 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกที่ลดลงมากที่สุดเป็นผลมาจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางของไทย ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 0.2473 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขันซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 0.2061 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด มีผลทำให้มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ 0.0580 และ 0.1906 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

2.2.11 ตลาดฮ่องกง

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ในฮ่องกงเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0209 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0405 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0398 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0179 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์เพิ่มขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.1580 ล้านเหรียญสหรัฐ. มี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0130 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.5040 ล้านเหรียญสหรัฐ. และมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0433 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.3157 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.12 ตลาดสาธารณรัฐเช็ก

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.0222 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0184 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0222 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0038 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0184 ล้านดอลลาร์. และอีก 2 ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลการกระจายตลาด

2.2.13 ตลาดสหรัฐอเมริกา

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0677 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0057 ล้านดอลลาร์. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0478 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0160 ล้านดอลลาร์. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0019 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0344 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0222 ล้านดอลลาร์. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0969 ล้านดอลลาร์. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการส่งออกผิดทิศทางลดลงเท่ากับ 0.0348 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0500 ล้านดอลลาร์.

2.2.14 ตลาดเยอรมนี

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่าไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเยอรมนีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0009 ล้านดอลลาร์. มี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0002 ล้านดอลลาร์. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0005 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0002 ล้านดอลลาร์. และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0001 ล้านดอลลาร์.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0251 ล้านดอลลาร์. ซึ่งพบว่าทั้ง 4 ปีจี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0005 ล้านดอลลาร์. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0148 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูก ติศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0094 ล้านดอลลาร์.

2.2.15 ตลาดเม็กซิโก

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเม็กซิโกเปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0045 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปีจี้ที่มี ผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0026 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูก ติศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0019 ล้านดอลลาร์. และปีจี้ที่ไม่มี ผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกและผลการ กระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง 0.0040 ล้านดอลลาร์. ซึ่ง พบว่า 2 ปีจี้สำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงลดลง อันดับแรก คือผลจากการส่งออกผิด ติศทาง และอันดับที่สองคือผลจากการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0043 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกผิด ติศทางลดลงเท่ากับ 0.0060 ล้านดอลลาร์. สำหรับปีจี้ที่มีผลต่อการ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0013 ล้านดอลลาร์. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0050 ล้านดอลลาร์.

2.2.16 ตลาดสหราชอาณาจักร

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสหราชอาณาจักร เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0074 ล้านดอลลาร์. ซึ่งมี 2 ปีจี้ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0053 ล้านดอลลาร์. และผลจากการส่งออกถูก ติศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านดอลลาร์. ปีจี้ที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0066 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0049 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0001 และ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ

2.2.17 ตลาดอิตาลี

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในอิตาลีเปลี่ยนแปลงลดลง ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. และส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการแข่งขันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ 0.0003 และ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ. ตามลำดับ และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการส่งออกถูกหรือผลิตภัณฑ์ทาง

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0089 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งพบว่า 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0091 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.18 ตลาดฝรั่งเศส

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในฝรั่งเศสเปลี่ยนแปลงลดลง ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงลดลง 0.0036 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่ลดลง คือ ผลจากการส่งออกถูกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0064 ล้านเหรียญสหรัฐ. และส่วนอีก 1 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการ

แข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0028 ล้านเหรียญสหรัฐ. และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0022 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0032 ล้านเหรียญสหรัฐ. และอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลการการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0039 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0026 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.19 ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0076 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0033 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0042 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0021 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลการกระจายตลาดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0238 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0080 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.20 ตลาดเนเธอร์แลนด์

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเนเธอร์แลนด์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0035 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0064 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลง

เท่ากับ 0.0002 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0028 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้น 0.0832 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0010 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1310 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0024 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางลดลงเท่ากับ 0.0465 ล้านเหรียญสหรัฐ.

2.2.21 ตลาดสเปน

สำหรับในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2544-2546 เป็นปีฐาน พบว่า ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในสเปนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 โดยเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.0005 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่ไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก และผลจากการกระจายตลาด

ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 โดยใช้ช่วงปี พ.ศ.2547-2549 ไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งมี 2 ปัจจัยที่มีผลการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกลดลง คือ ผลจากการกระจายตลาดลดลงเท่ากับ 0.0003 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการแข่งขันลดลงเท่ากับ 0.0004 ล้านเหรียญสหรัฐ. ส่วนอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ. และผลจากการส่งออกถูกทิศทางเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.0001 ล้านเหรียญสหรัฐ.

ดังนั้นจึงสรุปว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่าประเทศไทยมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์เพิ่มขึ้นในตลาดโลกแต่มีบางคู่ค้าที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ตลาดสิงคโปร์ ตลาดตุรกี ตลาดฟิลิปปินส์ ตลาดเม็กซิโก ตลาดสหราชอาณาจักร ตลาดฝรั่งเศส และตลาดสเปน ที่มีมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ลดลง ในช่วงเวลาที่พิจารณา

2.3 การประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

การประเมินศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ พบว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเนื่องจากอุปสงค์ในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น และได้รับการส่งเสริมการส่งออก รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลสนับสนุนให้มีการผลิตเพื่อการส่งออกทั้งในอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศมากขึ้น อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมชั้นกลาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ จึงได้รับการสนับสนุนทั้งภาครัฐและการร่วมมือภายในธุรกิจ มีการประสานงานภายในองค์กรและภายในธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์

ดังนั้นสรุปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในช่วงเวลาที่พิจารณา

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

3.1 การประสานร่วมมือกับผู้ขายวัตถุดิบ เพราะจากผลการศึกษาพบว่าการหยุดชะงักการผลิตเนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบที่บริษัทผู้ขายวัตถุดิบไม่สามารถส่งของได้ตามทันตามเวลา หรือวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการประสานงานร่วมมือกับผู้ขายวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อวางแผนแก้ไขปัญหา ปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาขีดความสามารถรวมถึงการวางแผนพยากรณ์การผลิตล่วงหน้าให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา

ส่วนปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่มีราคาสูงขึ้น เนื่องจากราคาวัตถุดิบหลักนำเข้ามาในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้นและมีความผันผวนโดยเฉพาะวัตถุดิบหลัก เช่น ทองแดง เหล็ก และอลูมิเนียม เป็นต้น ดังนั้นจำเป็นต้องมีการพยากรณ์ไว้ล่วงหน้า วางแผนการผลิตให้เหมาะสมในแต่ละช่วง

3.2 การพัฒนาบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์ให้มีความสามารถรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่เสมอ

3.3 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีคุณภาพตามความต้องการของตลาดประเทศคู่ค้า

3.4 ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการส่งออก เช่น ข้อกำหนดการนำเข้าสินค้าของตลาดคู่ค้าที่ผู้ผลิตต้องปฏิบัติตาม

บรรณานุกรม

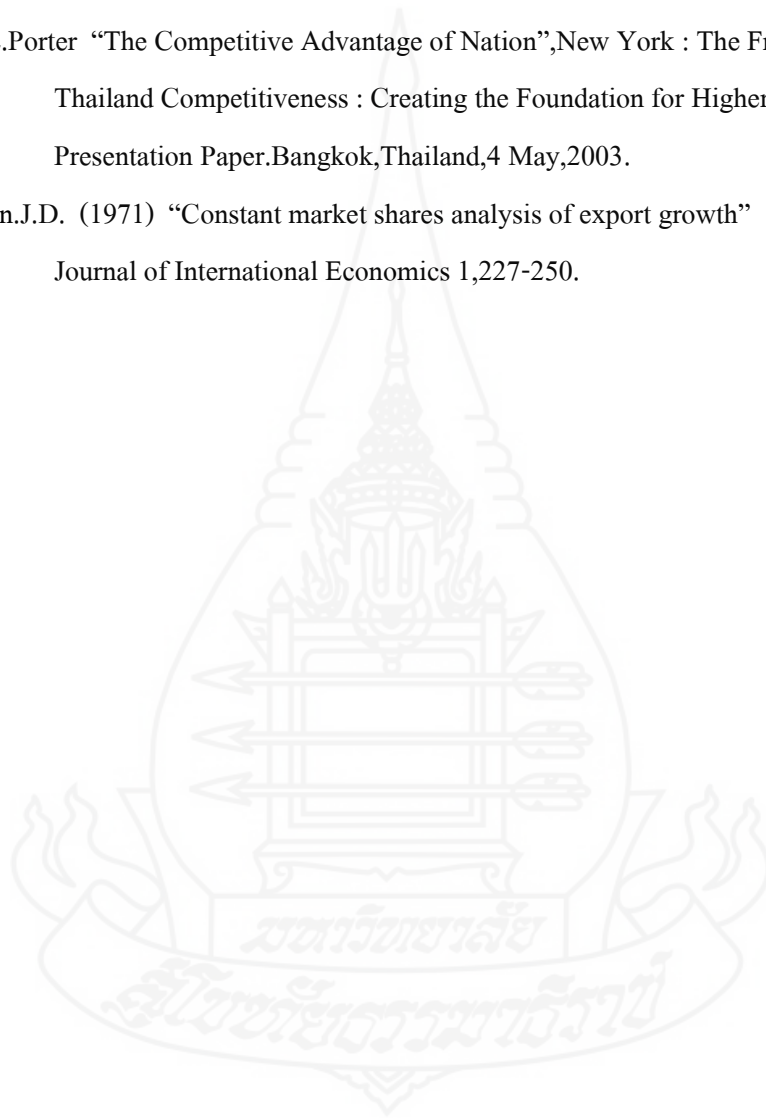


บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2555) “สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย” คำนวณวันที่ 30 เมษายน 2555 จาก <http://www2.ops3.moc.go.th>
- กรมส่งเสริมการส่งออก (2554) “สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยพ.ศ.2544-2554” คำนวณวันที่ 30 เมษายน 2555
- จารุวัฒน์ ชัยรัตน์ โกมล (2549) “ศักยภาพการส่งออกเครื่องปรับอากาศของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ฐาปะนี มะลิซ้อน (2539) “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) (2544) “WEEE&RoHS: กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป กับผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย กรุงเทพมหานคร” กลุ่มวิชาการ สำนักประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายวิจัยและวางแผนสินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- นิตยา สังขปริษา (2541) “การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกข้าวไทยและข้าวสหรัฐอเมริกา” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- บริษัท พิธานพาณิชย์ จำกัด (2554) “หลักการดำเนินงานของระบบทำความเย็น” คำนวณวันที่ 30 กันยายน 2555 จาก <http://www.phithan-toyota.com>.
- ประดี จิรวิงศ์ (2551) “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย-สาธารณรัฐประชาชนจีน-ญี่ปุ่น” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รามสวรรค์ สุขมาก (2552) “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

- รัชนิกร วุฒิสรรณัฐไพบูลย์ (2547) “ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รัชยา ศิภาพร (2545) “การส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทย” สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิลาส จงรัชย์ (2540) “การผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทย” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วีรพล นิตินาคร (2544) “ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภนาถ ศิริพงษ์ และกิตติศักดิ์ ดีเสมอ (2555) : *ยุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาดรถยนต์ AEC* สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
- ศุภมิตร อินทพันธ์ (2550) “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางยนต์ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สุพจน์ ชุนรัตน์ชัย (2544) “การพัฒนากระบวนการรับรองคุณภาพชิ้นส่วนจากการจัดซื้อชิ้นส่วนยานยนต์ : กรณีศึกษาโรงงานผลิตเครื่องปรับอากาศรถยนต์” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2554) “การผลิตเครื่องปรับอากาศ” ค้นวันที่ 1 พฤษภาคม 2554 จาก <http://www.oie.go.th>
- อุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2555, 27 สิงหาคม) “รถติดคาดปีหน้าแตะ 2.5 ล้านคัน-ติดที่อุปเท่ห์โลก อานิสงส์คืบหน้าคืบหน้าแก้ไขข้อป้ายแดง” ข่าวสดรายวัน หน้า 6
- Ballassa, Bela (1989) “Comparative advantage trade policy and economic development” Newyork : Wheatsheat;20-25
- David Dollar,Edward N.Wolff (1993) (Bela Balassa 1965) “Competitiveness Convergence and International Specialization”,1993
- Global Trade Atlas (2011) “GTA Naviagtor 2011” (Accessed May 31,2011)
Available : <http://www.gits.com/login.cfm>

- Heckscher, E (1919) “The effect of foreign trade on the distribution of income” *Ekonomisk Tidskrift*, 497–512. Translated as chapter 13 in *American Economic Association, Readings in the Theory of International Trade* : 272–300
- Leamer, E.E. and Stern, R.M. (1972) “ Quantitative International Economics. Boston” Allyn and Bacon.
- Michael E.Porter “The Competitive Advantage of Nation”,New York : The Free Press (1990)”
Thailand Competitiveness : Creating the Foundation for Higher Productivity”
Presentation Paper.Bangkok,Thailand,4 May,2003.
- Richardson.J.D. (1971) “Constant market shares analysis of export growth”
Journal of International Economics 1,227-250.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

ภาคผนวก ก

ข้อมูลมูลค่าทางการค้าของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์



ตารางภาคผนวกที่ ก.1 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ประเทศสำคัญของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.											สัดส่วน(%)										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สาธารณรัฐจีน	22.1	19.8	29.8	104.4	251.6	316.0	354.0	336.0	265.1	310.2	394.4	3.19	2.61	3.34	9.87	22.10	24.42	22.67	22.49	22.87	21.45	21.90
2	สหรัฐอเมริกา	243.5	232.1	215.9	209.2	196.1	171.7	183.7	130.5	115.4	142.4	144.6	35.14	30.60	24.16	19.78	17.23	13.27	11.77	8.74	9.95	9.85	8.03
3	เยอรมนี	37.4	68.7	68.5	71.1	117.1	175.9	241.9	225.3	135.8	184.4	274.6	5.40	9.06	7.66	6.73	10.28	13.59	15.49	15.09	11.72	12.75	15.25
4	เม็กซิโก	33.6	89.1	106.8	146.4	161.6	129.4	133.9	141.7	48.5	47.3	73.5	4.85	11.75	11.96	13.84	14.19	10.00	8.58	9.49	4.19	3.27	4.08
5	สหราชอาณาจักร	91.4	96.8	119.8	123.8	68.0	61.8	55.1	53.8	67.6	71.1	63.9	13.20	12.77	13.41	11.70	5.98	4.77	3.53	3.61	5.83	4.91	3.55
6	โปแลนด์	5.9	6.7	52.3	66.7	65.5	66.4	52.2	47.7	58.6	91.3	96.5	0.85	0.89	5.86	6.31	5.75	5.13	3.35	3.20	5.05	6.31	5.36
7	อิตาลี	22.6	21.9	32.0	38.0	32.6	58.2	87.0	105.2	32.4	45.7	66.8	3.27	2.89	3.58	3.59	2.86	4.50	5.58	7.04	2.79	3.16	3.71
8	ฝรั่งเศส	11.8	17.3	38.6	59.5	28.5	20.5	57.6	71.2	56.6	52.1	64.0	1.71	2.28	4.33	5.63	2.51	1.59	3.69	4.77	4.88	3.60	3.55
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	5.9	5.0	5.5	8.2	10.6	25.1	43.5	48.7	69.6	105.4	134.0	0.85	0.66	0.62	0.77	0.93	1.94	2.79	3.26	6.00	7.28	7.44
10	ญี่ปุ่น	86.7	67.8	59.1	49.1	36.1	30.3	35.1	29.4	17.2	27.9	23.4	12.52	8.94	6.61	4.64	3.17	2.34	2.25	1.97	1.48	1.93	1.30
11	สโลวาเกีย	0.2	0.7	2.1	3.7	1.3	1.1	0.9	7.5	75.6	86.3	122.7	0.03	0.09	0.24	0.35	0.11	0.08	0.06	0.50	6.53	5.97	6.82
12	เนเธอร์แลนด์	40.3	31.9	45.9	28.7	13.2	21.2	34.3	29.6	13.7	9.9	9.9	5.81	4.21	5.14	2.71	1.16	1.64	2.19	1.98	1.18	0.69	0.55
13	สเปน	15.9	15.4	15.7	17.8	14.0	23.8	38.5	30.4	25.8	26.6	52.4	2.29	2.03	1.76	1.68	1.23	1.84	2.47	2.04	2.23	1.84	2.91
14	ไทย	0.6	1.3	2.4	10.3	12.8	18.8	21.9	24.8	39.4	50.1	46.3	0.09	0.17	0.26	0.98	1.12	1.45	1.40	1.66	3.40	3.46	2.57
15	เกาหลีใต้	23.9	22.9	16.4	23.5	35.0	33.1	35.6	14.3	12.9	19.7	23.1	3.45	3.02	1.84	2.22	3.07	2.56	2.28	0.96	1.12	1.36	1.29
16	โรมาเนีย	0.0	0.0	0.0	0.6	1.9	25.4	32.3	48.8	40.7	38.7	40.2	0.00	0.00	0.00	0.05	0.17	1.96	2.07	3.27	3.51	2.68	2.23
17	เบลเยียม	11.7	13.7	14.3	32.5	23.2	13.0	14.8	11.3	6.6	8.4	8.8	1.69	1.81	1.60	3.07	2.04	1.01	0.95	0.76	0.57	0.58	0.49

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.1(ต่อ) มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ประเทศสำคัญของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										สัดส่วน(%)											
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550/25	2551	2552	2553	2554
18	แคนาดา	1.0	8.1	12.5	10.3	12.3	17.3	24.8	28.9	10.5	9.5	9.6	0.15	1.07	1.40	0.98	1.08	1.34	1.59	1.94	0.91	0.65	0.53
19	บราซิล	2.9	2.2	6.3	12.2	14.1	13.3	18.9	20.2	8.5	21.0	23.7	0.42	0.29	0.70	1.16	1.23	1.03	1.21	1.35	0.73	1.45	1.32
20	ออสเตรเลีย	3.6	5.9	11.0	12.4	9.1	9.8	8.7	17.2	10.1	17.6	15.0	0.52	0.78	1.23	1.17	0.80	0.76	0.56	1.15	0.87	1.22	0.83
21	โปรตุเกส	1.4	0.1	1.5	1.9	6.9	32.4	34.2	5.4	4.3	12.5	17.0	0.20	0.01	0.17	0.18	0.60	2.50	2.19	0.36	0.37	0.86	0.95
22	อินโดนีเซีย	5.3	7.3	7.7	8.1	4.3	3.4	6.1	8.4	7.5	7.4	5.8	0.77	0.96	0.86	0.77	0.38	0.26	0.39	0.56	0.65	0.51	0.32
23	สหพันธรัฐ มาเลเซีย	3.3	3.8	2.9	1.0	2.2	2.1	8.1	5.5	2.9	12.7	8.9	0.47	0.50	0.32	0.09	0.20	0.16	0.52	0.37	0.25	0.88	0.49
24	ออสเตรเลีย	1.8	2.9	4.1	3.4	5.3	4.2	8.4	6.5	1.1	1.6	1.3	0.26	0.38	0.46	0.32	0.46	0.32	0.54	0.44	0.10	0.11	0.07
25	สิงคโปร์	2.7	2.0	2.8	2.6	2.8	3.6	2.8	7.4	3.7	2.9	3.8	0.39	0.26	0.31	0.24	0.25	0.28	0.18	0.49	0.32	0.20	0.21
26	อังกฤษ	0.1	0.4	1.1	1.7	0.5	0.9	0.6	0.8	0.3	0.3	22.5	0.01	0.05	0.12	0.16	0.05	0.07	0.04	0.05	0.03	0.02	1.25
27	ฮ่องกง	3.8	5.9	4.7	3.5	0.5	0.6	1.3	0.2	0.1	0.2	0.1	0.54	0.78	0.53	0.33	0.04	0.04	0.09	0.02	0.01	0.01	0.01
28	ไต้หวัน	0.3	0.9	0.4	0.4	0.4	3.9	1.6	1.0	1.3	2.1	8.3	0.05	0.12	0.05	0.03	0.04	0.30	0.10	0.07	0.12	0.15	0.46
29	แอฟริกาใต้	0.1	0.3	0.5	0.3	0.7	0.5	2.1	1.3	1.1	3.3	3.7	0.02	0.04	0.06	0.03	0.06	0.04	0.13	0.09	0.09	0.23	0.20
30	สวีเดน	1.2	0.8	1.3	1.2	1.3	1.0	1.3	2.0	1.3	0.8	1.0	0.17	0.10	0.14	0.11	0.11	0.08	0.08	0.13	0.11	0.06	0.06
	รวม 30 ประเทศ	681.2	751.5	881.9	1052.4	1129.6	1284.5	1541.3	1460.7	1134.4	1409.5	1760.0	98.30	99.08	98.73	99.50	99.21	99.27	98.73	97.83	97.86	97.45	97.74
	อื่นๆ	11.8	7.0	11.4	5.3	9.0	9.5	19.8	32.3	24.8	36.9	40.6	1.70	0.92	1.27	0.50	0.79	0.73	1.27	2.17	2.14	2.55	2.26
	รวมทุกประเทศ	692.9	758.5	893.3	1057.7	1138.7	1294.0	1561.1	1493.1	1159.2	1446.4	1800.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.2 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ประเทศคู่ค้าสำคัญ 10 อันดับของไทย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : หมื่นเหรียญ สรอ.										สัดส่วน(%)											
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ออสเตรเลีย	na	na	0.04	42.96	16.44	48.78	16.40	298.68	1483.60	1914.06	1495.98	na	na	0.02	4.15	1.29	2.60	0.75	12.05	37.68	38.23	32.28
2	แอฟริกาใต้	na	na	na	0.07	65.68	262.34	552.69	461.07	334.95	594.72	713.04	na	na	na	0.01	5.14	13.96	25.22	18.60	8.51	11.88	15.39
3	ญี่ปุ่น	na	0.60	13.21	190.43	319.55	377.63	322.72	235.02	348.27	408.16	415.72	na	0.48	5.60	18.41	24.98	20.10	14.73	9.48	8.85	8.15	8.97
4	สิงคโปร์	5.96	30.86	107.72	680.16	661.87	439.38	8.40	168.02	209.58	7.00	0.67	9.41	24.57	45.62	65.75	51.75	23.38	0.38	6.78	5.32	0.14	0.01
5	สหพันธรัฐ มาเลเซีย	0.18	6.24	0.03	44.98	33.51	3.39	38.04	101.74	154.83	180.61	106.30	0.29	4.97	0.01	4.35	2.62	0.18	1.74	4.10	3.93	3.61	2.29
6	เบลเยียม	43.93	41.58	33.87	9.56	42.21	48.55	198.42	15.55	4.16	5.11	12.06	69.41	33.11	14.35	0.92	3.30	2.58	9.06	0.63	0.11	0.10	0.26
7	อาร์เจนตินา	na	na	na	na	0.03	0.07	0.01	36.35	91.26	141.44	157.52	na	na	na	na	0.00	0.00	0.00	1.47	2.32	2.82	3.40
8	ตุรกี	2.33	na	na	na	56.82	151.42	106.53	47.04	na	na	na	3.68	na	na	na	4.44	8.06	4.86	1.90	na	na	na
9	ฟิลิปปินส์	0.18	17.25	52.18	36.29	25.57	0.28	0.48	0.10	0.21	0.26	0.12	0.29	13.74	22.10	3.51	2.00	0.01	0.02	0.00	0.01	0.01	0.00
10	ฮ่องกง	0.03	0.02	12.78	11.60	0.86	1.50	1.20	12.39	67.65	11.50	0.24	0.05	0.01	5.41	1.12	0.07	0.08	0.05	0.50	1.72	0.23	0.01
	รวม 10 ประเทศ	52.61	96.53	219.84	1016.05	1222.54	1333.34	1244.89	1375.96	2694.51	3262.86	2901.65	83.12	76.88	93.10	98.22	95.59	70.96	56.82	55.50	68.44	65.17	62.61
	อื่นๆ	10.68	29.03	16.30	18.40	56.43	545.66	946.10	1103.19	1242.39	1744.15	1732.86	16.88	23.12	6.90	1.78	4.41	29.04	43.18	44.50	31.56	34.83	37.39
	รวมทุกประเทศ	63.29	125.56	236.13	1034.45	1278.97	1879.00	2191.04	2479.14	3936.90	5007.04	4634.51	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.3 มูลค่าการส่งออกทุกสินค้าไปตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับ ที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	571394.28	616271.89	752279.31	909296.41	969883.86	1109182.62	1322464.71	1448973.16	1120639.33	1259151.18	1472427.43
2	สหรัฐอเมริกา	729100.32	693103.19	724770.98	814874.65	901081.81	1025967.50	1148198.72	1287442.00	1056042.96	1278263.23	1480552.12
3	สาธารณรัฐประชาชน จีน	266403.10	325642.07	438472.56	593647.17	762326.76	969323.62	1218155.48	1428869.19	1202047.37	1578444.20	1899280.69
4	ญี่ปุ่น	403246.81	417164.79	471912.65	566191.36	595269.23	646441.07	714126.01	781952.34	580465.39	770046.04	823544.13
5	ฝรั่งเศส	323221.36	331577.67	392474.80	451892.12	462967.61	495875.12	559966.03	616908.84	484576.87	466383.76	556513.84
6	เนเธอร์แลนด์	230858.77	244134.69	296166.46	357432.17	405805.69	463999.57	551789.41	638503.07	498503.36	574661.65	660051.37
7	อิตาลี	244201.21	254594.66	300053.36	353521.83	372689.35	417329.08	500354.25	544531.33	406837.94	447175.72	523413.42
8	สหราชอาณาจักร	272633.86	279571.74	305563.36	347363.68	383512.13	448023.62	439433.81	460845.21	353326.65	405538.69	472849.04
9	แคนาดา	261045.47	252411.39	272440.36	317499.92	360730.18	388298.05	420275.39	456508.87	316513.31	3878990.10	452678.31
10	เบลเยียม	190318.67	216060.72	255800.34	306768.67	334237.04	366856.99	43120.74	473249.82	370276.44	408990.49	476940.92
11	เกาหลีใต้	150439.14	162470.53	193817.44	253844.67	284418.74	325464.85	371489.09	422007.33	363533.56	466383.76	556513.84
12	ฮ่องกง	191243.99	202169.01	229010.24	265763.28	292327.87	322664.25	349662.68	370653.73	329738.05	401023.28	455663.38
13	สิงคโปร์	121691.25	125156.07	160116.10	198791.02	229680.54	271915.68	299404.34	338142.79	269909.15	352075.73	409722.50
14	ไทย	64908.67	68593.50	80252.56	97098.10	109848.39	130621.05	163118.86	177846.08	151793.26	195293.14	227009.67
15	สาธารณรัฐเช็ก	33313.03	38480.02	48752.23	68939.66	77976.41	95053.32	122776.53	147213.71	113168.10	133089.97	162279.66
16	ไต้หวัน	122409.34	130553.58	144058.68	174349.67	188962.96	213003.52	234710.07	243233.22	193815.25	262016.76	291453.43
17	บราซิล	58222.64	60361.79	73084.14	96475.22	118308.27	137469.70	160649.07	197942.44	152994.74	201915.29	256039.57

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.3 (ต่อ) มูลค่าการส่งออกทุกสินค้าไปตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับ ที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
18	โปแลนด์	36000.03	41181.10	53882.38	74951.72	89246.31	110924.52	140446.33	171022.53	136786.20	159819.35	187523.91
19	โปรตุเกส	24445.31	26549.74	31759.10	35726.69	38137.19	44793.96	52526.72	57524.17	44266.11	48767.64	58941.06
20	สหพันธรัฐมาเลเซีย	88201.68	93370.38	100112.68	126645.52	141626.38	160835.34	176064.79	199655.91	157338.90	198748.51	227192.46
21	เม็กซิโก	158442.88	160762.67	164860.33	187998.55	214232.89	249997.17	271958.39	292665.80	229621.36	298230.47	349567.95
22	โรมาเนีย	11377.53	13919.90	17683.36	23530.17	27641.83	32487.50	40567.80	49684.69	40673.77	49476.98	62701.71
23	สวีเดน	75670.52	81377.35	102183.79	123218.24	130219.80	147911.44	169025.72	183946.07	130877.38	158522.65	187127.52
24	สเปน	116603.76	125520.32	156304.62	182581.21	192525.78	213765.25	253443.99	282394.61	227460.13	254475.98	296593.77
25	สโลวาเกีย	12584.65	14449.39	21916.30	27515.94	31949.80	41976.76	58682.58	71222.37	56246.77	64714.90	79412.44
26	ออสเตรเลีย	63233.25	64996.09	70382.60	86406.01	105891.17	123477.90	141378.56	186504.83	154524.58	212871.37	271316.35
27	อินโดนีเซีย	56320.90	57158.77	61058.25	71584.61	85659.95	100798.62	114100.89	137020.42	116510.03	157779.10	203496.62
28	ออสเตรีย	70731.95	78707.65	97246.52	118307.04	124998.28	136901.55	163839.96	181698.59	137091.76	152535.68	178056.35
29	แอฟริกาใต้	26827.01	27031.31	34984.57	45972.57	51870.19	57897.69	69867.81	80207.61	52380.05	81310.88	96701.71
30	ฮังการี	30415.16	34489.73	43195.89	55558.83	62801.25	75390.44	95592.50	108745.46	83196.59	95544.23	112240.31
	รวม 30 ประเทศ	5005506.54	5237831.71	6094595.96	7333746.70	8146827.66	9324647.75	10367191.23	12037116.19	9531155.36	11521149.64	13487805.48
	อื่นๆ	660567.58	742348.35	870240.64	1106548.12	1318612.65	1544782.49	2209191.60	2236258.24	1844622.24	2338009.07	2242641.41
	รวมทั้งโลก	5666074.12	5980180.06	6964836.60	8440294.82	9465440.31	10869430.24	12576382.83	14273374.43	11375777.60	13859158.71	15730446.89

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.4 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดออสเตรเลีย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	41213	5868	41200	241878	323202	431612	415398	425835	179467	570263	113255
2	สหรัฐอเมริกา	26770	131298	82028	831983	1587903	1348212	1879903	5541122	3289264	4125118	2603384
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	6013	70083	319223	2942597	5008856	4879109	6715629	9735696	19057783
4	ญี่ปุ่น	5430814	5063869	4714762	1514499	98225	15137	24323	11706	na	12471	29620
5	สวีเดน	49376	927	5312	5723	3908	15925	899	1184	1224	5571	5025
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	1527703	2097415	1318395	241295	409572	1082086	1098358	952174	358569	135514	254760
7	อิตาลี	46195	82322	43706	33582	1152	92518	1167432	595832	59187	413643	966569
8	สาธารณรัฐเช็ก	35	238	8444	25958	51222	26475	255193	432	96029	31604	539023
9	สเปน	na	na	9555	544613	259661	343231	424990	190285	561726	400774	116896
10	ไทย	na	na	399	429638	164419	487822	163977	2986771	14836021	19140631	14959761
	รวม 10 ประเทศ	7122106	7381937	6229814	3939252	3218487	6785615	10439329	15584450	26097116	34574285	38646076
	อื่นๆ	258445	260865	462020	694639	1641704	1158351	1805281	1050287	931246	502052	654513
	รวมทั้งโลก	7380551	7642802	6691834	4633891	4860191	7943966	12244610	16634737	27028362	35076337	39300589

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.5 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดออสเตรเลีย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	3210.60	3713.43	4712.17	5696.05	6137.10	6747.26	7859.81	9655.25	8786.59	10367.05	11496.42
2	สหรัฐอเมริกา	10930.52	13084.99	13087.60	13957.90	15588.52	17545.74	19178.20	22218.65	19599.30	21797.62	27515.75
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	3571.22	4589.23	6265.40	8839.75	11065.41	13626.21	17997.55	22244.12	20659.51	27227.66	33906.49
4	ญี่ปุ่น	7683.29	8325.84	9922.06	11820.18	12428.04	12488.35	14226.37	17287.89	12180.93	15872.75	17900.57
5	สวีเดน	691.33	837.14	1088.33	1234.74	1365.45	1770.98	1695.12	1941.11	1631.92	1995.72	2357.72
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	2052.08	2108.71	2516.51	4160.98	4791.11	4570.66	5929.74	7341.72	5749.90	7472.40	8208.53
7	อิตาลี	1760.30	2116.93	2602.09	3146.32	3102.36	3183.08	3801.45	4224.04	3298.93	3559.81	4158.86
8	สาธารณรัฐเช็ก	29.00	47.30	56.99	102.36	103.80	160.03	247.29	315.22	191.88	300.64	388.48
9	สเปน	396.53	509.34	653.69	939.07	939.07	938.11	1409.80	1521.95	1166.53	1458.39	2154.03
10	ไทย	1355.05	1636.86	2161.60	2453.51	3153.13	4382.77	6135.86	7987.43	8537.78	9367.49	7922.02
	รวม 10 ประเทศ	31679.92	36969.76	43066.45	52350.85	58673.99	65413.19	78481.19	94737.39	81803.28	99419.53	116008.86
	อื่นๆ	31553.33	28026.33	27316.15	34055.16	47217.18	58064.71	62897.37	91767.44	72721.30	113451.84	155307.49
	รวมทั้งโลก	63233.25	64996.09	70382.6	86406.01	105891.2	123477.9	141378.6	186504.8	154524.6	212871.37	271316.35

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.6 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดแอฟริกาใต้ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	425672	946425	915178	1652560	2138744	3060786	3387490	10100576	10053939	9897043	11296117
2	สหรัฐอเมริกา	7590	7221	39235	105300	46706	4743	75967	93939	26492	95844	81383
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	18020	686	840	7085	233707	582773	1579924	918609	309325
4	ญี่ปุ่น	1624	3413	5390	2109	13226	722128	2318	191753	5458	2619	13172
5	แคนาดา	na	17939	422880	1868	na	154156	251003	85528	na	159682	806188
6	ฝรั่งเศส	44759	na	na	282105	228564	195649	5828	80299	33652	3147	13999
7	อิตาลี	297335	111637	na	100680	2628	73165	323790	415484	26552	31238	61926
8	สาธารณรัฐเช็ก	3345	na	9049	11030	67259	na	5365	na	68312	319	2670
9	ออสเตรเลีย	9360	6926	4204	10535	na	105112	278620	593992	166253	153889	41683
10	ไทย	na	na	na	696	656809	2623365	5526864	4610700	3349534	5947238	7130359
	รวม 10 ประเทศ	789685	1093561	1413956	2167569	3154776	6946189	10090952	16755044	15310116	17209628	19756822
	อื่นๆ	124998	89658	299741	73718	235842	191903	519345	541674	294322	458983	976467
	รวมทั้งโลก	914683	1183219	1713679	2241287	3390618	7138092	10610297	17296718	15604438	35076337	20733289

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.7 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดแอฟริกาใต้ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	3934.13	4116.56	5513.98	7160.01	7972.25	8738.78	9605.60	10508.24	8014.61	10111.45	11954.62
2	สหรัฐอเมริกา	2959.58	2525.54	2819.27	3178.51	3906.95	4461.70	5521.40	6490.47	4452.64	5631.14	7294.03
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	1049.12	1311.60	2030.71	2951.86	3825.88	5768.79	7428.94	8595.64	7364.90	10807.18	13367.85
4	ญี่ปุ่น	1493.00	1555.96	2029.38	2910.51	3270.07	4055.68	4607.47	4629.01	2611.42	3835.33	4325.96
5	แคนาดา	120.34	162.01	226.82	280.42	375.57	578.53	731.69	886.81	388.77	455.63	689.80
6	ฝรั่งเศส	1060.57	1325.12	1710.88	2131.73	2423.15	2104.83	2215.48	2395.48	1794.15	2315.66	3172.08
7	อิตาลี	949.90	940.24	1078.00	1398.31	1581.47	1954.02	2072.44	2086.25	1461.38	1753.16	2364.06
8	สาธารณรัฐเช็ก	18.26	37.50	41.12	74.52	155.87	203.03	315.96	330.31	252.73	404.36	542.60
9	ออสเตรเลีย	670.60	705.02	863.08	1170.70	1420.74	1726.27	2124.80	2055.26	1193.95	1656.14	1700.74
10	ไทย	314.22	331.52	414.99	654.47	840.58	1095.29	1419.05	1691.65	1439.17	1760.96	2179.45
	รวม 10 ประเทศ	12569.72	13011.08	16728.23	21911.03	25772.54	30686.93	36042.85	39669.12	28973.72	38731.02	47591.20
	อื่นๆ	14257.29	14020.23	18256.34	24061.54	26097.65	27210.76	33824.96	40538.49	23406.33	42579.86	49110.51
	รวมทั้งโลก	26827.01	27031.31	34984.57	45972.57	51870.19	57897.69	69867.81	80207.61	52380.05	81310.88	96701.71

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.8 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	5085	4926	101690	78699	8184	319179	178502	92395	170743	4081579	4157235
2	สหรัฐอเมริกา	8990000	6015987	7540095	3353998	9215866	9963527	1505941	882222	202703	3650342	1845728
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	977	21793	493	15360	63152	1681888	1616153	45322	984450	110552	69200
4	เม็กซิโก	73534	85878	67407	2109	na	685	1330	587	534	636561	513981
5	สวีเดน	39974	18199	521	15062	na	3500	13351	10110	1556	525	588
6	ฝรั่งเศส	192298	4393607	5646417	299999	132905	na	19308	na	8105	4957	7750
7	อิตาลี	145596	2208	335716	18175	54500	2718	31558	36480	2022	256	na
8	สาธารณรัฐเช็ก	na	na	na	129422	17480	41219	12119	na	8255	64715	152204
9	เนเธอร์แลนด์	83497	2562	1334	1641	105446	19882	3612	14361	na	16763	68
10	ไทย	na	6017	132143	1904313	3195454	3776334	3227249	2350200	3482696	na	na
	รวม 10 ประเทศ	9530961	10551177	13825816	2167569	12792987	15808932	6609123	3431677	4861064	8566250	6746754
	อื่นๆ	130689	679869	11845342	73718	11739239	3679708	333132	227856	311302	113250	358485
	รวมทั้งโลก	9661650	11231046	25671158	2241287	24532226	19488640	6942255	3659533	5172366	8679500	7105239

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.9 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	11507.36	11731.35	13270.38	15524.94	16232.10	16870.76	17323.12	18692.87	15174.07	17325.55	20870.82
2	สหรัฐอเมริกา	57451.60	51449.30	52004.28	53568.69	54680.58	58458.98	61159.58	65141.75	51134.18	60485.61	66168.33
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	45048.79	48483.03	59453.99	73536.26	84097.19	91771.96	102116.31	116176.47	97209.00	120262.43	147290.06
4	เม็กซิโก	620.56	604.86	600.08	909.14	1470.02	1594.04	1912.88	2065.77	1614.57	1926.91	2253.94
5	สวีเดน	2162.64	1893.05	1875.51	2133.85	1940.52	2123.38	1976.13	1846.34	1569.25	1947.84	2295.03
6	ฝรั่งเศส	4916.18	5319.08	6087.02	6772.09	6814.58	7142.55	7906.33	8236.17	6391.69	7834.44	9025.59
7	อิตาลี	4175.69	4226.26	4873.60	5354.99	5610.93	5596.88	5878.44	6178.43	5143.37	5282.94	6558.09
8	สาธารณรัฐเช็ก	122.36	142.05	162.01	230.38	328.34	407.57	500.41	563.87	424.20	531.06	571.75
9	เนเธอร์แลนด์	2131.45	2186.26	2392.33	2762.15	2786.02	2849.26	3597.18	4415.07	3307.88	3913.62	4539.05
10	ไทย	9942.00	9979.66	11410.11	13475.48	15029.73	16564.80	19289.71	20085.13	15656.00	20412.64	24240.17
	รวม 10 ประเทศ	138078.63	136014.88	152129.32	174267.98	188990.01	203380.19	221660.10	243401.87	197624.21	239923.05	283812.82
	อื่นๆ	265168.18	281149.91	319783.33	391923.38	406279.22	443060.88	492465.91	538550.47	382841.18	530122.99	539731.31
	รวมทั้งโลก	403246.81	417164.79	471912.65	566191.36	595269.23	646441.07	714126.01	781952.34	580465.39	770046.04	823544.13

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.10 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสิงคโปร์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	16344645	9517385	9478806	7104382	9255577	5434841	2844289	4071317	1100307	605162	684384
2	สหรัฐอเมริกา	28894	86107	253301	92742	41570	173502	84946	81910	27716	70726	52416
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	17100	90	38767	85538	143148	121139	26603	159176	3658597	695014	150797
4	สหพันธรัฐมาเลเซีย	158341	52814	63595	440398	764644	493672	336270	1221390	137514	1959408	3955070
5	อินโดนีเซีย	322345	167559	89729	1134006	1461286	1071675	2693255	3353333	1630786	2087911	2027239
6	ไต้หวัน	18400	49086	53463	140967	195517	215841	49083	170648	138930	82238	23429
7	อิตาลี	5086	23675	11585	na	36356	988	14683	43210	7879	60491	17544
8	ออสเตรเลีย	297194	78116	219238	131523	94661	90960	140076	577827	9376	17106	71494
9	สาธารณรัฐเกาหลี	383998	75706	37160	978005	2408835	1181451	425755	362000	796355	675470	176292
10	ไทย	59574	308566	1077151	6801603	6618668	4393782	83971	1680203	2095784	69977	6666
	รวม 10 ประเทศ	17635577	10359104	11322795	16909164	21020262	13177851	6938931	11721014	9602644	6323503	7165331
	อื่นๆ	508442	170997	285040	82038	56330	93098	75038	250385	263259	410213	167270
	รวมทั้งโลก	18144019	10530101	11607835	16991202	21076592	13270949	7013969	11971399	9865903	6733716	7332601

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.11 มูลค่าการส่งออกทุกสินค้าไปตลาดสิงคโปร์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	14713.77	14197.06	14845.56	17990.82	18455.03	19332.79	21827.44	26627.53	20694.25	25234.32	27264.77
2	สหรัฐอเมริกา	17651.71	16217.92	16560.17	19397.37	20466.07	23825.55	25618.57	27853.61	22231.82	29017.40	31392.98
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	5792.92	6968.80	8873.16	12695.49	16716.14	23188.07	29679.57	32325.19	30049.80	32333.27	35297.39
4	สหพันธรัฐมาเลเซีย	14912.86	15964.03	16478.15	18930.91	22079.05	24606.53	25604.80	29228.97	21934.20	26544.19	28831.20
5	อินโดนีเซีย	5363.83	5349.08	5399.66	6001.18	7836.59	8929.85	10501.62	13036.87	10262.67	13723.27	18443.89
6	ไต้หวัน	4037.14	4375.94	4978.81	6350.96	7635.79	8835.33	10048.32	11175.54	8188.77	11554.66	15849.36
7	อิตาลี	1523.83	1354.28	1581.52	1960.98	1868.37	2092.33	2351.05	2518.21	2082.65	1823.16	2436.99
8	ออสเตรเลีย	2767.95	2693.91	2258.30	2380.65	3013.71	3440.68	3417.24	5233.65	4249.00	4458.78	6625.92
9	สาธารณรัฐเกาหลี	4079.61	4221.56	4635.99	5653.51	7406.63	9489.30	11949.49	16292.97	13616.99	15244.20	20855.29
10	ไทย	5262.62	5526.11	5846.15	6971.50	7424.85	8400.51	10219.10	10087.89	7546.41	9015.26	11335.10
	รวม 10 ประเทศ	76106.24	76868.69	81457.49	98333.36	112902.24	132140.95	151217.19	174380.43	140856.56	168948.49	198332.87
	อื่นๆ	45585.01	48287.38	78658.61	100457.66	116778.30	139774.73	148187.15	163762.36	129052.59	183127.24	211389.63
	รวมทั้งโลก	121691.25	125156.07	160116.1	198791.02	229680.54	271915.68	299404.34	338142.79	269909.15	352075.73	409722.5

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.12 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	209678	221883	351740	324701	62066	43262	12747	27367	22986	1207621	2426651
2	สหรัฐอเมริกา	16077	4200	na	11399	na	22867	12230	34254	14750	1234118	47122
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	9322	66524	37580	103675	437830	1630597	1493968	1538543	5694189	3983760
4	เยอรมนี	458570	401941	469245	810631	887006	429825	412410	450087	736370	1009892	1485542
5	อินโดนีเซีย	46708	211026	369652	227943	86939	136089	248040	297058	730827	854783	1206770
6	ฝรั่งเศส	na	na	na	na	9028	na	na	na	na	7886	13756
7	สิงคโปร์	72406	154854	195430	451077	303696	545438	1100247	792016	283272	396074	466348
8	ออสเตรเลีย	51388	19470	na	30588	na	35440	na	7378	4379	na	42428
9	สาธารณรัฐเกาหลี	258577	248064	110245	37306	760777	774149	374627	67517	426737	414495	498845
10	ไทย	1838	62375	338	449818	335092	33881	380392	1017412	1548302	1806079	1063018
	รวม 10 ประเทศ	1115242	1333135	1563174	2411342	2548279	2458781	4171290	4187057	5306166	12625137	11234240
	อื่นๆ	46254	44424	4263	3442	1691	2899	59443	58223	18330	21230	176797
	รวมทั้งโลก	1161496	1377559	1567437	2414784	2549970	2461680	4230733	4245280	5324496	12646367	11411037

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.13 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสหพันธรัฐมาเลเซีย ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	11012.82	11025.98	11256.47	12575.02	12546.15	13204.96	15047.68	16436.79	12859.14	17643.00	18776.52
2	สหรัฐอเมริกา	9357.69	10343.65	10914.06	10850.18	10460.83	12444.00	11680.20	12949.45	10403.28	14079.81	14217.94
3	สาธารณรัฐประชาชนจีน	3221.14	4975.42	6142.22	8085.45	10617.66	13540.21	17701.75	21383.22	19631.68	23816.91	27901.47
4	เยอรมนี	2247.53	2468.94	3235.05	3916.15	3934.86	4493.67	5622.28	5774.03	4579.50	5670.57	6012.66
5	อินโดนีเซีย	1778.63	2029.95	2363.85	3016.05	3431.30	4110.76	5096.06	6432.55	6811.82	9362.33	10995.85
6	ฝรั่งเศส	877.41	774.83	808.26	1022.52	1392.75	1786.54	1963.08	2356.98	1828.49	1807.22	2518.99
7	สิงคโปร์	21106.63	21794.91	22795.35	27287.10	30391.75	35530.07	38611.83	40902.90	30968.54	41958.85	50034.02
8	ออสเตรเลีย	1338.22	1245.69	1362.31	1772.46	1916.58	2137.22	2641.71	3397.42	2478.79	3360.50	4641.19
9	สาธารณรัฐเกาหลี	2628.04	3218.30	3851.76	4480.43	4608.17	5227.18	5704.25	5794.49	4324.82	6114.82	6275.75
10	ไทย	2713.12	2825.39	3874.55	5283.02	5675.96	6661.08	8352.54	9884.72	7634.18	10565.05	12273.91
	รวม 10 ประเทศ	56281.23	60703.07	66603.87	78288.37	84976.02	99135.67	112421.38	125312.57	101520.24	134379.07	153648.30
	อื่นๆ	31920.45	32667.31	33508.81	48357.15	56650.36	61699.67	63643.41	74343.34	55818.66	64369.44	73544.16
	รวมทั้งโลก	88201.68	93370.38	100112.68	126645.52	141626.38	160835.34	176064.79	199655.91	157338.9	198748.51	227192.46

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.14 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเบลเยียม ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	6665941	5942886	3796831	2270429	1146269	580437	504188	296825	338709	261634	410385
2	เนเธอร์แลนด์	2146275	3499329	9766126	12029938	10130564	6737661	7300828	5646218	3020559	2872191	2675173
3	สวีเดน	40638	2763	59029	40811	9535	12253	22539	29415	4127	3067	10305
4	เยอรมนี	5464020	2284988	2246656	3074427	23623233	37337063	40007020	37438055	27479995	40816599	63670558
5	สหราชอาณาจักร	172597	33282	45922	85276	95813	2047131	3531306	3358044	658152	792787	1210621
6	ฝรั่งเศส	268414	308293	943065	435562	241846	298668	13954509	17800070	11033992	5965152	366953
7	โปแลนด์	365	1830	16376	18002	298324	130271	26540	52454	53821	95672	184499
8	สาธารณรัฐเช็ก	465506	804827	583137	1350631	1495130	15176205	2918158	1652273	2144126	8007632	12875441
9	สเปน	258577	248064	110245	37306	760777	774149	374627	67517	426737	414495	498845
10	ไทย	100915	157966	144687	122833	61645	1389232	6471637	2050521	4907301	19772	43926
	รวม 10 ประเทศ	15763987	13451883	17940582	19523229	37524472	64194406	76720930	68479400	49682368	58885575	81568508
	อื่นๆ	2531497	2845126	3067992	5896950	2552453	3150140	6231842	4283425	3577559	3429486	2557400
	รวมทั้งโลก	18295484	16297009	21008574	25420179	40076925	67344546	82952772	72762825	53259927	62315059	84125908

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.15 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดเบลเยียม ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ญี่ปุ่น	4576.27	4593.38	5772.07	7225.96	7140.62	7145.88	7911.58	8480.98	5337.05	6693.75	6809.13
2	เนเธอร์แลนด์	25645.42	29838.83	36099.44	42700.66	52394.26	63980.62	74123.14	84057.78	59227.92	69716.78	86267.76
3	สวีเดน	3311.38	3593.62	4371.01	5268.64	5357.01	6181.21	7430.04	7853.09	4650.16	6227.51	8000.73
4	เยอรมนี	28329.39	28865.02	39346.58	49311.34	52860.21	56685.60	67540.66	72511.94	57818.68	58715.03	64573.89
5	สหราชอาณาจักร	13233.13	14889.27	17564.86	18575.71	20138.04	23983.21	23500.48	24275.09	16398.55	19999.10	24710.85
6	ฝรั่งเศส	21854.77	22737.69	28654.44	32605.45	32993.40	35863.26	40969.28	46065.37	35123.87	39168.34	43303.26
7	โปแลนด์	1110.81	1336.22	1740.45	2394.84	2661.62	3064.32	3762.00	4364.11	3287.01	3794.99	4339.69
8	สาธารณรัฐเช็ก	995.48	907.12	1092.19	1738.67	2062.05	2725.27	3471.64	3914.21	2900.37	3269.33	3885.68
9	สเปน	3331.13	3319.50	4664.45	5517.25	5458.64	6248.15	7145.18	8502.56	6340.23	7309.24	8287.88
10	ไทย	1413.65	1354.10	1128.17	1187.76	1276.68	1443.64	1780.64	1698.71	1342.99	1510.32	1758.20
	รวม 10 ประเทศ	103801.44	111434.74	140433.65	166526.28	182342.52	207321.17	237634.64	261723.85	192426.81	216404.39	251937.08
	อื่นๆ	86517.23	104625.98	115366.69	140242.39	151894.52	159535.82	-194513.90	211525.97	177849.63	192586.10	225003.84
	รวมทั้งโลก	190318.67	216060.72	255800.34	306768.67	334237.04	366856.99	43120.74	473249.82	370276.44	408990.49	476940.92

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.16 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดอาร์เจนตินา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สาธารณรัฐเช็ก	36	na	na	na	na	na	na	na	92594	11378	na
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	na	na	na	na	3180	2340	na	479732	1256433
3	สหรัฐอเมริกา	777138	3856	na	28684	75446	8950	830265	18919	10762	3077	90598
4	เม็กซิโก	23720	197	148	na	5567	na	5658	na	186	na	26559
5	อิตาลี	51932	187296	58213	na	na	na	na	85912	891142	2535536	4032488
6	ฝรั่งเศส	30285	30155	18864	124900	134097	1065084	892371	421282	5830	1056149	6581448
7	เกาหลีใต้	na	na	na	na	4410	6980	71177	na	32474	74148	10846
8	บราซิล	1153455	182369	1356237	2881468	3245501	3016599	4701391	5697820	1116101	3070231	6082522
9	สเปน	14015	6530	na	na	na	na	1083430	na	na	43531	na
10	ไทย	na	na	na	na	294	698	144	363509	912609	1414442	1575212
	รวม 10 ประเทศ	2050581	410403	1433462	3035052	3465315	4098311	7587616	6589782	3061698	8688224	19656106
	อื่นๆ	1561581	286962	1487425	2345660	3724858	5691604	6797414	7314342	2188728	6568796	11115987
	รวมทั้งโลก	3612162	697365	2920887	5380712	7190173	9789915	14385030	13904124	5250426	15257020	30772093

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.17 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดอาร์เจนตินา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สาธารณรัฐเช็ก	10.00	6.74	16.34	23.65	32.27	35.82	42.05	44.40	273.68	59.30	85.75
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	573.70	185.39	447.36	852.00	1325.49	2003.27	3565.79	5040.31	3484.14	6117.85	8503.39
3	สหรัฐอเมริกา	3920.20	1585.40	2437.30	3388.09	4121.86	4775.93	5855.85	7536.32	5568.89	7395.12	9885.07
4	เม็กซิโก	243.73	114.41	191.67	546.60	672.29	952.16	1130.04	1318.78	1087.54	1770.06	1958.14
5	อิตาลี	808.90	289.82	481.47	702.63	780.09	958.71	1168.21	1293.08	822.78	1246.49	1491.66
6	ฝรั่งเศส	728.00	324.15	413.70	699.20	769.51	1001.44	1309.54	1390.82	931.54	1364.76	1671.15
7	เกาหลีใต้	302.10	51.47	161.44	239.14	309.01	330.94	489.14	578.21	494.27	909.45	1080.64
8	บราซิล	5002.49	2341.87	4561.15	7373.22	9915.42	11713.82	14416.95	17605.62	12784.97	18522.52	22709.34
9	สเปน	665.73	283.68	482.27	542.29	591.12	678.15	945.94	1025.86	838.03	1081.79	1397.22
10	ไทย	77.56	15.31	40.37	95.51	267.92	357.14	409.27	380.96	381.85	594.60	709.04
	รวม 10 ประเทศ	12332.41	5198.25	9233.07	14462.34	18784.97	22807.38	29332.78	36214.36	26667.69	39061.94	49491.42
	อื่นๆ	14210.32	20511	20706	20113	21601.79	23738.83	26647.53	33804.48	29001.35	28366.66	32639.85
	รวมทั้งโลก	26542.73	25709.37	29938.75	34575.73	40386.77	46546.21	55980.31	70018.84	55669.04	67428.61	82131.27

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.18 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดตุรกี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	67059	121306	200931	41218	37207	56145	144729	213672	267895	1965971	4081562
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	na	na	na	5458	430113	2987797	338094	1873170	6485968
3	สหรัฐอเมริกา	na	12851	na	13400	22662	na	119558	239197	45262	42056	na
4	สหราชอาณาจักร	na	167641	na	4575	na	554407	483898	243245	1127688	63593	226007
5	อิตาลี	na	87474	1673015	1458299	969202	538087	1467462	2208420	1123517	1541026	1712245
6	ฝรั่งเศส	463756	318044	6652152	14534005	10871475	233032	459467	399102	345874	1672384	2118491
7	ญี่ปุ่น	1292645	89210	4190342	6894526	3495033	1689907	1200532	na	na	na	na
8	โรมาเนีย	na	na	na	574143	1860306	25058392	31621762	36545116	33787417	34184271	35409996
9	สเปน	na	na	12854	112272	113676	25567	726270	5084770	2181942	198597	78176
10	ไทย	23274	na	na	na	568226	1514279	1065317	470352	240907	na	na
	รวม 10 ประเทศ	1846734	796526	12729294	23632438	17937787	29675274	37719108	48391671	39458596	41541068	50112445
	อื่นๆ	17651	14465	0	35671	6914	1519172	3968788	5870044	1499063	1367940	2706099
	รวมทั้งโลก	1864385	810991	12729294	23668109	17944701	31194446	41687896	54261715	40957659	42909008	52818544

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.19 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดตุรกี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เยอรมนี	5201.47	6961.97	9819.77	14162.98	15229.06	17522.71	20166.52	22194.29	16212.42	21467.62	28003.01
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	674.05	1089.29	2065.26	2821.74	4251.78	7306.61	10482.69	10597.81	8334.28	11959.77	15618.96
3	สหรัฐอเมริกา	3094.66	3112.99	2900.22	3362.26	4238.97	5291.18	6498.76	9958.67	7094.63	10545.53	14631.84
4	สหราชอาณาจักร	1715.45	2069.93	2809.01	3595.04	3983.18	4542.70	4694.43	4564.77	3435.26	4654.41	5822.28
5	อิตาลี	3426.11	3766.44	5241.52	6914.20	7472.46	8345.36	9719.20	10976.16	7834.29	10490.42	13279.72
6	ฝรั่งเศส	2274.26	3064.78	3863.77	5598.28	5979.18	6540.09	7162.83	8449.93	6654.39	8318.71	9338.93
7	ญี่ปุ่น	736.53	851.26	1394.24	1913.35	2174.70	2382.47	2750.27	3091.12	1598.17	2560.65	3077.42
8	โรมาเนีย	449.55	576.05	904.97	1645.55	2188.77	2509.43	2839.60	3284.25	2028.69	3422.75	3833.38
9	สเปน	994.00	1359.06	1965.96	3200.79	3314.59	3468.41	4018.13	4413.82	3939.72	4903.96	6208.72
10	ไทย	96.70	157.35	206.95	329.51	557.89	732.42	1034.90	1120.43	687.99	1000.04	1237.46
	รวม 10 ประเทศ	18662.78	23009.13	31171.66	43543.70	49390.56	58641.38	69367.32	78651.25	57819.84	79323.86	101051.73
	อื่นๆ	12487.74	12133.15	15580.84	19753.76	23998.10	26960.14	38022.17	53307.75	44341.50	33610.89	33943.01
	รวมทั้งโลก	31150.52	35142.28	46752.51	63297.46	73388.66	85601.52	107389.49	131959.00	102161.34	112934.75	134994.73

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.20 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดฟิลิปปินส์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เกาหลีใต้	992	8605	57924	14147	21860	80138	136907	10150	25950	607215	877259
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	65830	101230	23397	27182	20160	191426	163305	445097	376978	2246598	837502
3	สหรัฐอเมริกา	na	na	na	na	7316	na	na	na	4888	126535	na
4	ฮ่องกง	na	75477	1448	10670	na	na	6110	na	na	na	na
5	อินโดนีเซีย	267429	na	571665	577061	365723	704585	927249	815419	1608342	648706	667756
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	na	3384	na	2847	na	na	na	8631	na	na	na
7	ญี่ปุ่น	1950856	1338881	963814	576147	896274	275375	975571	850083	832816	786684	387895
8	ไต้หวัน	na	2169	27217	na	na	70655	377723	415207	296050	384308	325731
9	สิงคโปร์	72911	42704	96413	13883	21495	22183	164090	376405	na	na	1654
10	ไทย	1821	172480	521818	362883	255749	2793	4790	962	2074	2641	1193
	รวม 10 ประเทศ	2359839	1744930	2263686	1584820	1588577	1347155	2755745	2921954	3147098	4802687	3098990
	อื่นๆ	658	0	504	0	0	0	0	15687	14334	13826	0
	รวมทั้งโลก	2360497	1744930	2264190	1584820	1588577	1347155	2755745	2937641	3161432	4816513	3098990

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.21 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดฟิลิปปินส์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เกาหลีใต้	2535.38	2950.04	2975.01	3379.20	3219.71	3930.52	4420.33	5016.25	4567.28	5837.98	7342.95
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	1621.00	2042.31	3094.24	4264.78	4689.05	5737.84	7505.45	9088.41	8586.36	11563.74	14256.97
3	สหรัฐอเมริกา	7660.00	7275.98	7987.30	7086.97	6895.41	7616.94	7712.30	8294.87	5766.37	7376.07	7706.29
4	ฮ่องกง	1925.42	2308.11	2227.13	2523.51	2637.75	2679.72	2866.34	2771.78	2036.99	2238.55	2652.79
5	อินโดนีเซีย	814.79	778.20	944.72	1237.59	1419.12	1405.67	1853.68	2053.61	2405.86	3180.74	3699.03
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	1287.50	1334.90	1381.69	1943.25	1984.98	2179.50	2546.28	2921.01	1980.74	3105.98	3579.33
7	ญี่ปุ่น	8189.91	8464.76	9006.93	9607.84	9071.49	9003.21	9477.88	9973.66	8229.99	11056.22	11248.24
8	ไต้หวัน	2141.05	1971.39	2298.18	3901.38	4211.07	4392.64	4778.53	4630.50	4299.23	5599.40	6041.16
9	สิงคโปร์	3082.61	3038.15	3238.91	3917.39	4184.81	5077.91	6131.05	7294.59	5048.08	7169.90	6767.21
10	ไทย	1152.45	1268.89	1615.93	1821.03	2045.31	2608.62	3108.13	3507.68	3010.77	4885.32	4601.55
รวม 10 ประเทศ		30410.10	31432.74	34770.05	39682.95	40358.71	44632.56	50399.98	55552.36	45931.67	62013.90	67895.51
อื่นๆ		1740.40	3652.56	1290.47	9692.32	648.78	2777.55	65.75	11720.36	16467.30	18652.09	16911.75
รวมทั้งโลก		32150.51	35085.30	36060.52	49375.27	41007.49	47410.12	50465.72	67272.72	62398.98	80666.00	84807.26

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.22 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศชนิดไปตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เกาหลีใต้	764971	392755	567213	70747	326255	39075	2080	944	318	na	na
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	5382452	2786439	3592410	5781300	8238270	4558024	5014208	6940538	5318461	5965193	448362
3	สหรัฐอเมริกา	106395	6761	188759	22475	na	50535	na	na	143365	32910	181322
4	เยอรมนี	2010	13077	15769	na	na	4848	22288	10651	4093	14997	35467
5	อินโดนีเซีย	3280059	4350327	5057082	4479644	99684	176627	31776	48516	na	41341	580
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	3120	324138	289767	1924	21243	na	31522	67159	45044	114123	32375
7	ญี่ปุ่น	12871415	5945960	5359318	6357348	685579	655760	610719	714332	200403	28928	55923
8	ไต้หวัน	30801	na	89	4331	134098	83730	17806	25823	na	na	41527
9	สิงคโปร์	407393	100901	132814	129411	323944	402811	347525	703967	275880	191282	655991
10	ไทย	291	185	127773	115999	8589	15000	12008	123927	676532	114984	2438
	รวม 10 ประเทศ	22851904	13920543	15330994	16963179	9837662	5986110	6089932	8635857	6664096	6503758	1453985
	อื่นๆ	2220	161983	22168	28215	45294	820	8394	52993	90072	31833	18656
	รวมทั้งโลก	22854124	14082526	15353162	16991394	9882956	5986930	6098326	8688850	6754168	6535591	1472641

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.23 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดฮ่องกง ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เกาหลีใต้	9451.68	10145.54	14653.74	18127.11	15531.09	18978.86	18654.45	19771.87	19661.06	25294.35	30974.66
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	46492.44	58483.26	76323.59	101126.47	124504.89	155434.52	184289.24	190772.42	166109.44	218204.97	267515.99
3	สหรัฐอเมริกา	14027.54	12594.35	13520.46	15827.35	16351.03	17742.17	19901.65	21498.62	21050.53	26570.27	36512.58
4	เยอรมนี	3742.52	3982.11	4424.78	4929.38	4923.14	5830.67	6116.55	6527.35	5689.10	7341.26	8144.21
5	อินโดนีเซีย	1290.33	1242.26	1183.28	1387.48	1492.34	1703.23	1687.45	1808.78	2111.84	2501.41	3215.41
6	สหพันธรัฐมาเลเซีย	4062.73	5307.70	6111.45	7562.02	8245.65	7967.05	8127.48	8507.70	8290.38	10087.92	10225.31
7	ญี่ปุ่น	23248.79	25457.50	29912.98	35438.54	35956.52	36415.30	38895.15	40280.56	31858.70	42317.40	42976.22
8	ไต้หวัน	26857.62	30836.01	28331.03	29878.76	30647.61	33543.24	34188.03	29623.85	26796.69	34446.44	36652.79
9	สิงคโปร์	10813.79	11471.42	14436.92	17658.14	21514.03	27323.09	31345.51	35098.40	31261.63	41257.41	45173.72
10	ไทย	3284.35	3672.52	4301.35	4916.89	6090.78	7185.17	9193.89	10061.35	9441.62	13132.05	16311.94
	รวม 10 ประเทศ	143271.78	163192.66	193199.57	236852.13	265257.07	312123.31	352399.41	363950.90	322270.96	421153.48	497702.84
	อื่นๆ	47972.21	38976.35	35810.67	28911.15	27070.80	10540.94	78107.20	6702.83	7467.09	85626.11	96568.53
	รวมทั้งโลก	191243.99	202169.01	229010.24	265763.28	292327.87	322664.25	430506.61	370653.73	329738.05	506779.59	594271.37

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.24 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสาธารณรัฐเช็ก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ฝรั่งเศส	764971	392755	567213	70747	326255	39075	2080	944	318	na	na
2	สโลวาเกีย	135986	589467	1008120	1392006	1184790	971927	855945	7408005	54179589	80504527	109836242
3	สหรัฐอเมริกา	na	na	na	na	na	103453	152666	na	137834	145605	172002
4	เยอรมนี	185055	71126	525829	2422243	2686678	3340283	5499420	369708	270272	308227	268295
5	อิตาลี	143640	336836	879311	972909	1730321	2194238	3111618	3778042	2176246	2735567	3976112
6	สเปน	923510	13174	16084	15174	53639	5905946	8853602	569410	2657325	2024153	2082352
7	โปแลนด์	5994	6585	389	49	12	14592	6781	12699	287696	1189185	1503791
8	ออสเตรีย	71230	240254	1087391	1980558	534253	703933	422369	426942	411641	525013	347468
9	ฮังการี	577	250	287	10822	450	2890	15026	10251	15699	13875	9147974
10	ไทย	na	na	na	na	na	na	3639	70428	78	17070	19588
	รวม 10 ประเทศ	1487553	1322681	3575047	6907378	6226269	13390354	19421788	13226260	60631936	88059431	128102228
	อื่นๆ	1414164	1246594	1472252	1290472	754629	680988	556982	284251	193593	609686	1267751
	รวมทั้งโลก	2901717	2569275	5047299	8197850	6980898	14071342	19978770	13510511	60825529	88669117	129369979

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.25 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสาธารณรัฐเช็ก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ฝรั่งเศส	1952.24	2022.04	2451.03	2920.44	3220.96	3937.29	4621.84	4951.93	3514.49	3878.83	4677.27
2	สโลวาเกีย	2081.14	2181.79	2801.10	3586.79	4504.59	6012.78	7693.35	9674.68	7522.13	8914.79	11333.31
3	สหรัฐอเมริกา	706.14	653.75	672.15	826.62	1053.56	1122.60	1262.34	1378.42	969.64	1410.65	1680.59
4	เยอรมนี	12948.84	14746.35	18455.38	21550.41	23353.20	27833.55	35420.32	40539.34	30563.28	35048.79	41200.39
5	อิตาลี	1893.49	2027.70	2829.43	3356.38	3579.14	4138.57	5301.59	5924.33	4125.26	4660.70	5704.23
6	สเปน	657.84	749.04	963.05	1085.49	1233.21	1500.28	1888.63	2208.00	1825.33	2282.34	2247.45
7	โปแลนด์	1428.41	1646.71	2183.73	3224.86	4071.67	6145.84	7778.89	9728.19	8013.35	9558.45	11627.02
8	ออสเตรีย	1907.57	2106.71	2735.22	3397.14	3607.19	4248.36	5532.15	7046.60	5204.52	6006.38	6731.78
9	ฮังการี	552.11	652.26	885.97	1322.03	1914.45	2557.80	3607.83	4317.20	2719.17	3296.11	4153.14
10	ไทย	45.90	68.27	96.18	146.69	249.98	354.86	560.68	606.84	853.72	1136.09	941.55
	รวม 10 ประเทศ	24173.69	26854.61	34073.23	41416.85	46787.94	57851.94	73667.62	86375.54	65310.88	76193.13	90296.72
	อื่นๆ	9139.34	11625.41	14679.00	27522.81	31188.47	37201.38	49108.91	60838.17	47857.22	56896.84	71982.94
	รวมทั้งโลก	33313.03	38480.02	48752.23	68939.66	77976.41	95053.32	122776.53	147213.71	113168.1	133089.97	162279.66

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.26 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เม็กซิโก	32185064	88306980	106253714	143605940	158161911	125615831	127453404	134838890	46764008	44606526	68644661
2	แคนาดา	892486	7590095	8776463	7554644	9961803	15003091	22669571	26988922	9776986	7261499	7217356
3	ญี่ปุ่น	9745301	11480609	6209307	2922526	1791976	722345	1908484	1395654	753861	1558773	2165417
4	เยอรมนี	1146818	1320181	2839351	4251519	3360388	6204534	6886881	2919388	251065	620940	1556865
5	อิตาลี	20384	27585	168934	114925	18905	488076	451334	3992613	94304	29557	3324339
6	เกาหลีใต้	9369114	11310837	11394572	16804332	22284465	26759000	27762146	9894997	3054250	264170	28323
7	สาธารณรัฐเช็ก	388529	855131	2147492	1668840	862354	622806	1262264	2004729	4308440	4884686	5542165
8	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	1046414	785529	51252	117438	7904090	19167268	10325284	20777314	30023614	34647468
9	แอฟริกาใต้	na	na	na	102571	104028	2635	4292	na	na	520	32256
10	ไทย	1279	30351	3375	994	1590	235398	342854	9	53104	58871	113847
	รวม 10 ประเทศ	53748975	121968183	138578737	177077543	196664858	183557806	207908498	192360486	85833332	89309156	123272697
	อื่นๆ	765685	639796	798679	854209	1215181	923263	1528390	5609302	3484773	27336347	36379059
	รวมทั้งโลก	54514660	122607979	139377416	177931752	197880039	184481069	209436888	197969788	89318105	116645503	159651756

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.27 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เม็กซิโก	140296.46	142638.58	146335.25	165446.31	183562.78	211871.41	223201.52	234553.02	184878.93	238522.04	274712.35
2	แคนาดา	227259.02	219910.18	233459.43	268055.77	302372.96	316641.14	331715.99	354747.27	237710.85	290460.13	333752.16
3	ญี่ปุ่น	121153.06	118914.27	115907.73	127102.40	134207.51	145472.53	143663.75	137306.03	93624.17	118674.82	126074.81
4	เยอรมนี	60032.33	63915.34	69007.14	79673.30	84304.72	94491.72	98840.05	104641.66	75461.93	86023.58	101428.37
5	อิตาลี	23390.48	24362.40	24785.72	27663.71	29594.16	30732.01	33123.35	33715.76	23770.24	26739.56	31698.23
6	เกาหลีใต้	31210.80	32780.19	34219.40	42849.19	41342.58	43183.50	45766.10	46376.61	37649.85	49816.06	56203.00
7	สาธารณรัฐเช็ก	947.73	1103.12	1191.51	1566.49	2067.79	2178.04	2356.31	2526.69	1755.95	2280.37	3114.43
8	สาธารณรัฐประชาชนจีน	54276.60	69959.40	92510.15	124973.45	162938.72	203516.39	232761.33	252326.56	220705.80	283183.65	324300.30
9	แอฟริกาใต้	2626.20	2429.19	3331.80	4663.84	4919.88	6043.33	7488.32	8176.17	5048.88	7136.71	8302.98
10	ไทย	13192.94	13439.93	13638.89	15438.35	16915.03	19608.86	20595.89	20285.67	16594.12	20204.73	21638.67
	รวม 10 ประเทศ	674385.62	689452.61	734387.00	857432.83	962226.13	1073738.93	1139512.61	1194655.44	897200.72	1123041.67	1281225.30
	อื่นๆ	54714.70	3650.58	304271.54	347606.12	387566.25	450033.82	8686.11	92786.56	158842.24	155221.56	199326.82
	รวมทั้งโลก	729100.32	693103.19	1038658.54	1205038.94	1349792.38	1523772.75	1148198.72	1287442	1056042.96	1278263.23	1480552.12

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.28 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเยอรมนี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เนเธอร์แลนด์	12244440	11965071	12519826	6066561	766412	5013622	10556475	7901914	358264	342523	173485
2	ฝรั่งเศส	739923	1144406	1153473	1478602	1762359	3095956	19110436	27248474	33284469	29437747	25403765
3	สเปน	7487957	8163661	8291358	7072730	1339106	3016052	1381072	956587	848600	1348435	3975680
4	สหราชอาณาจักร	55008310	54947903	58955799	47213960	14859048	117556024	6786881	847966	1160062	2186419	3344539
5	อิตาลี	8676914	9463090	9801781	10223251	6503119	14028346	28279433	26535644	3428976	4878636	4710328
6	เกาหลีใต้	505473	306798	614218	669420	204917	231591	644174	678361	183176	380089	269721
7	สาธารณรัฐเช็ก	3107964	2291834	4901092	41146900	188933048	216033712	248348257	251166202	205401146	220827544	269052919
8	เบลเยียม	1879531	2741936	3658142	5831532	37054951	56930350	64918003	67712041	1183244	1750825	1623060
9	โปแลนด์	1722899	2191384	9569869	8530686	18056074	20515106	25619088	28707329	17999609	26537353	37952275
10	ไทย	na	829	684	571	635	2900	128326	3470	na	na	515
	รวม 10 ประเทศ	91373411	93216912	109466242	128234213	269479669	330623659	405772145	411757988	263847546	287689571	336506287
	อื่นๆ	4717612	3514298	3768106	2855542	3319769	11843496	8145346	16851700	7271324	10701531	10673060
	รวมทั้งโลก	96091023	96731210	113234348	131089755	272799438	342467155	413917491	428609688	271118870	298391102	347179347

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.29 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดเยอรมนี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	เนเธอร์แลนด์	57979.90	59519.78	73071.60	88947.37	99903.609	116564.38	132408.95	145762.91	112948.45	133069.41	157902.32
2	ฝรั่งเศส	48089.73	49696.61	60121.24	67892.09	68075.388	77005.71	85469.33	96772.53	74865.42	83494.97	97347.12
3	สเปน	13788.62	14457.13	18661.40	21242.17	21933.363	23342.02	27260.58	29740.05	25693.59	27152.77	30122.68
4	สหราชอาณาจักร	32995.57	32463.16	33282.93	39493.38	41613.744	49910.02	48985.69	52868.46	36396.86	41176.62	50216.03
5	อิตาลี	35680.20	34976.95	41924.95	47897.45	48851.472	54846.98	64390.21	69237.90	51179.63	57932.98	68409.54
6	เกาหลีใต้	4321.77	4287.21	5603.33	8334.23	10303.964	10056.21	11542.53	10522.71	8820.86	10702.18	9507.67
7	สาธารณรัฐจีน	12729.07	14002.65	18037.31	25355.51	26259.048	30321.14	37700.40	44447.20	36377.28	42812.54	52015.02
8	เบลเยียม	34508.85	40302.21	49818.91	60524.75	64716.19	72042.51	83954.07	93482.65	71803.55	76011.33	86770.27
9	โปแลนด์	12385.23	13305.91	17385.07	22351.19	25182.524	30102.16	36324.65	42812.96	35712.84	41730.40	48890.91
10	ไทย	1561.90	1527.18	1794.30	1793.34	1978.8499	2335.48	3081.16	3199.97	2615.14	3302.56	3725.50
	รวม 10 ประเทศ	254040.84	264538.80	319701.05	383831.49	408818.15	466526.62	531117.56	588847.34	456413.62	517385.76	604907.07
	อื่นๆ	317353.44	351733.09	432578.26	525464.92	561065.71	642656.00	791347.15	860125.82	664225.71	741765.42	867520.36
	รวมทั้งโลก	571394.28	616271.89	752279.31	909296.41	969883.86	1109182.62	1322464.71	1448973.16	1120639.33	1259151.18	1472427.43

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.30 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดเม็กซิโก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	33287030	40518925	59119424	46194262	37241743	46147532	44313699	22826400	12247491	14171230	24817065
2	เยอรมนี	193179	221620	157633	773058	163414	215538	2490550	4973881	474597	47474	86431
3	สเปน	2567309	1389524	1327366	439121	760697	68670	na	na	na	909855	282173
4	บราซิล	63025	73723	160005	220786	426256	948120	1568139	3404055	1894434	3576907	1534002
5	แคนาดา	na	na	na	na	7174	48093	na	na	2472	na	9298
6	สวีเดน	2452	130	na	na	na	55407	138080	546	na	na	na
7	สาธารณรัฐเช็ก	na	na	7407	na	na	1404	na	22442	na	na	na
8	ญี่ปุ่น	na	7659	na	na	na	4104	3986	na	31056	4795	6954
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	na	341	801	76864	319474	327427	567939	484373	1088739
10	ไทย	na	na	na	20	na	13391	na	na	1819	394	na
	รวม 10 ประเทศ	36112995	42211581	60771835	47627588	38600085	47579123	48833928	31554751	15219808	19195028	27824662
	อื่นๆ	1358129	828598	3085809	1838204	1090380	477613	483313	612069	192784	188952	816556
	รวมทั้งโลก	37471124	43040179	63857644	49465792	39690465	48056736	49317241	32166820	15412592	19383980	28641218

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.31 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดเม็กซิโก ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	101296.49	97470.27	97411.79	110731.28	120247.58	133721.71	135918.14	151220.06	128892.14	163473.03	197543.67
2	เยอรมนี	4748.23	4949.87	5456.62	6030.04	7203.14	7791.93	8837.91	10032.42	7115.55	9036.74	10491.96
3	สเปน	1767.91	2183.63	2446.52	2792.94	3230.06	3738.65	4295.67	4085.64	3393.68	3645.97	4083.22
4	บราซิล	1868.26	2342.35	2741.32	3947.58	4063.57	4440.38	4260.44	4281.32	2675.89	3715.47	3959.71
5	แคนาดา	1777.71	1539.04	1588.39	2396.19	2786.87	3859.35	4634.37	5491.83	4238.48	4863.28	5532.85
6	สวีเดน	595.28	343.52	696.61	760.68	683.39	685.61	683.11	893.22	584.48	792.62	832.14
7	สาธารณรัฐเช็ก	29.10	28.50	51.62	96.30	128.77	172.39	192.84	242.69	208.36	287.28	344.29
8	ญี่ปุ่น	4088.23	3769.95	3642.20	5195.27	6884.68	9269.65	10250.12	9955.30	6832.67	9579.93	10238.30
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	1795.88	2864.44	3267.79	4977.51	5536.83	8824.23	11706.63	13849.12	12301.92	17874.25	23981.28
10	ไทย	425.78	498.78	411.74	459.28	465.45	641.99	913.69	887.09	725.38	967.21	1263.72
	รวม 10 ประเทศ	118392.87	115990.36	117714.61	137387.07	151230.32	173145.90	181692.92	200938.70	166968.54	214235.78	258271.15
	อื่นๆ	40050.01	44772.31	47145.72	50611.48	63002.57	76851.27	90265.47	91727.10	62652.82	83994.69	91296.80
	รวมทั้งโลก	158442.88	160762.67	164860.33	187998.55	214232.89	249997.17	271958.39	292665.8	229621.36	298230.47	349567.95

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.32 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	523978	760592	177553	370895	710438	465018	53143	271753	335930	527453	742550
2	เยอรมนี	6067657	26258610	36258501	36417726	41851876	43118168	60490618	60052798	43950045	46347764	57859597
3	สเปน	215791	244575	281492	368187	322011	320143	339767	252423	317908	199149	3375642
4	ฝรั่งเศส	95189	34450	512904	1820261	2478894	2167558	13264086	14626454	6440435	1612193	1992664
5	อิตาลี	997588	1523585	2203104	3434766	3234372	4216618	2152712	1950153	1536548	1333278	1652050
6	เบลเยียม	1184979	2584643	2073475	5350199	3660564	1151287	902180	574984	248650	162520	241485
7	เนเธอร์แลนด์	1457189	2513190	1210678	156558	789999	803185	2327029	2740100	165399	758937	66047
8	อินโดนีเซีย	336522	1478150	942480	724350	793582	314756	243328	1354872	782952	866472	748267
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	na	22410	12755	na	22842	321390	1540214	342449	5709313	11927288
10	ไทย	na	na	na	383	17195	4518	7027	13640	2839	na	46150
	รวม 10 ประเทศ	10878893	35397795	43682597	48656080	53858931	52584093	80101280	83377391	54123155	57517085	78651740
	อื่นๆ	2928979	4014268	2148869	1339600	1190398	1365280	919541	725046	3999185	18804320	12148013
	รวมทั้งโลก	13807872	39412063	45831466	49995680	55049329	53949373	81020821	84102437	58122340	76321405	90799753

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.33 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสหราชอาณาจักร ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	40714.24	33204.70	33827.93	35901.66	38568.08	45410.11	49981.49	53599.07	45703.60	48413.54	55963.53
2	เยอรมนี	46579.43	50266.32	61907.62	73133.59	72520.14	79737.78	94483.70	94335.42	73943.39	77296.52	89039.17
3	สเปน	10485.22	12125.22	14590.97	16481.17	16205.02	17025.40	19583.78	20064.08	14425.19	16002.52	18895.75
4	ฝรั่งเศส	31371.27	32631.26	36945.14	42359.71	38566.30	41117.83	45444.05	47020.79	33369.42	34801.69	38955.00
5	อิตาลี	16425.55	17677.21	21072.65	24896.39	24417.05	25216.14	28972.66	28356.16	20720.76	23097.73	24141.30
6	เบลเยียม	19145.17	20739.57	23255.77	26557.74	27301.07	28831.54	32643.89	34186.04	26629.76	28654.66	33168.33
7	เนเธอร์แลนด์	24023.44	25836.40	29159.62	35928.99	36774.22	41264.52	50033.92	51522.74	37330.11	40740.14	46789.60
8	อินโดนีเซีย	1383.10	1252.40	1135.85	1295.26	1291.48	1432.39	1454.16	1546.86	1459.35	1693.16	1719.72
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	6780.84	8058.57	10827.80	14975.48	18983.09	24158.46	31653.89	36078.93	31266.93	38776.35	44113.00
10	ไทย	2321.43	2385.78	2582.62	3018.71	2781.17	3427.29	3807.18	3969.60	3225.12	3659.99	3847.75
	รวม 10 ประเทศ	199229.69	204177.43	235305.96	274548.71	277407.63	307621.46	358058.74	370679.69	288073.63	313136.31	356633.14
	อื่นๆ	73404.17	75394.31	70257.40	72814.97	106104.50	140402.16	81375.07	90165.52	65253.02	92402.38	116215.90
	รวมทั้งโลก	272633.86	279571.74	305563.36	347363.68	383512.13	448023.62	439433.81	460845.21	353326.65	405538.69	472849.04

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.34 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดอิตาลี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	484984	na	43662	82688	113617	126108	236970	141669	10000	102920	33170
2	เยอรมนี	205978	217118	113922	160156	212728	200222	699658	905633	1246474	1016952	837640
3	สเปน	353464	252749	324219	694796	522991	83299	382285	762265	216654	161667	148238
4	ฝรั่งเศส	420523	166027	189251	253272	130418	291114	299298	280311	254675	221038	503936
5	สาธารณรัฐเช็ก	1857152	2258782	2682997	4875146	6984087	5108388	4285248	3290546	4441354	5593172	4913895
6	สหราชอาณาจักร	5369858	2460932	1174736	568912	508836	2261877	2433132	1051378	139875	2168450	2306182
7	เนเธอร์แลนด์	1619450	864611	1245232	613562	349575	107338	174187	263592	120075	108744	24338
8	ญี่ปุ่น	855351	770697	432215	21221	37949	57186	23698	14208	12467	na	35102
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	50790	1400	17563	248807	658006	686478	1183247	760653	1494403	1451842
10	ไทย	na	1702	na	na	na	882	30830	414	4126	10484	na
	รวม 10 ประเทศ	11166760	7043408	6207634	7287316	9109008	8894420	9251784	7893263	7206353	10877830	10254343
	อื่นๆ	1742764	2159984	4715467	6691884	2574006	2889864	2230907	821089	663838	732313	434029
	รวมทั้งโลก	12909524	9203392	10923101	13979200	11683014	11784284	11482691	8714352	7870191	11610143	10688372

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.35 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดอิตาลี ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	9915.63	10056.78	10560.57	10684.74	11524.33	12546.04	14149.62	15460.84	12268.01	14219.25	15991.31
2	เยอรมนี	41561.97	44085.61	53802.86	62844.71	65202.36	72577.23	86744.81	90745.34	70045.22	77294.51	85969.87
3	สเปน	10468.29	11848.42	15176.92	16495.51	16122.61	18250.61	22551.11	22816.28	19301.21	22863.34	23398.84
4	ฝรั่งเศส	27272.56	29762.10	36317.00	40535.74	40304.44	44026.35	49772.82	52832.17	38734.36	41729.03	48137.90
5	สาธารณรัฐเช็ก	1352.33	1553.98	2160.09	2932.89	3282.91	4395.42	6017.60	6784.99	4960.05	5853.07	6665.01
6	สหราชอาณาจักร	11778.01	12631.31	13881.76	15318.88	15908.07	17362.28	18211.87	17342.28	12568.48	13219.14	15590.62
7	เนเธอร์แลนด์	13641.04	14532.67	17488.30	21179.10	22582.20	23013.81	26751.85	28828.57	22336.73	24542.51	26836.70
8	ญี่ปุ่น	4818.76	4480.95	5496.13	6466.11	5749.65	6420.54	6718.70	6809.48	4797.58	5573.04	5317.83
9	สาธารณรัฐประชาชนจีน	3998.33	4827.64	6661.48	9225.99	11694.99	15975.43	21177.41	26608.31	20246.22	31135.98	33707.62
10	ไทย	672.20	698.78	952.48	1331.19	1244.72	1499.33	1972.30	1989.56	1309.11	1707.17	1847.71
	รวม 10 ประเทศ	125479.12	134478.24	162497.60	187014.86	193616.27	216067.04	254068.08	270217.81	206566.97	238137.02	263463.42
	อื่นๆ	118722.09	120116.42	137555.76	166506.97	179073.08	201262.04	246286.17	274313.52	200270.97	209038.70	259950.00
	รวมทั้งโลก	244201.21	254594.66	300053.36	353521.83	372689.35	417329.08	500354.25	544531.33	406837.94	447175.72	523413.42

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.36 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดฝรั่งเศส ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	45360	93934	767243	112027	100022	221264	300910	515227	333909	236145	218026
2	เยอรมนี	774746	884091	569243	931491	716069	1525636	5088272	5889432	2175370	5794689	10250558
3	สเปน	621691	974282	1500120	2883733	2837815	3766163	3955275	3219630	1728995	2612865	4441600
4	อิตาลี	3741075	3219237	4297459	6189119	4019991	4899106	8472507	19647550	4203632	3905546	5243717
5	สาธารณรัฐเช็ก	707748	1229478	2514010	6600478	4653209	2826565	4613708	3887620	4000485	6460098	23058871
6	สหราชอาณาจักร	12049027	8842339	10399242	9637610	6808152	10235125	9469608	4253001	40765075	35595544	20775019
7	เนเธอร์แลนด์	849580	281128	538237	345850	248869	264701	294867	404273	228507	189054	65489
8	เบลเยียม	634633	376542	397351	2608490	2482643	930963	1256033	1008258	838058	2150410	803549
9	โปแลนด์	1982320	2222942	15528985	5800701	2465	115407	480667	261786	1431273	2600301	4054312
10	ไทย	na	na	na	6993	5658	11351	13086	17240	3487	965	na
	รวม 10 ประเทศ	21406180	18123973	36511890	35116492	21874893	24796281	33944933	39104017	55708791	59545617	68911141
	อื่นๆ	760327	1210042	1567373	2885826	1828584	2023164	3726046	4510584	2693046	2615084	2373874
	รวมทั้งโลก	22166507	19334015	38079263	38002318	23703477	26819445	37670979	43614601	58401837	62160701	71285015

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.37 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดฝรั่งเศส ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	19864.48	19016.16	17053.03	20917.75	22258.63	23511.82	26675.97	28840.10	26493.01	26968.50	27844.32
2	เยอรมนี	61499.13	64138.35	77317.38	91384.61	96492.11	104991.89	123929.32	137182.48	112801.02	118365.71	140627.26
3	สเปน	22679.32	23898.18	30002.57	35397.57	37053.07	40013.31	47621.56	51892.34	43994.11	47083.69	52870.07
4	อิตาลี	29890.73	30942.47	37099.16	43465.60	45584.11	48780.42	57153.41	60869.51	46903.54	51807.67	60409.69
5	สาธารณรัฐเช็ก	1429.14	1792.67	2305.58	3121.93	3838.48	5211.12	6674.23	8002.72	6469.01	7072.77	8849.29
6	สหราชอาณาจักร	26779.64	27798.81	30267.22	33861.43	35990.82	52981.34	35882.02	34806.35	25755.54	28372.43	33717.34
7	เนเธอร์แลนด์	23162.31	24752.24	29550.18	34955.95	37799.84	39104.55	45667.66	52657.72	43228.13	48818.49	56180.53
8	เบลเยียม	33094.66	35290.20	44149.42	52527.19	57787.37	61631.68	71840.53	82523.73	65507.32	67871.08	78321.80
9	โปแลนด์	1949.28	2484.60	3296.19	4510.35	5547.29	6908.17	8548.41	10613.97	9492.23	10814.43	11481.74
10	ไทย	830.53	818.46	950.20	1195.13	1283.39	1428.90	1763.60	1888.82	1539.33	1760.39	1863.66
	รวม 10 ประเทศ	221179.21	230932.13	271990.92	321337.51	343635.09	384563.19	425756.73	469277.74	382183.25	408935.16	472165.68
	อื่นๆ	102042.15	100645.54	120483.88	130554.61	119332.52	111311.93	134209.30	147631.10	102393.62	57448.60	84348.16
	รวมทั้งโลก	323221.36	331577.67	392474.8	451892.12	462967.61	495875.12	559966.03	616908.84	484576.87	466383.76	556513.84

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.38 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	460542	3161891	563968	314561	418694	513422	508008	739161	627124	1659863	1657709
2	เยอรมนี	25358	3910657	11149953	2646886	4827315	13092162	10423806	2041671	3649820	14157743	20018309
3	สเปน	96499	123230	469324	na	na	101093	308140	526412	258922	377870	na
4	อิตาลี	42721	59661	na	na	18729	41870	71842	na	1669	69730	10379
5	สาธารณรัฐเช็ก	9755	na	na	na	576439	1074333	8711977	7952425	3393699	3533749	415191
6	ญี่ปุ่น	1532498	796074	38550	53250	434755	1068775	1922392	3094040	3538222	3144322	3850009
7	เนเธอร์แลนด์	na	na	na	na	na	241942	5154	88801	na	10571	1288
8	เกาหลีใต้	75715	320994	257779	335776	1201125	1084930	3631857	943826	359812	47058	44120
9	อินโดนีเซีย	na	564854	95404	300860	na	70982	na	na	na	na	na
10	ไทย	na	na	113	11932	429	10590	6553	138	96163	69644	37358
	รวม 10 ประเทศ	2243088	8937361	12575091	3663265	7477486	17300099	25589729	15386474	11925431	23070550	26034363
	อื่นๆ	52487	53829	961294	278952	374889	877273	922198	1975188	423760	1098968	18656
	รวมทั้งโลก	2295575	8991190	13536385	3942217	7852375	18177372	16511927	17361662	12349191	24169518	26053019

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.39 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	19182.33	22127.79	28367.94	34427.77	41192.01	53673.01	62936.89	69732.84	69496.68	91880.61	103878.55
2	เยอรมนี	10757.71	13777.17	20558.70	25858.22	26051.54	33808.18	40455.01	50057.09	52201.30	71057.06	89925.85
3	สเปน	566.60	746.99	1241.04	1438.02	1888.02	2154.39	2900.65	3157.69	2744.60	3478.35	4716.90
4	อิตาลี	2894.16	3783.54	4307.12	5444.64	5646.02	7088.61	8605.11	9433.46	9218.35	11355.15	13884.76
5	สาธารณรัฐเช็ก	80.57	150.91	243.55	274.55	298.32	400.89	698.76	808.90	843.28	1213.78	1666.57
6	ญี่ปุ่น	30941.05	40001.62	57474.16	73971.71	79948.16	92721.70	109279.17	124952.16	109576.58	149678.99	162013.14
7	เนเธอร์แลนด์	1025.99	1416.62	1788.58	2829.28	3082.17	4054.18	5018.39	5761.88	6445.83	7091.04	9303.47
8	เกาหลีใต้	18190.19	23753.59	35109.72	49763.18	61914.98	69459.18	81985.18	91388.90	86703.25	116837.83	134204.93
9	อินโดนีเซีย	2200.67	2902.95	3802.53	4604.73	6662.35	8343.57	9675.51	11636.50	11499.33	15692.61	22941.00
10	ไทย	2850.34	3544.12	5692.84	7085.44	9104.39	11797.11	15917.50	16215.78	16059.39	21470.92	27132.19
	รวม 10 ประเทศ	88689.62	112205.30	158586.18	205697.54	235787.96	283500.83	337472.18	383145.21	364788.57	489756.34	569667.37
	อื่นๆ	177713.48	213436.77	279886.38	387949.63	526538.80	685822.79	880683.30	1045723.98	837258.80	1088687.86	1329613.32
	รวมทั้งโลก	266403.1	325642.07	438472.56	593647.17	762326.76	969323.62	1218155.48	1428869.19	1202047.37	1578444.2	1899280.69

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.40 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดนอร์เวย์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	109336	104810	112438	11222	5500	24732	97668	218983	82306	298183	273984
2	เยอรมนี	1412758	1396925	884510	959600	942141	893862	1243499	1594754	3393699	3533749	3904106
3	สหราชอาณาจักร	17929023	25422978	31422926	38328109	24618972	28723467	24204988	19879641	8212559	8767736	9932818
4	อิตาลี	243143	361641	475777	863110	869790	1163817	448978	394407	113277	173425	346177
5	สาธารณรัฐเช็ก	6280214	5774022	10597516	6715787	3571553	989857	2276854	6308020	4536392	2801661	2906817
6	ญี่ปุ่น	13827834	14992472	10114934	9381720	6843211	6758006	8751259	6949524	1889395	4295844	424895
7	เบลเยียม	1344409	1147404	1123364	1860597	538683	724726	582213	564484	444055	759350	884872
8	สาธารณรัฐประชาชนจีน	na	500	54766	na	36397	25825	27353	164682	151170	25566	158588
9	สิงคโปร์	18801	na	na	na	2805	na	103451	10253	na	34059	na
10	ไทย	659	na	na	na	10439	604	na	176530	257694	na	272
รวม 10 ประเทศ		41166177	49200752	54786231	58120145	37439491	39304896	37736263	36261278	19080547	20689573	22650529
อื่นๆ		1124309	403957	449824	1184454	490424	663270	512420	512420	174110	384511	1160346
รวมทั้งโลก		42290486	49604709	55236055	59304599	37929915	39968166	38248683	36773698	19254657	21074084	23810875

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.41 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	19484.69	18310.70	20695.01	24139.70	26467.74	30959.58	32836.96	39719.48	32241.52	34939.19	42826.97
2	เยอรมนี	34238.72	36668.19	45469.14	55132.34	58141.59	66572.10	82378.33	92932.83	72730.32	81784.75	93570.75
3	สหราชอาณาจักร	20435.88	20686.28	21649.16	21868.49	22944.46	30405.09	29982.19	35997.76	27325.93	31605.20	36313.44
4	อิตาลี	6463.58	6524.22	7186.66	8283.44	8976.65	9964.64	11789.18	12728.52	9866.61	11032.34	12599.74
5	สาธารณรัฐเช็ก	932.91	1498.64	2011.93	3192.98	2841.78	3403.07	4590.95	5767.23	4387.87	4894.20	5670.70
6	ญี่ปุ่น	11481.84	10594.41	11758.99	13397.15	13139.43	14719.16	18547.44	21077.02	13512.55	16352.07	17932.43
7	เบลเยียม	23190.25	25207.87	29951.93	35989.50	39081.86	43789.32	51201.60	57868.45	44011.59	48675.60	57949.31
8	สาธารณรัฐประชาชนจีน	7283.24	9070.18	13500.31	18517.46	25876.10	30843.16	41410.54	45921.16	36688.92	49711.08	59482.03
9	สิงคโปร์	4031.14	4301.94	4619.35	5440.96	5481.57	5435.88	5731.74	7230.31	4958.78	6175.46	7559.83
10	ไทย	2023.27	1885.59	2370.41	2583.85	2741.75	3265.31	4075.76	4187.67	3110.87	3643.13	4523.60
	รวม 10 ประเทศ	129565.52	134748.02	159212.89	188545.86	205692.94	239357.32	282544.68	323430.43	248834.96	288813.03	338428.80
	อื่นๆ	101293.25	109386.67	136953.57	168886.31	200112.75	224642.25	269244.73	315072.64	249668.40	285848.62	321622.57
	รวมทั้งโลก	230858.77	244134.69	296166.46	357432.17	405805.69	463999.57	551789.41	638503.07	498503.36	574661.65	660051.37

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.42 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปตลาดสเปน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : เหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	27266	25618	55824	196346	339422	1991250	1910148	1252611	200180	1191194	1294690
2	เยอรมนี	688192	1064166	218655	361395	386873	485820	3419919	705164	329521	538343	759603
3	สหราชอาณาจักร	1295	15046	160480	252962	225394	293522	831456	145858	60867	612227	473847
4	อิตาลี	4137736	2494340	5099813	5197650	4950427	6380374	12529192	10495478	1083879	1416659	1265903
5	สาธารณรัฐจีน	3413393	3743662	2176248	3755925	2984184	5142860	3964310	2619282	1328401	3258153	3286608
6	ฝรั่งเศส	434947	383294	529591	1150944	1313711	1255598	1157028	492922	323805	1203411	13521639
7	เนเธอร์แลนด์	1433303	1006176	919463	1853212	889346	861297	818894	333714	119890	90756	266602
8	เบลเยียม	na	500	54766	na	36397	25825	27353	164682	151170	25566	158588
9	โปรตุเกส	1318536	2317	1509291	1865928	6826069	32280750	34077787	2942826	3948716	6165901	9772115
10	ไทย	na	na	na	na	107	1406	441	na	na	25	na
	รวม 10 ประเทศ	11946719	8887398	10801267	14816520	18092705	48933530	59027884	19181710	7544713	14544075	30678626
	อื่นๆ	1433584	1647452	1942010	1956186	879087	519957	733885	539996	356050	570625	1361561
	รวมทั้งโลก	13380303	10534850	12743277	16772706	18971792	49453487	59761769	19721706	7900763	15114700	32040187

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.43 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดไปตลาดสเปน ในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

ลำดับที่	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.										
		2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	สหรัฐอเมริกา	5755.95	5297.87	5929.86	6542.62	6839.12	7401.17	9766.11	12189.82	8716.93	10177.96	10651.44
2	เยอรมนี	24561.76	27554.88	36230.75	44434.58	48547.69	51575.48	64433.33	63040.31	43558.94	45424.65	48559.09
3	สหราชอาณาจักร	11624.40	12561.92	14341.92	16572.70	19261.79	22779.37	19771.72	18673.68	13141.89	14089.48	14260.28
4	อิตาลี	14990.14	16254.66	21270.15	25451.82	27673.28	30438.95	37197.27	35497.02	23086.53	25774.42	27440.17
5	สาธารณรัฐเช็ก	596.98	767.44	1025.39	1493.18	1989.55	2554.34	3240.35	3338.78	2693.17	3169.59	3454.02
6	ฝรั่งเศส	28566.93	29791.21	37608.75	42771.56	44618.05	47606.15	51920.38	50466.95	36884.41	38734.27	43238.18
7	เนเธอร์แลนด์	7699.93	8633.42	11013.07	13980.89	16291.09	16505.66	19551.74	21390.05	16731.22	18972.87	19025.16
8	เบลเยียม	7343.52	7830.74	10122.96	11933.47	12540.26	13423.06	15609.29	15572.53	12143.09	12188.69	12706.86
9	โปรตุเกส	4647.29	5449.38	7571.73	8897.85	9848.61	12693.87	14997.47	16072.90	12043.17	12897.51	14589.61
10	ไทย	524.05	438.80	617.65	876.36	919.03	1092.29	1388.78	1349.39	791.14	1121.07	1118.50
	รวม 10 ประเทศ	106310.96	114580.31	145732.24	172955.03	188528.47	206070.32	237876.43	237591.43	169790.50	182550.51	195043.31
	อื่นๆ	10293.04	10940.02	10572.38	9626.18	3997.31	7694.93	15567.56	44803.18	57669.64	71925.47	101550.46
	รวมทั้งโลก	116604.00	125520.32	156304.62	182581.21	192525.78	213765.25	253443.99	282394.61	227460.13	254475.98	296593.77

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.44 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกในช่วงปี พ.ศ.2544-2554

(หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	มูลค่า
2544	5666074.12
2545	5980180.06
2546	6964836.60
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	6203696.93
2547	8440294.82
2548	9465440.31
2549	10869430.24
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2547-2549	9591721.79
2550	12576382.83
2551	14273374.43
2552	11375777.60
2553	13859158.71
2554	15730446.89
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	13563028.09

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.45 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของโลกไปยังตลาดคู่ค้าที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.)

ปีพ.ศ.	ไทย	ออสเตรเลีย	สิงคโปร์	แอฟริกาใต้	ญี่ปุ่น	อินเดีย	อินโดนีเซีย	สหพันธรัฐ			สาธารณรัฐ			
								มาเลเซีย	บราซิล	ตุรกี	อาร์เจนตินา	ชิลี	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี
2544	0.6329	1.8172	2.6749	0.1337	86.7289	0.0623	5.3128	3.2513	11.7057	0.0261	8.6869	22.1090	243.5134	37.4396
2545	1.2556	2.8680	1.9670	0.2736	67.7730	0.0877	7.2879	3.7567	13.7322	0.0191	5.6000	19.7664	232.0670	68.7383
2546	2.3613	4.1078	2.7584	0.5165	59.0565	0.0855	7.6759	2.8504	14.2972	0.0478	0.6012	29.8496	215.8508	68.4511
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-														
2546	1.4166	2.9310	2.4668	0.3079	71.1861	0.0785	6.7589	3.2861	13.2450	0.0310	4.9627	23.9083	230.4771	58.2097
2547	10.3445	3.3756	2.5578	0.3157	49.1043	0.5619	8.1414	0.9957	32.4682	0.1598	0.4039	104.4395	209.1881	71.1321
2548	12.7897	5.2906	2.8200	0.6516	36.0803	1.8032	4.3135	2.2207	23.2495	0.4461	0.4310	251.6081	196.1365	117.0578
2549	18.7900	4.1931	3.5687	0.5447	30.2788	0.0342	3.4058	2.1341	13.0141	0.8456	0.3323	315.9816	171.6715	175.9081
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-														
2549	13.9747	4.2864	2.9822	0.5040	38.4878	0.7998	5.2869	1.7835	22.9106	0.4838	0.3891	224.0097	192.3320	121.3660
2550	21.9104	8.3885	2.8170	2.0600	35.1160	0.2100	6.0599	8.0688	14.8273	6.9224	0.2377	353.9081	183.6728	241.8561
2551	24.7914	6.5242	7.3594	1.2929	29.4040	0.0670	8.3865	5.4900	11.2810	16.8133	1.1189	335.7201	130.5273	225.2969
2552	39.3690	1.1422	3.7495	1.0658	17.1848	0.1935	7.5345	2.9160	6.6488	10.1195	1.6615	265.1018	115.3572	135.8350
2553	50.0701	1.5593	2.8644	3.3077	27.9322	0.2550	7.4178	12.7209	8.4019	18.2788	2.5246	310.2895	142.4162	184.3721
2554	46.3451	1.3003	3.8456	3.6794	23.3835	0.0000	5.8419	8.9045	8.7733	20.3804	1.7960	394.4113	144.6497	274.5756
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-														
2554	36.4972	3.7829	4.1272	2.2811	26.6041	0.1451	7.0481	7.6200	9.9865	14.5029	1.4678	331.8862	143.3246	212.3871

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.45(ต่อ) มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดของโลกไปยังตลาดคู่ค้าที่สำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ											รวมทั้งหมด
	เม็กซิโก	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	จีน	ฝรั่งเศส	เนเธอร์แลนด์	ฮ่องกง	ฟิลิปปินส์	สเปน	รวม	อื่นๆ	
2544	33.5867	91.4434	22.6387	5.8867	11.8219	40.2696	3.7593	0.0000	15.8952	649.3962	43.5094	692.9057
2545	89.0975	96.8360	21.8843	4.9988	17.2588	31.9240	5.9304	0.0000	15.4195	708.5420	49.9683	758.5102
2546	106.8468	119.8063	31.9523	5.5428	38.6457	45.9468	4.7455	2.9852	15.7370	780.7185	112.5995	893.3180
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	76.5103	102.6952	25.4918	5.4761	22.5755	39.3801	4.8117	0.9951	15.6839	712.8856	68.6924	781.5780
2547	146.3710	123.7980	37.9327	8.1897	59.5454	28.6763	3.5422	0.0000	17.7765	919.0205	138.6741	1057.6947
2548	161.6294	68.0478	32.5994	10.6169	28.5429	13.2383	0.4903	0.0000	14.0467	984.1102	154.5532	1138.6634
2549	129.4236	61.7550	58.2354	25.1390	20.5143	21.2232	0.5529	0.0000	23.7869	1081.3328	212.6914	1294.0242
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2547-2549	145.8080	84.5336	42.9225	14.6485	36.2008	21.0460	1.5285	0.0000	18.5367	994.8212	168.6396	1163.4607
2550	133.9183	55.0806	87.0396	43.5416	57.6440	34.2584	1.3478	0.0000	38.4936	1337.3788	223.7190	1561.0978
2551	141.6660	53.8488	105.1550	48.6687	71.1786	29.5567	0.2424	0.0000	30.4597	1284.8490	208.2086	1493.0576
2552	48.5364	67.6293	32.3735	69.5566	56.5918	13.7118	0.0682	0.0000	25.8055	922.1522	237.0410	1159.1933
2553	47.3386	71.0609	45.7229	105.3692	52.0771	9.9159	0.1997	0.0000	26.6044	1130.6992	315.7053	1446.4045
2554	73.5218	63.8588	66.7725	133.9620	63.9768	9.9380	0.1269	0.0000	52.4477	1402.4910	398.1222	1800.6131
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	88.9962	62.2957	67.4127	80.2196	60.2937	19.4762	0.3970	0.0000	34.7622	1215.5140	276.5592	1492.0732

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.46 มูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศชนิดของโลกลดโดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ออสเตรเลีย	สิงคโปร์	แอฟริกาใต้	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	เบลเยียม	ตุรกี	อาร์เจนตินา	สาธารณรัฐเช็ก	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี
2544	9.7263	16.9547	0.3885	21.4416	2.0888	79.1542	1.8904	4.0456	4.1725	67.6765	171.0320
2545	8.0936	7.5093	1.0142	41.1423	2.1009	77.5863	1.3568	0.4356	0.0000	98.4857	104.0975
2546	8.2257	9.5295	1.3116	33.6707	1.1895	65.5101	3.6080	3.8505	0.0000	132.5677	99.0346
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	8.6819	11.3311	0.9048	32.0849	1.7931	74.0835	2.2851	2.7772	1.3908	99.5767	124.7214
2547	8.1586	6.8791	0.3388	30.0545	4.0596	108.3759	5.5875	6.7130	0.0000	134.3668	97.6587
2548	8.1853	11.1266	2.1892	23.0166	5.8314	141.7915	3.6180	9.5178	13.1268	145.4887	166.0900
2549	8.9565	6.7329	12.6313	20.6530	5.0525	174.9755	1.9525	9.1245	15.6529	116.5655	222.0870
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	8.4335	8.2462	5.0531	24.5747	4.9812	141.7143	3.7193	8.4518	9.5932	132.1403	161.9452
2550	12.4880	9.3294	14.9703	5.1705	1.1383	184.1745	11.2559	11.2278	22.0393	100.0033	247.2781
2551	11.8769	7.6954	13.7133	4.0896	5.9351	158.2686	14.0197	11.0271	16.9993	116.8417	252.5175
2552	19.0527	4.3931	12.2403	2.6549	6.4194	99.2990	4.0525	3.8148	49.9471	41.9554	271.4261
2553	25.3131	3.9591	9.0340	5.9427	14.9468	129.2071	9.8355	12.4075	77.1049	82.6872	274.1535
2554	35.9894	4.4396	5.6101	4.2204	10.0141	160.6550	19.6010	22.7565	111.9576	118.3027	282.8387
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	20.9440	5.9633	11.1136	4.4156	7.6907	146.3208	11.7529	12.2468	55.6096	85.3719	265.6428

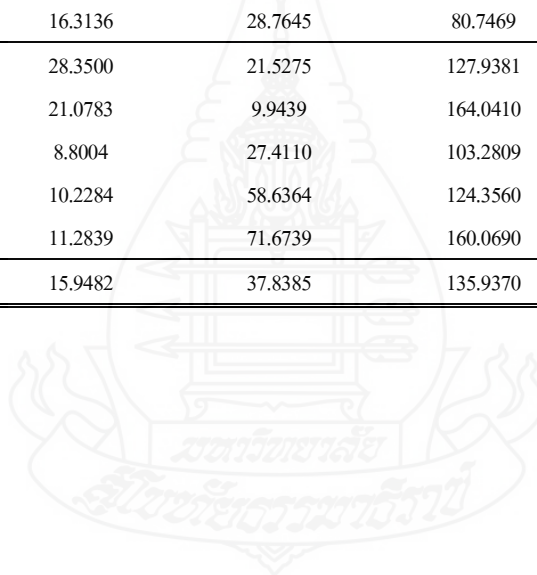
ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.46 (ต่อ) มูลค่าการนำเข้าเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของโลกโดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี/พ.ศ.	เม็กซิโก	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	สาธารณรัฐประชาชนจีน	ฝรั่งเศส	เนเธอร์แลนด์	ฮ่องกง	ฟิลิปปินส์	สเปน	โลก
2544	25.1750	7.2449	22.3061	5.9649	5.6585	37.9107	9.0352	0.7191	13.4161	813.8145
2545	19.9445	20.9377	16.2384	9.1229	27.6359	35.4324	10.3818	0.4156	12.8799	819.2352
2546	20.3218	42.9926	16.1511	33.5277	50.4775	41.4792	9.0526	0.9039	16.1685	914.4095
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	21.8138	23.7250	18.2318	16.2051	27.9240	38.2741	9.4899	0.6796	14.1548	849.1531
2547	21.0418	40.2147	17.6739	32.2556	71.9573	29.6569	10.4868	0.4358	19.2598	1027.1170
2548	34.1003	20.1081	13.4380	5.4273	75.3575	16.2403	2.4948	0.4277	13.5201	1105.0488
2549	56.9497	39.0985	17.8290	48.6107	94.9257	17.9469	2.9043	0.0603	26.3984	1284.7010
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	37.3639	33.1404	16.3136	28.7645	80.7469	21.2814	5.2953	0.3079	19.7261	1138.9556
2550	118.1104	48.7457	28.3500	21.5275	127.9381	22.8967	3.3216	0.2043	19.4045	1550.5125
2551	127.3444	58.6184	21.0783	9.9439	164.0410	18.3663	2.6209	1.3309	12.2135	1528.8293
2552	81.0038	49.9404	8.8004	27.4110	103.2809	7.3506	1.1415	0.3506	6.7683	1238.7200
2553	62.9016	78.8920	10.2284	58.6364	124.3560	9.3103	0.9277	0.6598	13.8438	1547.4027
2554	57.3331	85.4544	11.2839	71.6739	160.0690	10.6934	1.2580	0.8430	18.9793	1814.7378
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	89.3387	64.3302	15.9482	37.8385	135.9370	13.7235	1.8539	0.6777	14.2419	1536.0405

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.47 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปยั้งประเทศออสเตรเลียปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหพันธรัฐมาเลเซีย	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน
2544	0.0000	0.0000	0.0412	0.0268	0.0494	5.4308	1.5277	0.0462	0.0000	0.0000
2545	0.0000	0.0000	0.0059	0.1313	0.0009	5.0639	2.0974	0.0823	0.0002	0.0000
2546	0.0004	0.0060	0.0412	0.0820	0.0053	4.7148	1.3184	0.0437	0.0084	0.0096
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0001	0.0020	0.0294	0.0800	0.0185	5.0698	1.6478	0.0574	0.0029	0.0032
2547	0.4296	0.0701	0.2419	0.8320	0.0057	1.5145	0.2413	0.0336	0.0260	0.5446
2548	0.1644	0.3192	0.3232	1.5879	0.0039	0.0982	0.4096	0.0012	0.0512	0.2597
2549	0.4878	2.9426	0.4316	1.3482	0.0159	0.0151	1.0821	0.0925	0.0265	0.3432
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.3606	1.1106	0.3322	1.2560	0.0085	0.5426	0.5777	0.0424	0.0346	0.3825
2550	0.1640	5.0089	0.4154	1.8799	0.0009	0.0243	1.0984	1.1674	0.2552	0.4250
2551	2.9868	4.8791	0.4258	5.5411	0.0012	0.0117	0.9522	0.5958	0.0004	0.1903
2552	14.8360	6.7156	0.1795	3.2893	0.0012	0.0000	0.3586	0.0592	0.0960	0.5617
2553	19.1406	9.7387	0.5703	4.1251	0.0056	0.0125	0.1355	0.4136	0.0316	0.4008
2554	14.9598	19.0578	0.1133	2.6034	0.0050	0.0296	0.2548	0.9666	0.5390	0.1169
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	10.4174	9.0800	0.3408	3.4878	0.0028	0.0156	0.5599	0.6405	0.1845	0.3944

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.48 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศแอฟริกาใต้ปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เยอรมนี	แคนาดา	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	ออสเตรเลีย
2544	0.0000	0.0000	0.4257	0.0000	0.0076	0.0448	0.0016	0.2973	0.0033	0.0094
2545	0.0000	0.0000	0.9464	0.0179	0.0072	0.0000	0.0034	0.1116	0.0000	0.0069
2546	0.0000	0.0180	0.9152	0.4229	0.0392	0.0000	0.0054	0.0000	0.0090	0.0042
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	0.0060	0.7624	0.1469	0.0180	0.0149	0.0035	0.1363	0.0041	0.0068
2547	0.0007	0.0007	1.6526	0.0019	0.1053	0.2821	0.0021	0.1007	0.0110	0.0105
2548	0.6568	0.0008	2.1387	0.0000	0.0467	0.2286	0.0132	0.0026	0.0673	0.0000
2549	2.6234	0.0071	3.0608	0.1542	0.0047	0.1956	0.7221	0.0732	0.0000	0.1051
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	1.0936	0.0029	2.2840	0.0520	0.0522	0.2354	0.2458	0.0588	0.0261	0.0385
2550	5.5269	0.2337	3.3875	0.2510	0.0760	0.0058	0.0023	0.3238	0.0054	0.2786
2551	4.6107	0.5828	10.1006	0.0855	0.0939	0.0803	0.1918	0.4155	0.0000	0.5940
2552	3.3495	1.5799	10.0539	0.0000	0.0265	0.0337	0.0055	0.0266	0.0683	0.1663
2553	5.9472	0.9186	9.8970	0.1597	0.0958	0.0031	0.0026	0.0312	0.0003	0.1539
2554	7.1304	0.3093	11.2961	0.8062	0.0814	0.0140	0.0132	0.0619	0.0027	0.0417
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	5.3129	0.7249	8.9470	0.2605	0.0747	0.0274	0.0431	0.1718	0.0153	0.2982

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.49 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ ประชาชน							สาธารณรัฐ		
	ไทย	จีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	สวีเดน	อิตาลี	เช็ก	เนเธอร์แลนด์
2544	0.0000	0.0010	0.0051	8.9900	0.1923	0.0735	0.0400	0.1456	0.0000	0.0835
2545	0.0060	0.0218	0.0049	6.0160	4.3936	0.0859	0.0182	0.0022	0.0000	0.0026
2546	0.1321	0.0005	0.1017	7.5401	5.6464	0.0674	0.0005	0.3357	0.0000	0.0013
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0461	0.0078	0.0372	7.5154	3.4108	0.0756	0.0196	0.1612	0.0000	0.0291
2547	1.9043	0.0154	0.0787	3.3540	0.3000	0.0108	0.0151	0.0182	0.1294	0.0016
2548	3.1955	0.0632	0.0082	9.2159	0.1329	0.0000	0.0000	0.0545	0.0175	0.1054
2549	3.7763	1.6819	0.3192	9.9635	0.0000	0.0007	0.0035	0.0027	0.0412	0.0199
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	2.9587	0.5868	0.1354	7.5111	0.1443	0.0038	0.0062	0.0251	0.0627	0.0423
2550	3.2272	1.6162	0.1785	1.5059	0.0193	0.0013	0.0134	0.0316	0.0121	0.0036
2551	2.3502	0.0453	0.0924	0.8822	0.0000	0.0006	0.0101	0.0365	0.0000	0.0144
2552	3.4827	0.9845	0.1707	0.2027	0.0081	0.0005	0.0016	0.0020	0.0083	0.0000
2553	4.0816	3.6503	0.1106	0.6366	0.0005	0.0050	0.0003	0.0647	0.0168	0.0000
2554	4.1572	1.8457	0.0692	0.5140	0.0006	0.0078	0.0000	0.1522	0.0001	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	3.4598	1.6284	0.1243	0.7483	0.0057	0.0030	0.0051	0.0574	0.0074	0.0045

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.50 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศสิงคโปร์ปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ ประชาชน				สหพันธรัฐ					
	ไทย	จีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	อิตาลี	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้
2544	0.0596	0.0171	0.0289	16.3446	0.1583	0.0051	0.3223	0.0184	0.2972	0.3840
2545	0.3086	0.0001	0.0861	9.5174	0.0528	0.0237	0.1676	0.0491	0.0781	0.0757
2546	1.0772	0.0388	0.2533	9.4788	0.0636	0.0116	0.0897	0.0535	0.2192	0.0372
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.4818	0.0187	0.1228	11.7803	0.0916	0.0134	0.1932	0.0403	0.1982	0.1656
2547	6.8016	0.0855	0.0927	7.1044	0.4404	0.0000	1.1340	0.1410	0.1315	0.9780
2548	6.6187	0.1431	0.0416	9.2556	0.7646	0.0364	1.4613	0.1955	0.0947	2.4088
2549	4.3938	0.1211	0.1735	5.4348	0.4937	0.0010	1.0717	0.2158	0.0910	1.1815
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	5.9380	0.1166	0.1026	7.2649	0.5662	0.0124	1.2223	0.1841	0.1057	1.5228
2550	0.0840	0.2666	0.0849	2.8443	0.3363	0.0147	2.6933	0.0491	0.1401	0.4258
2551	1.6802	0.1592	0.0819	4.0713	1.2214	0.0432	3.3533	0.1706	0.5778	0.3620
2552	2.0958	3.6586	0.0277	1.1003	0.1375	0.0079	1.6302	0.1389	0.0094	0.7964
2553	0.0700	0.6950	0.0707	0.6052	1.9594	0.0605	2.0879	0.0822	0.0171	0.6755
2554	0.0067	0.1508	0.0524	0.6844	3.9551	0.0175	2.0272	0.0234	0.0715	0.1763
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.7873	0.9860	0.0635	1.8611	1.5219	0.0288	2.3584	0.0929	0.1632	0.5649

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.51 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ ประชาชน									
	ไทย	จีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้	สิงคโปร์
2544	0.0018	0.0000	0.4586	0.0161	0.0000	0.2097	0.0467	0.0514	0.2586	0.0724
2545	0.0624	0.0093	0.4019	0.0042	0.0000	0.2219	0.2110	0.0195	0.2481	0.1549
2546	0.0003	0.0665	0.4692	0.0000	0.0000	0.3517	0.3697	0.0000	0.1102	0.1954
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0215	0.0253	0.4433	0.0068	0.0000	0.2611	0.2091	0.0236	0.2056	0.1409
2547	0.4498	0.0376	0.8106	0.0114	0.0000	0.3247	0.2279	0.0306	0.0676	0.4511
2548	0.3351	0.1037	0.8870	0.0000	0.0090	0.0621	0.0869	0.0000	0.7608	0.3037
2549	0.0339	0.4378	0.4298	0.0229	0.0000	0.0433	0.1361	0.0354	0.7741	0.5454
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.2729	0.1930	0.7092	0.0114	0.0030	0.1433	0.1503	0.0220	0.5342	0.4334
2550	0.3804	1.6306	0.4124	0.0122	0.0000	0.0127	0.2480	0.0000	0.3746	1.1002
2551	1.0174	1.4940	0.4501	0.0343	0.0000	0.0274	0.2971	0.0074	0.0675	0.7920
2552	1.5483	1.5385	0.7364	0.0148	0.0000	0.0230	0.7308	0.0044	0.4267	0.2833
2553	1.8061	5.6942	1.0099	1.2341	0.0079	1.2076	0.8548	0.0000	0.4145	0.3961
2554	1.0630	3.9838	1.4855	0.0471	0.0138	2.4267	1.2068	0.0424	0.4988	0.4663
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	1.1630	2.8682	0.8189	0.2685	0.0043	0.7395	0.6675	0.0108	0.3564	0.6429

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.52 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศเบลเยียมปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ไทย						สหราชอาณาจักร		สาธารณรัฐโปแลนด์		สาธารณรัฐเช็ก		สเปน
	ไทย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	เนเธอร์แลนด์	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สหราชอาณาจักร	โปแลนด์	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน			
2544	0.4393	0.2684	5.4640	2.1463	0.0406	6.6659	0.1726	0.0004	0.4655	0.1009			
2545	0.4157	0.3083	2.2850	3.4993	0.0028	5.9429	0.0333	0.0018	0.8048	0.1580			
2546	0.3388	0.9431	2.2467	9.7661	0.0590	3.7968	0.0459	0.0164	0.5831	0.1447			
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.3979	0.5066	3.3319	5.1372	0.0341	5.4686	0.0839	0.0062	0.6178	0.1345			
2547	0.0955	0.4354	3.0744	12.0299	0.0408	2.2704	0.0853	0.0180	1.3506	0.1228			
2548	0.4221	0.2418	23.6232	10.1306	0.0095	1.1463	0.0958	0.2983	1.4951	0.0616			
2549	0.4855	0.2987	37.3371	6.7377	0.0123	0.5804	2.0471	0.1303	15.1762	1.3892			
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.3344	0.3253	21.3449	9.6327	0.0209	1.3324	0.7427	0.1489	6.0073	0.5246			
2550	1.9842	13.9545	40.0070	7.3008	0.0225	0.5042	3.5313	0.0265	2.9182	6.4716			
2551	0.1555	17.8001	37.4381	5.6462	0.0294	0.2968	3.3580	0.0525	1.6523	2.0505			
2552	0.0416	11.0340	27.4800	3.0206	0.0041	0.3387	0.6582	0.0538	2.1441	4.9073			
2553	0.0511	5.9652	40.8166	2.8722	0.0031	0.2616	0.7928	0.0957	8.0076	0.0198			
2554	0.1206	0.3670	63.6706	2.6752	0.0103	0.4104	1.2106	0.1845	12.8754	0.0439			
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.4706	9.8241	41.8824	4.3030	0.0139	0.3623	1.9102	0.0826	5.5195	3.3623			

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.53 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศอาร์เจนตินาปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ					สาธารณรัฐ				
	ไทย	ประชาชนจีน	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เม็กซิโก	อิตาลี	เช็ก	เกาหลีใต้	สเปน	บราซิล
2544	0.0000	0.0000	0.7771	0.0303	0.0237	0.0519	0.0000	0.0000	0.0140	1.1535
2545	0.0000	0.0000	0.0039	0.0302	0.0002	0.1873	0.0000	0.0000	0.0065	0.1824
2546	0.0000	0.0000	0.0000	0.0189	0.0001	0.0582	0.0000	0.0000	0.0000	1.3562
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	0.0000	0.2603	0.0264	0.0080	0.0991	0.0000	0.0000	0.0068	0.8974
2547	0.0000	0.0000	0.0287	0.1249	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	2.8815
2548	0.0003	0.0000	0.0754	0.1341	0.0056	0.0000	0.0000	0.0044	0.0000	3.2455
2549	0.0007	0.0000	0.0090	1.0651	0.0000	0.0000	0.0000	0.0070	0.0000	3.0166
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0003	0.0000	0.0377	0.4414	0.0019	0.0000	0.0000	0.0038	0.0000	3.0479
2550	0.0001	0.0032	0.8303	0.8924	0.0057	0.0000	0.0000	0.0712	1.0834	4.7014
2551	0.3635	0.0023	0.0189	0.4213	0.0000	0.0859	0.0000	0.0000	0.0000	5.6978
2552	0.9126	0.0000	0.0108	0.0058	0.0002	0.8911	0.0926	0.0325	0.0000	1.1161
2553	1.4144	0.4797	0.0031	1.0561	0.0000	2.5355	0.0114	0.0741	0.0435	3.0702
2554	1.5752	1.2564	0.0906	6.5814	0.0266	4.0325	0.0000	0.0108	0.0000	6.0825
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.8532	0.3483	0.1907	1.7914	0.0065	1.5090	0.0208	0.0377	0.2254	3.6464

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.54 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศตุรกีปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ				สหราชอาณาจักร					
	ไทย	ประชาชนจีน	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	อิตาลี	ญี่ปุ่น	สเปน	อินเดีย	โรมาเนีย
2544	0.0233	0.0000	0.0671	0.0000	0.4638	0.0000	1.2926	0.0000	0.0000	0.0000
2545	0.0000	0.0000	0.1213	0.0129	0.3180	0.1676	0.0892	0.0000	0.0875	0.0000
2546	0.0000	0.0000	0.2009	0.0000	6.6522	0.0000	4.1903	0.0129	1.6730	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0078	0.0000	0.1298	0.0043	2.4780	0.0559	1.8574	0.0043	0.5868	0.0000
2547	0.0000	0.0000	0.0412	0.0134	14.5340	0.0046	6.8945	0.1123	1.4583	0.5741
2548	0.5682	0.0000	0.0372	0.0227	10.8715	0.0000	3.4950	0.1137	0.9692	1.8603
2549	1.5143	0.0055	0.0561	0.0000	0.2330	0.5544	1.6899	0.0256	0.5381	25.0584
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.6942	0.0018	0.0449	0.0120	8.5462	0.1863	4.0265	0.0838	0.9885	9.1643
2550	1.0653	0.4301	0.1447	0.1196	0.4595	0.4839	1.2005	0.7263	1.4675	31.6218
2551	0.4704	2.9878	0.2137	0.2392	0.3991	0.2432	0.0000	5.0848	2.2084	36.5451
2552	0.2409	0.3381	0.2679	0.0453	0.3459	1.1277	0.0000	2.1819	1.1235	33.7874
2553	0.0000	1.8732	1.9660	0.0421	1.6724	0.0636	0.0000	0.1986	1.5410	34.1843
2554	0.0000	6.4860	4.0816	0.0000	2.1185	0.2260	0.0000	0.0782	1.7122	35.4100
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.3553	2.4230	1.3348	0.0892	0.9991	0.4289	0.2401	1.6540	1.6105	34.0346

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.55 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศฟิลิปปินส์ปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	สาธารณรัฐ									
	ไทย	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ประชาชนจีน	ฮ่องกง	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	ไต้หวัน	สิงคโปร์
2544	0.0018	1.9509	0.0010	0.0658	0.0000	0.0000	0.2674	0.0000	0.0000	0.0729
2545	0.1725	1.3389	0.0086	0.1012	0.0755	0.0000	0.0000	0.0034	0.0022	0.0427
2546	0.5218	0.9638	0.0579	0.0234	0.0014	0.0000	0.5717	0.0000	0.0272	0.0964
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.2320	1.4179	0.0225	0.0635	0.0256	0.0000	0.2797	0.0011	0.0098	0.0707
2547	0.3629	0.5761	0.0141	0.0272	0.0107	0.0000	0.5771	0.0028	0.0000	0.0139
2548	0.2557	0.8963	0.0219	0.0202	0.0000	0.0073	0.3657	0.0000	0.0000	0.0215
2549	0.0028	0.2754	0.0801	0.1914	0.0000	0.0000	0.7046	0.0000	0.0707	0.0222
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.2071	0.5826	0.0387	0.0796	0.0036	0.0024	0.5491	0.0009	0.0236	0.0192
2550	0.0048	0.9756	0.1369	0.1633	0.0061	0.0000	0.9272	0.0000	0.3777	0.1641
2551	0.0010	0.8501	0.0102	0.4451	0.0000	0.0000	0.8154	0.0086	0.4152	0.3764
2552	0.0021	0.8328	0.0260	0.3770	0.0000	0.0049	1.6083	0.0000	0.2961	0.0000
2553	0.0026	0.7867	0.6072	2.2466	0.0000	0.1265	0.6487	0.0000	0.3843	0.0000
2554	0.0012	0.3879	0.8773	0.8375	0.0000	0.0000	0.6678	0.0000	0.3257	0.0017
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0023	0.7666	0.3315	0.8139	0.0012	0.0263	0.9335	0.0017	0.3598	0.1351

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.56 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศฮ่องกงปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สิงคโปร์	สาธารณรัฐ		สหพันธรัฐ			เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ไต้หวัน	อินโดนีเซีย
			ประชาชนจีน	เกาหลีใต้	มาเลเซีย	ญี่ปุ่น					
2544	0.0003	0.4074	5.3825	0.7650	0.0061	12.8714	0.0020	0.1064	0.0308	3.2801	
2545	0.0002	0.1009	2.7864	0.3928	0.3241	5.9460	0.0131	0.0068	0.0000	4.3503	
2546	0.1278	0.1328	3.5924	0.5672	0.2898	5.3593	0.0158	0.1888	0.0001	5.0571	
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0427	0.2137	3.9204	0.5750	0.2067	8.0589	0.0103	0.1006	0.0103	4.2292	
2547	0.1160	0.1294	5.7813	0.0707	0.0019	6.3573	0.0000	0.0225	0.0043	4.4796	
2548	0.0086	0.3239	8.2383	0.3263	0.0212	0.6856	0.0000	0.0000	0.1341	0.0997	
2549	0.0150	0.4028	4.5580	0.0391	0.0000	0.6558	0.0048	0.0502	0.0837	0.1766	
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0465	0.2854	6.1925	0.1454	0.0077	2.5662	0.0016	0.0242	0.0741	1.5853	
2550	0.0120	0.3475	5.0142	0.0021	0.0315	0.6107	0.0223	0.0000	0.0178	0.0318	
2551	0.1239	0.7040	6.9405	0.0009	0.0672	0.7143	0.0107	0.0000	0.0258	0.0485	
2552	0.6765	0.2759	5.3185	0.0003	0.0450	0.2004	0.0041	0.1434	0.0000	0.0000	
2553	0.1150	0.1913	5.9652	0.0000	0.1141	0.0289	0.0150	0.0329	0.0000	0.0413	
2554	0.0024	0.6560	0.4484	0.0000	0.0324	0.0559	0.0355	0.1813	0.0415	0.0006	
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.1860	0.4349	4.7374	0.0007	0.0580	0.3221	0.0175	0.0715	0.0170	0.0304	

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก.57 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปยั้งประเทศสาธารณรัฐเช็กปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี/พ.ศ.	ไทย	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	สโลวาเกีย	อิตาลี	สเปน	โปแลนด์	ออสเตรเลีย	ฮังการี
2544	0.0000	0.1851	0.0000	0.0216	0.1360	0.1436	0.9235	0.0060	0.0712	0.0006
2545	0.0000	0.0711	0.0000	0.0650	0.5895	0.3368	0.0132	0.0066	0.2403	0.0003
2546	0.0000	0.5258	0.0000	0.0576	1.0081	0.8793	0.0161	0.0004	1.0874	0.0003
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	0.2607	0.0000	0.0481	0.5779	0.4533	0.3176	0.0043	0.4663	0.0004
2547	0.0000	2.4222	0.0000	0.1136	1.3920	0.9729	0.0152	0.0000	1.9806	0.0108
2548	0.0000	2.6867	0.0000	0.0361	1.1848	1.7303	0.0536	0.0000	0.5343	0.0005
2549	0.0000	3.3403	0.1035	0.1531	0.9719	2.1942	5.9059	0.0146	0.7039	0.0029
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0000	2.8164	0.0345	0.1009	1.1829	1.6325	1.9916	0.0049	1.0729	0.0047
2550	0.0036	5.4994	0.1527	0.5007	0.8559	3.1116	8.8536	0.0068	0.4224	0.0150
2551	0.0704	0.3697	0.0000	0.5808	7.4080	3.7780	0.5694	0.0127	0.4269	0.0103
2552	0.0001	0.2703	0.1378	0.4956	54.1796	2.1762	2.6573	0.2877	0.4116	0.0157
2553	0.0171	0.3082	0.1456	0.5962	80.5045	2.7356	2.0242	1.1892	0.5250	0.0139
2554	0.0196	0.2683	0.1720	0.7484	109.8362	3.9761	2.0824	1.5038	0.3475	9.1480
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0222	1.3432	0.1216	0.5843	50.5569	3.1555	3.2374	0.6000	0.4267	0.0137

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.58 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปยั้งประเทศสหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	เม็กซิโก	แคนาดา	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สาธารณรัฐประชาชนจีน	แอฟริกาใต้
2544	0.0013	32.1851	0.8925	1.1468	9.7453	9.3691	0.0204	0.3885	0.0000	0.0000
2545	0.0304	88.3070	7.5901	1.3202	11.4806	11.3108	0.0276	0.8551	1.0464	0.0000
2546	0.0034	106.2537	8.7765	2.8394	6.2093	11.3946	0.1689	2.1475	0.7855	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0117	75.5819	5.7530	1.7688	9.1451	10.6915	0.0723	1.1304	0.6106	0.0000
2547	0.0010	143.6059	7.5546	4.2515	2.9225	16.8043	0.1149	1.6688	0.0513	0.1026
2548	0.0016	158.1619	9.9618	3.3604	1.7920	22.2845	0.0189	0.8624	0.1174	0.1040
2549	0.2354	125.6158	15.0031	6.2045	0.7223	26.7590	0.4881	0.6228	7.9041	0.0026
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0793	142.4612	10.8398	4.6055	1.8123	21.9493	0.2073	1.0513	2.6909	0.0697
2550	0.3429	127.4534	22.6696	6.8869	1.9085	27.7621	0.4513	1.2623	19.1673	0.0043
2551	0.0000	134.8389	26.9889	2.9194	1.3957	9.8950	3.9926	2.0047	10.3253	0.0000
2552	0.0531	46.7640	9.7770	0.2511	0.7539	3.0543	0.0943	4.3084	20.7773	0.0000
2553	0.0589	44.6065	7.2615	0.6209	1.5588	0.2642	0.0296	4.8847	30.0236	0.0005
2554	0.1138	68.6447	7.2174	1.5569	2.1654	0.0283	3.3243	5.5422	34.6475	0.0323
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.1137	84.4615	14.7829	2.4470	1.5564	8.2008	1.5784	3.6005	22.9882	0.0012

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.59 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศรถยนต์ไปยังประเทศเยอรมันปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	สหราชอาณาจักร	เบลเยียม	เกาหลีใต้	โปแลนด์
2544	0.0000	3.1080	12.2444	0.7399	7.4880	8.6769	55.0083	1.8795	0.5055	1.7229
2545	0.0008	2.2918	11.9651	1.1444	8.1637	9.4631	54.9479	2.7419	0.3068	2.1914
2546	0.0007	4.9011	12.5198	1.1535	8.2914	9.8018	58.9558	3.6581	0.6142	9.5699
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0005	3.4336	12.2431	1.0126	7.9810	9.3139	56.3040	2.7599	0.4755	4.4947
2547	0.0006	41.1469	6.0666	1.4786	7.0727	10.2233	47.2140	5.8315	0.6694	8.5307
2548	0.0006	188.9330	0.7664	1.7624	1.3391	6.5031	14.8590	37.0550	0.2049	18.0561
2549	0.0029	216.0337	5.0136	3.0960	3.0161	14.0283	11.7560	56.9304	0.2316	20.5151
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0014	148.7046	3.9489	2.1123	3.8093	10.2516	24.6097	33.2723	0.3686	15.7006
2550	0.1283	248.3483	10.5565	19.1104	1.3811	28.2794	6.7869	64.9180	0.6442	25.6191
2551	0.0035	251.1662	7.9019	27.2485	0.9566	26.5356	0.8480	67.7120	0.6784	28.7073
2552	0.0000	205.4011	0.3583	33.2845	0.8486	3.4290	1.1601	1.1832	0.1832	17.9996
2553	0.0000	220.8275	0.3425	29.4377	1.3484	4.8786	2.1864	1.7508	0.3801	26.5374
2554	0.0005	269.0529	0.1735	25.4038	3.9757	4.7103	3.3445	1.6231	0.2697	27.9523
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0265	238.9592	3.8665	26.8970	1.7021	13.5666	2.8652	27.4374	0.4311	24.7158

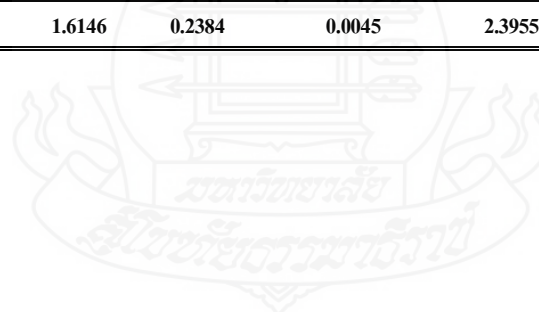
ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.60 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศเม็กซิโกปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี/พ.ศ.	ไทย	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	สเปน	สาธารณรัฐเช็ก	บราซิล	แคนาดา	สวีเดน	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐประชาชนจีน
2544	0.0000	33.2870	0.1932	2.5673	0.0000	0.0630	0.0000	0.0025	0.0000	0.0000
2545	0.0000	40.5189	0.2216	1.3895	0.0000	0.0737	0.0000	0.0001	0.0077	0.0000
2546	0.0000	59.1194	0.1576	1.3274	0.0074	0.1600	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	44.3085	0.1908	1.7614	0.0025	0.0989	0.0000	0.0009	0.0026	0.0000
2547	0.0000	46.1943	0.7731	0.4391	0.0000	0.2208	0.0000	0.0000	0.0000	0.0003
2548	0.0000	37.2417	0.1634	0.7607	0.0000	0.4263	0.0072	0.0000	0.0000	0.0008
2549	0.0134	46.1475	0.2155	0.0687	0.0014	0.9481	0.0481	0.0554	0.0041	0.0769
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0045	43.1945	0.3840	0.4228	0.0005	0.5317	0.0184	0.0185	0.0014	0.0260
2550	0.0000	44.3137	2.4906	0.0000	0.0000	1.5681	0.0000	0.1381	0.0040	0.3195
2551	0.0000	22.8264	4.9739	0.0000	0.0224	3.4041	0.0000	0.0005	0.0000	0.3274
2552	0.0018	12.2475	0.4746	0.0000	0.0000	1.8944	0.0025	0.0000	0.0311	0.5679
2553	0.0004	14.1712	0.0475	0.9099	0.0000	3.5769	0.0000	0.0000	0.0048	0.4844
2554	0.0000	24.8171	0.0864	0.2822	0.0000	1.5340	0.0093	0.0000	0.0070	1.0887
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0004	23.6752	1.6146	0.2384	0.0045	2.3955	0.0024	0.0277	0.0094	0.4248

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.61 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศสหราชอาณาจักรปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	เยอรมนี	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	สาธารณรัฐประชาชนจีน	อินโดนีเซีย
2544	0.0000	6.0677	0.0952	0.2158	0.9976	1.1850	0.5240	1.4572	0.0000	0.3365
2545	0.0000	26.2586	0.0345	0.2446	1.5236	2.5846	0.7606	2.5132	0.0000	1.4782
2546	0.0000	36.2585	0.5129	0.2815	2.2031	2.0735	0.1776	1.2107	0.0224	0.9425
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	22.8616	0.2142	0.2473	1.5748	1.9477	0.4874	1.7270	0.0075	0.9191
2547	0.0004	36.4177	1.8203	0.3682	3.4348	5.3502	0.3709	0.1566	0.0128	0.7244
2548	0.0172	41.8519	2.4789	0.3220	3.2344	3.6606	0.7104	0.7900	0.0000	0.7936
2549	0.0045	43.1182	2.1676	0.3201	4.2166	1.1513	0.4650	0.8032	0.0228	0.3148
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0074	40.4626	2.1556	0.3368	3.6286	3.3874	0.5155	0.5832	0.0119	0.6109
2550	0.0070	60.4906	13.2641	0.3398	2.1527	0.9022	0.0531	2.3270	0.3214	0.2433
2551	0.0136	60.0528	14.6265	0.2524	1.9502	0.5750	0.2718	2.7401	1.5402	1.3549
2552	0.0028	43.9500	6.4404	0.3179	1.5365	0.2487	0.3359	0.1654	0.3424	0.7830
2553	0.0000	46.3478	1.6122	0.1991	1.3333	0.1625	0.5275	0.7589	5.7093	0.8665
2554	0.0462	57.8596	1.9927	3.3756	1.6521	0.2415	0.7426	0.0660	11.9273	0.7483
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0139	53.7402	7.5872	0.8970	1.7249	0.4260	0.3862	1.2115	3.9681	0.8119

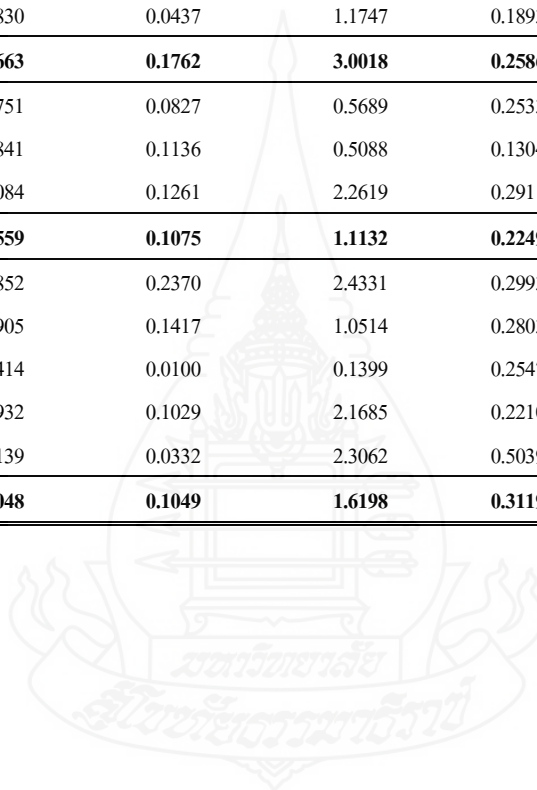
ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.62 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังประเทศอิตาลีปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี/พ.ศ.	ไทย	เยอรมนี	สาธารณรัฐเช็ก	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	สาธารณรัฐประชาชนจีน	เนเธอร์แลนด์	สเปน	ญี่ปุ่น
2544	0.0000	0.2060	1.8572	0.4850	5.3699	0.4205	0.0000	1.6195	0.3535	0.8554
2545	0.0017	0.2171	2.2588	0.0000	2.4609	0.1660	0.0508	0.8646	0.2527	0.7707
2546	0.0000	0.1139	2.6830	0.0437	1.1747	0.1893	0.0014	1.2452	0.3242	0.4322
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0006	0.1790	2.2663	0.1762	3.0018	0.2586	0.0174	1.2431	0.3101	0.6861
2547	0.0000	0.1602	4.8751	0.0827	0.5689	0.2533	0.0176	0.6136	0.6948	0.0212
2548	0.0000	0.2127	6.9841	0.1136	0.5088	0.1304	0.2488	0.3496	0.5230	0.0379
2549	0.0009	0.2002	5.1084	0.1261	2.2619	0.2911	0.6580	0.1073	0.0833	0.0572
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0003	0.1910	5.6559	0.1075	1.1132	0.2249	0.3081	0.3568	0.4337	0.0388
2550	0.0308	0.6997	4.2852	0.2370	2.4331	0.2993	0.6865	0.1742	0.3823	0.0237
2551	0.0004	0.9056	3.2905	0.1417	1.0514	0.2803	1.1832	0.2636	0.7623	0.0142
2552	0.0041	1.2465	4.4414	0.0100	0.1399	0.2547	0.7607	0.1201	0.2167	0.0125
2553	0.0105	1.0170	5.5932	0.1029	2.1685	0.2210	1.4944	0.1087	0.1617	0.0000
2554	0.0000	0.8376	4.9139	0.0332	2.3062	0.5039	1.4518	0.0243	0.1482	0.0351
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0092	0.9413	4.5048	0.1049	1.6198	0.3119	1.1153	0.1382	0.3342	0.0126

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.63 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปยั้งประเทศฝรั่งเศสปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	สาธารณรัฐเช็ก	สเปน	เยอรมนี	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	เนเธอร์แลนด์	โปแลนด์
2544	0.0000	12.0490	3.7411	0.7077	0.6217	0.7747	0.6346	0.0454	0.8496	1.9823
2545	0.0000	8.8423	3.2192	1.2295	0.9743	0.8841	0.3765	0.0939	0.2811	2.2229
2546	0.0000	10.3992	4.2975	2.5140	1.5001	0.5692	0.3974	0.7672	0.5382	15.5290
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	10.4302	3.7526	1.4837	1.0320	0.7427	0.4695	0.3022	0.5563	6.5781
2547	0.0070	9.6376	6.1891	6.6005	2.8837	0.9315	2.6085	0.1120	0.3459	5.8007
2548	0.0057	6.8082	4.0200	4.6532	2.8378	0.7161	2.4826	0.1000	0.2489	0.0025
2549	0.0114	10.2351	4.8991	2.8266	3.7662	1.5256	0.9310	0.2213	0.2647	0.1154
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0080	8.8936	5.0361	4.6934	3.1626	1.0577	2.0074	0.1444	0.2865	1.9729
2550	0.0131	9.4696	8.4725	4.6137	3.9553	5.0883	1.2560	0.3009	0.2949	0.4807
2551	0.0172	4.2530	19.6476	3.8876	3.2196	5.8894	1.0083	0.5152	0.4043	0.2618
2552	0.0035	40.7651	4.2036	4.0005	1.7290	2.1754	0.8381	0.3339	0.2285	1.4313
2553	0.0010	35.5955	3.9055	6.4601	2.6129	5.7947	2.1504	0.2361	0.1891	2.6003
2554	0.0000	20.7750	5.2437	23.0589	4.4416	10.2506	0.8035	0.2180	0.0655	4.0543
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0070	22.1716	8.2946	8.4042	3.1917	5.8397	1.2113	0.3208	0.2364	1.1935

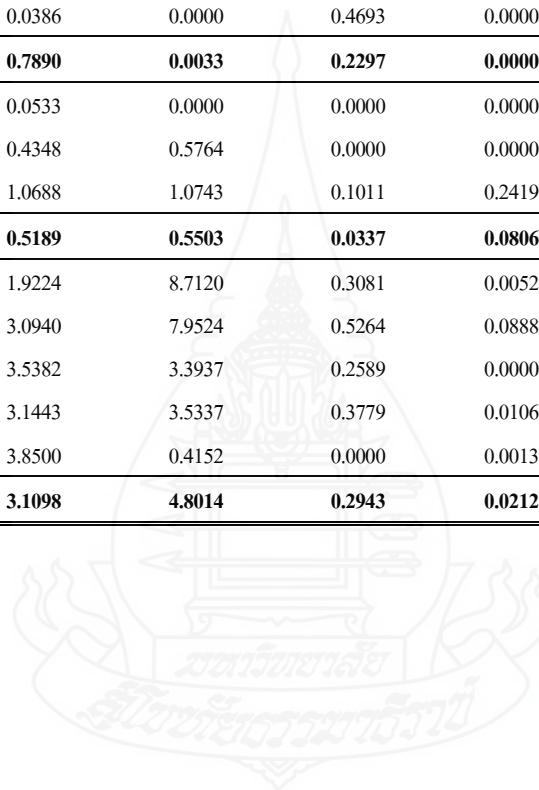
ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.64 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยนต์ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	เยอรมนี	ญี่ปุ่น	สาธารณรัฐจีน	สเปน	เนเธอร์แลนด์	สหรัฐอเมริกา	เกาหลีใต้	อิตาลี	อินโดนีเซีย
2544	0.0000	0.0254	1.5325	0.0098	0.0965	0.0000	0.4605	0.0757	0.0427	0.0000
2545	0.0000	3.9107	0.7961	0.0000	0.1232	0.0000	3.1619	0.3210	0.0597	0.5649
2546	0.0001	11.1500	0.0386	0.0000	0.4693	0.0000	0.5640	0.2578	0.0000	0.0954
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	5.0287	0.7890	0.0033	0.2297	0.0000	1.3955	0.2182	0.0341	0.2201
2547	0.0119	2.6469	0.0533	0.0000	0.0000	0.0000	0.3146	0.3358	0.0000	0.3009
2548	0.0004	4.8273	0.4348	0.5764	0.0000	0.0000	0.4187	1.2011	0.0187	0.0000
2549	0.0106	13.0922	1.0688	1.0743	0.1011	0.2419	0.5134	1.0849	0.0419	0.0710
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0077	6.8555	0.5189	0.5503	0.0337	0.0806	0.4156	0.8739	0.0202	0.1239
2550	0.0066	10.4238	1.9224	8.7120	0.3081	0.0052	0.5080	3.6319	0.0718	0.0000
2551	0.0001	2.0417	3.0940	7.9524	0.5264	0.0888	0.7392	0.9438	0.0000	0.0000
2552	0.0962	3.6498	3.5382	3.3937	0.2589	0.0000	0.6271	0.3598	0.0017	0.0000
2553	0.0696	14.1577	3.1443	3.5337	0.3779	0.0106	1.6599	0.0471	0.0697	0.0000
2554	0.0374	20.0183	3.8500	0.4152	0.0000	0.0013	1.6577	0.0441	0.0104	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0420	10.0583	3.1098	4.8014	0.2943	0.0212	1.0384	1.0053	0.0307	0.0000

ที่มา : Global Trade Atlas



ตารางภาคผนวกที่ ก.65 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	สาธารณรัฐเช็ก	เบลเยียม	สหรัฐอเมริกา	อิตาลี	สาธารณรัฐประชาชนจีน	สิงคโปร์
2544	0.0007	17.9290	13.8278	1.4128	6.2802	1.3444	0.1093	0.2431	0.0000	0.0188
2545	0.0000	25.4230	14.9925	1.3969	5.7740	1.1474	0.1048	0.3616	0.0005	0.0000
2546	0.0000	31.4229	10.1149	0.8845	10.5975	1.1234	0.1124	0.4758	0.0548	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0002	24.9250	12.9784	1.2314	7.5506	1.2051	0.1089	0.3602	0.0184	0.0063
2547	0.0000	38.3281	9.3817	0.9596	6.7158	1.8606	0.0112	0.8631	0.0000	0.0000
2548	0.0104	24.6190	6.8432	0.9421	3.5716	0.5387	0.0055	0.8698	0.0364	0.0028
2549	0.0006	28.7235	6.7580	0.8939	0.9899	0.7247	0.0247	1.1638	0.0258	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0037	30.5568	7.6610	0.9319	3.7591	1.0413	0.0138	0.9656	0.0207	0.0009
2550	0.0000	24.2050	8.7513	1.2435	2.2769	0.5822	0.0977	0.4490	0.0274	0.1035
2551	0.1765	19.8796	6.9495	1.5948	6.3080	0.5645	0.2190	0.3944	0.1647	0.0103
2552	0.2577	8.2126	1.8894	3.3937	4.5364	0.4441	0.0823	0.1133	0.1512	0.0000
2553	0.0000	8.7677	4.2958	3.5337	2.8017	0.7594	0.2982	0.1734	0.0256	0.0341
2554	0.0003	9.9328	4.2429	3.9041	2.9068	0.8849	0.2740	0.3462	0.1586	0.0000
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0869	14.1995	5.2258	2.7340	3.7659	0.6470	0.1942	0.2953	0.1055	0.0369

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางภาคผนวกที่ ก. 66 มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศชนิดไปย้งประเทศสเปนปี พ.ศ. 2544-2554 (หน่วย : ล้านเหรียญ สรอ.)

ปี พ.ศ.	ไทย	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	อิตาลี	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา	สาธารณรัฐเช็ก	เนเธอร์แลนด์	เบลเยียม	โปรตุเกส
2544	0.0000	0.0013	0.4349	4.1377	0.6882	0.0273	3.4134	0.4921	1.4333	1.3185
2545	0.0000	0.0150	0.3833	2.4943	1.0642	0.0256	3.7437	0.1528	1.0062	0.0023
2546	0.0000	0.1605	0.5296	5.0998	0.2187	0.0558	2.1762	0.1319	0.9195	1.5093
เฉลี่ยปี พ.ศ.2544-2546	0.0000	0.0589	0.4493	3.9106	0.6570	0.0362	3.1111	0.2589	1.1196	0.9434
2547	0.0000	0.2530	1.1509	5.1977	0.3614	0.1963	3.7559	0.1822	1.8532	1.8659
2548	0.0001	0.2254	1.3137	4.9504	0.3869	0.3394	2.9842	0.1772	0.8893	6.8261
2549	0.0014	0.2935	1.2556	6.3804	0.4858	1.9913	5.1429	0.2407	0.8613	32.2808
เฉลี่ยปี พ.ศ.2547-2549	0.0005	0.2573	1.2401	5.5095	0.4114	0.8423	3.9610	0.2000	1.2013	13.6576
2550	0.0004	0.8315	1.1570	12.5292	3.4199	1.9101	3.9643	0.3187	0.8189	34.0778
2551	0.0000	0.1459	0.4929	10.4955	0.7052	1.2526	2.6193	0.1939	0.3337	2.9428
2552	0.0000	0.0609	0.3238	1.0839	0.3295	0.2002	1.3284	0.1495	0.1199	3.9487
2553	0.0000	0.6122	1.2034	1.4167	0.5383	1.1912	3.2582	0.0674	0.0908	6.1659
2554	0.0000	0.4738	13.5216	1.2659	0.7596	1.2947	3.2866	0.0376	0.2666	9.7721
เฉลี่ยปี พ.ศ.2550-2554	0.0001	0.4249	3.3398	5.3582	1.1505	1.1698	2.8914	0.1534	0.3260	11.7838

ที่มา : Global Trade Atlas



ภาคผนวก ข

พิกัดอัตรามีศุลกากรสำหรับเครื่องปรับอากาศ



ตารางภาคผนวกที่ ข.1 พิกัดอัตราภาษีศุลกากรสำหรับเครื่องปรับอากาศ

ประเภท	ประเภท ย่อย	รายการ
84.15		เครื่องปรับอากาศที่ประกอบด้วยพัดลมซึ่งขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์และมีส่วนที่ใช้สำหรับเปลี่ยนอุณหภูมิและความชื้น รวมถึงเครื่องจักรดังกล่าวที่ไม่สามารถแยกควบคุมความชื้นต่างหากได้
	8415.100	แบบติดหน้าต่างหรือติดผนัง ที่มีส่วนประกอบสมบูรณ์ในตัว หรือเป็นระบบแยกส่วน
	8415.200	ชนิดที่ใช้สำหรับบุคคลในยานยนต์
	8415.810	มีหน่วยทำความเย็นและมีวาล์วสำหรับเปลี่ยนระหว่างวงจรความเย็นและวงจรความร้อนประกอบรวมอยู่ด้วย(รีเวอร์ซิเบิลฮีตปั๊ม)
	8415.820	อื่น ๆ มีหน่วยทำความเย็นประกอบรวมอยู่ด้วย
	8415.830	ไม่มีหน่วยทำความเย็นประกอบรวมอยู่ด้วย
	8415.900	ส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศที่ใช้กำลังไม่เกิน 21.10 กิโลวัตต์

ที่มา : พิกัดอัตราภาษีศุลกากร กรมศุลกากร ค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.customs.go.th>



ภาคผนวก ค
ระบบทำความเย็นของรถยนต์



วงจรการทำงานของเครื่องปรับอากาศในรถยนต์

เครื่องปรับอากาศในรถยนต์มีวงจรทำงาน 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ระบบวงจรน้ำยาสารทำความเย็น ซึ่งในเครื่องปรับอากาศรถยนต์ เป็นระบบทำงานแบบอัดแก๊ส

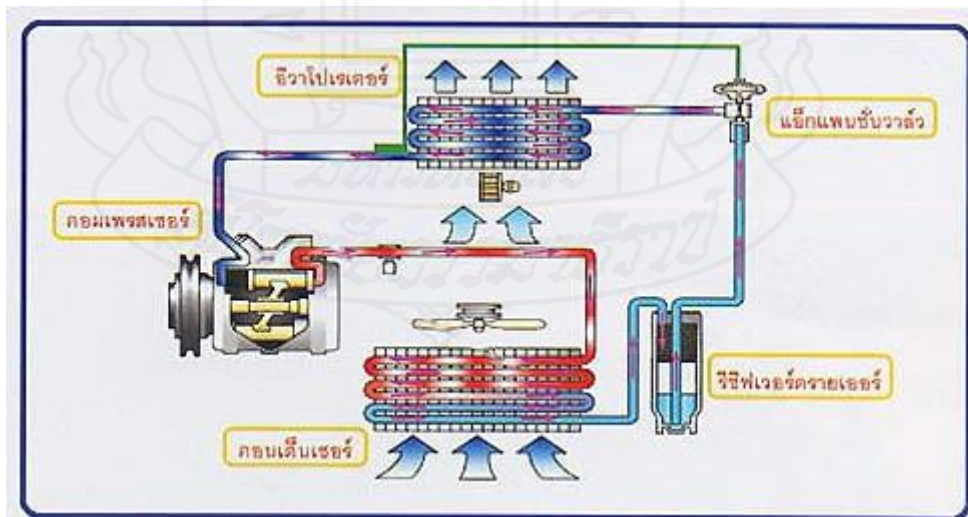
ส่วนที่ 2 ระบบวงจรไฟฟ้าควบคุมในเครื่องปรับอากาศ ส่วนประกอบต่างๆ มีดังนี้

1. คอมเพรสเซอร์ พร้อมครัชแม่เหล็ก
2. แผงระบายความร้อน
3. ชุดควบคุมการไหลของน้ำยา
 - 3.1 ถังเก็บน้ำยาเครื่องปรับอากาศ
 - 3.2 ท่อน้ำยาเครื่องปรับอากาศจากคอมเพรสเซอร์
 - 3.3 ท่อน้ำยาเครื่องปรับอากาศ
 - 3.4 อุปกรณ์ปลีกย่อยของระบบเครื่องปรับอากาศ ท่อน้ำยา และสวิทช์ควบคุมความดัน
 - 3.5 ท่อแข็งดูดน้ำยาออกจากคอมเพรสเซอร์
 - 3.6 ท่ออ่อนน้ำยาออกจากคอมเพรสเซอร์
 - 3.7 ตัวยึดถังเก็บน้ำยา
 - 3.8 เอ็กซ์แพนชันวาล์ว
 - 3.9 รีซีฟดรายเออร์
4. ชุดมอเตอร์พัดลม
 - 4.1 ฝาครอบพัดลม
 - 4.2 พัดลม
 - 4.3 มอเตอร์พัดลม
5. ตู้ฝังหรือแผงส่งลมเย็น
6. ชุดอุปกรณ์สายไฟ
 - 6.1 ลูกกรอก
 - 6.2 สายพานรูปอักษร
 - 6.3 วาล์วแม่เหล็กไฟฟ้า
 - 6.4 กัดเข้าทำให้ไฟเดินเข้าสะดวก
 - 6.5 กล่องอุปกรณ์ควบคุมความเย็น

- 6.6 ขั้วอ่อนรัดสายไฟ
- 6.7 เทอร์โมสตาร์ท
- 7. อุปกรณ์อื่นๆ เช่น Bracket, Pulley เป็นต้น

หลักการการทำงานของเครื่องปรับอากาศรถยนต์

ในเครื่องปรับอากาศรถยนต์เป็นระบบทำความเย็นแบบอัดไอ (Vapor Compression System) โดยคอมเพรสเซอร์ (Compressor) ทำหน้าที่ดูดสารทำความเย็นจากอีแวปอเรเตอร์ (Evaporator) สารทำความเย็นในขณะนั้นยังมีสถานะเป็นแก๊สและคอมเพรสเซอร์ (Compressor) ยังทำหน้าที่อัดสารทำความเย็นออกไปที่คอนเดนเซอร์ (Condenser) ทำให้สารทำความเย็นมีอุณหภูมิและความดันเพิ่มสูงขึ้นเมื่อสารทำความเย็นไหลผ่านคอนเดนเซอร์ (Condenser) จะทำให้อุณหภูมิลดต่ำลง จากนั้นสารทำความเย็นไหลต่อไปยังรีซีฟเวอร์/ดรายเออร์ (Receiver/Dryer) เพื่อกรองสิ่งสกปรกและความชื้นที่ปนเปื้อนในสารทำความเย็นสารทำความเย็นไหลไปที่ แอ็คชั่นวาล์ว (Expansion valve) แล้วไหลเป็นฝอยละเอียดเข้าไปในอีแวปอเรเตอร์ (Evaporator) ทำให้สารทำความเย็นมีความดันต่ำและดูดความร้อนจากภายในห้อง เพื่อให้อุณหภูมิภายในห้องเย็นลง ทำให้อุณหภูมิภายในห้องลดลง หลังจากนั้นสารทำความเย็นที่เป็นแก๊สจะถูกดูดเข้าไปในคอมเพรสเซอร์ (Compressor) เพื่อเริ่มต้นการทำงานใหม่อีกครั้ง



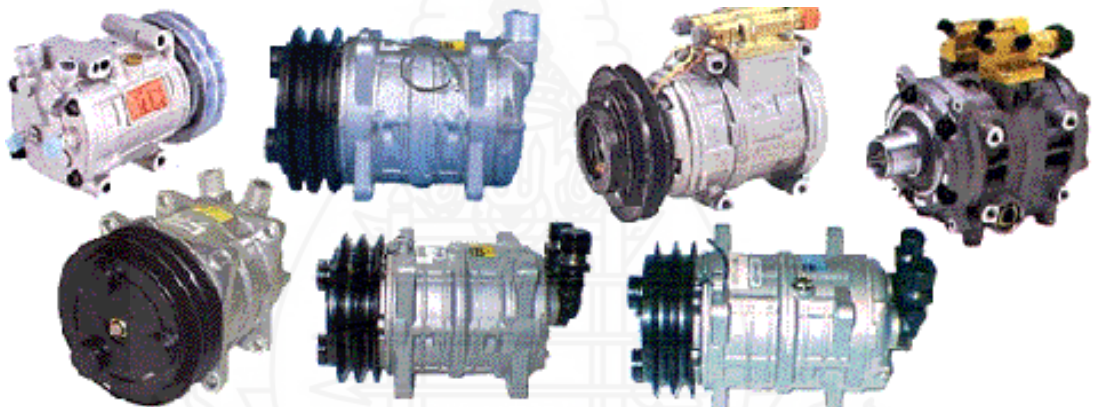
อุปกรณ์ที่สำคัญในระบบเครื่องปรับอากาศรถยนต์

ส่วนประกอบที่สำคัญของเครื่องปรับอากาศรถยนต์

1. คอมเพรสเซอร์เครื่องปรับอากาศ (Compressor) ทำหน้าที่ดูดสารทำความเย็นที่เข้ามาทางท่อซักชั่น (Suction line) หรือท่อดูด สารทำความเย็นที่ดูดเข้ามามีสถานะเป็นไออิ่มตัว (Saturated Vapor) มีความดันต่ำและอุณหภูมิต่ำ แล้วอัดออกไปด้วยกำลังของเครื่องยนต์ หรือมอเตอร์ ออกมาทางท่อดิสชาร์จ (Discharge line) หรือท่อจ่าย สารทำความเย็นที่ถูกอัดออกไปนี้จะมีสถานะเป็นไวยิ่งยวด (Superheated Vapor) มีความดันสูงและอุณหภูมิสูง

คอมเพรสเซอร์แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

- 1.1. แบบปริซึโพรเคดิ่ง (reciprocating type)
- 1.2. แบบสวอชเพลต (swash plate type)
- 1.3. แบบเวนโรตารี (vane rotary type)



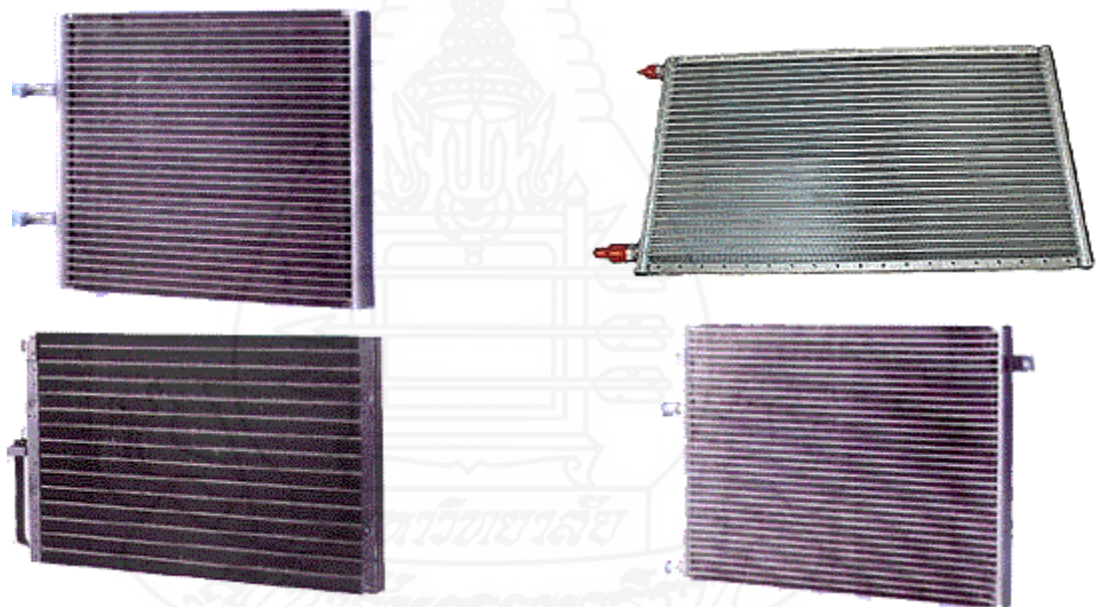
รูปคอมเพรสเซอร์

2. แผงระบายความร้อน (Condenser) ทำหน้าที่ระบายความร้อนออกจากสารทำความเย็น สารทำความเย็นถูกอัดออกมาจากคอมเพรสเซอร์ เข้ามาทางท่อดิสชาร์จ (Discharge line) หรือท่อจ่าย มีสถานะเป็นไอ (Superheated Vapor) มีความดันสูงและมีอุณหภูมิสูง หลังจากระบายความร้อนออก แล้วสารทำความเย็นจะมีสถานะเป็นของเหลวอิ่มตัว (Saturated liquid) มีความดันสูงและอุณหภูมิสูง คอนเดนเซอร์ติดตั้งบริเวณส่วนหน้าของรถหน้าหม้อน้ำรถยนต์ มีพัดลมทำหน้าที่ช่วยระบายความร้อน ซึ่งในปัจจุบันที่ใช้งานในมี 2 ชนิด คือ

- 2.1 คอนเดนเซอร์แบบท่อแบน
- 2.2 คอนเดนเซอร์แบบท่อกลม ซึ่งเป็นคอนเดนเซอร์รุ่นเก่า

ส่วนประกอบหลักของคอนเดนเซอร์

- 1) ทิวป์ มีหน้าที่ใช้เป็นเส้นทางผ่านและลำเลียงสารทำความเย็น ส่งผ่านความร้อนไปยังฟิน และกระจายความร้อนด้วยตนเอง
- 2) ฟิน มีหน้าที่ปล่อยความร้อนที่ได้รับมาจากทิวป์ ออกไปสู่อากาศโดยรับหน้าที่ในระดับร้อยละ 85 ของประสิทธิภาพทั้งหมด
- 3) เฮดเดอร์ มีหน้าที่ใช้เป็นทางผ่านของสารทำความเย็นโดยไม่ทำให้สารทำความเย็นมีความดันและอุณหภูมิเกิดการรั่ว
- 4) แฟรงก์อินเล็ต มีหน้าที่ใช้เป็นทางผ่านสารทำความเย็นเพื่อเข้าสู่เฮดเดอร์เพื่อเข้าสู่ระบบระบายความร้อน
- 5) แฟรงก์เอาท์เล็ต มีหน้าที่ใช้เป็นทางผ่านสารทำความเย็นที่เป็นของเหลวที่ออกไปยังรีซีฟเวอร์/ดรายเออร์



รูปคอนเดนเซอร์

3. รีซีฟเวอร์/ดรายเออร์(Receiver / dryer) ทำหน้าที่ กรองสิ่งสกปรกและความชื้นจากระบบ และพักสารทำความเย็นเพื่อส่งต่อไปยัง แอ็กเซแพนชันวาล์ว ผ่านทางท่อลิควิด(Liquid line)



รูปรีซีฟเวอร์ / ทรายเออร์

4. แอ็คเพนชั่นวาล์ว (Expansion valve) ทำหน้าที่ลดความดันของสารทำความเย็นและคุมสารทำความเย็นที่ฉีดเข้าสู่อีวาโปเรเตอร์ให้พอเหมาะที่จะกลายเป็นไอในอีวาโปเรเตอร์ การฉีดเช่นเดียวกับการฉีดน้ำทางท่ออย่างที่บีบปลายท่อไว้ สารทำความเย็นจะถูกฉีดเข้าเป็นฝอยจะมีสถานะเป็นไอเปียก มีความดันต่ำและอุณหภูมิต่ำเข้าสู่อีวาโปเรเตอร์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

- 4.1. แอ็คเพนชั่นวาล์วแบบกำลังดันคงที่ (constant pressure expansion valve)
- 4.2. แอ็คเพนชั่นวาล์วแบบใช้ความร้อน (thermal expansion valve)
- 4.3. แอ็คเพนชั่นวาล์วแบบลูกลอย (float valve)

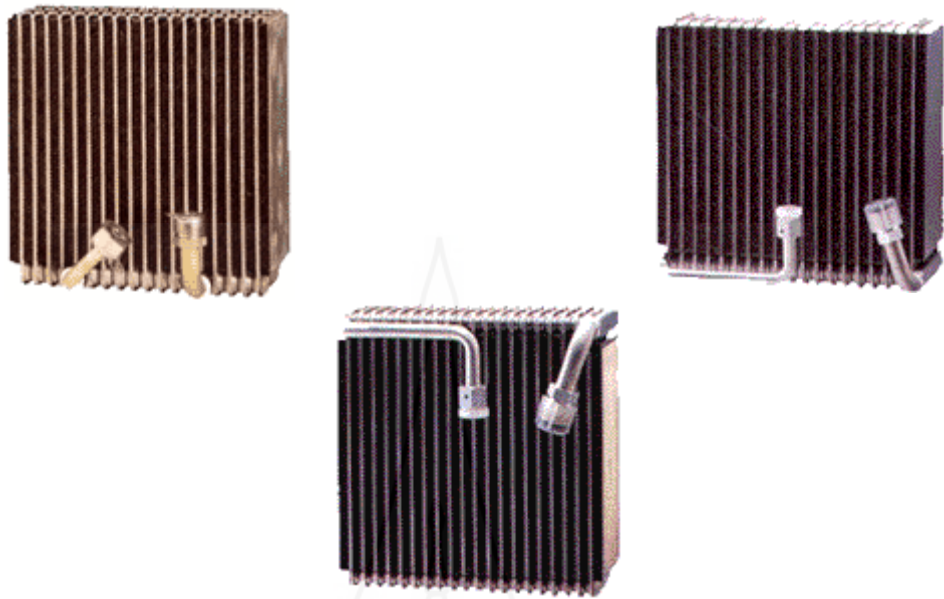
* แอ็คเพนชั่นวาล์วแบบใช้ความร้อน มีใช้กับเครื่องปรับอากาศชนิดต่างๆ ไป



รูปแอ็คเพนชั่นวาล์ว

5. แผงส่งความเย็น (Evaporator) รับสารทำความเย็นที่ฉีดออกมาจากแอ็คเพนชั่นวาล์ว ซึ่งมีลักษณะ เป็นฝอย มีสถานะเป็นไอเปียก มีความดันต่ำและอุณหภูมิต่ำเนื่องจากคุณสมบัติของสารทำความเย็นที่มีจุดเดือดที่อุณหภูมิต่ำ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

- 5.1. แบบแผ่นครีบริบรอบท่อ (plate fin type)
- 5.2. แบบแผ่นท่ออวกวน (serpentine type)



รูป อีแวปเปอร์เรเตอร์



การติดตั้งแอ็กเพนชั่นวาล์ว กับแผงส่งความเย็น (Evaporator)

6. สารทำความเย็น ทำหน้าที่เป็นสารตัวกลางสำหรับถ่ายเทความร้อนออกจากห้อง โดยสาร โดยดูดซึมความร้อนเข้าสู่ตัวเองในขณะที่อุณหภูมิและความดันต่ำ และถ่ายเทความร้อนออกจากตัวเองในขณะที่ อุณหภูมิและความดันสูง สารทำความเย็นแบ่งออกเป็น 4 ชนิด

6.1. อินออร์แกนิก คอมพาวด์ (inorganic compounds) เป็นสารทำความเย็น ได้แก่ พวก แอมโมเนีย ก๊าซกรดกำมะถัน และน้ำ

6.2. ไฮโดรคาร์บอน (hydro carbons) เป็นสารทำความเย็นประเภท มีเทน (methane) อีเทน (ethane) โพรเพน (propane) ซึ่งใช้เป็นสารทำความเย็นได้ แต่มีปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัย จึงใช้ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีคอล

6.3. ส่วนผสมอะซีโอโทรปิก (azeotropic mixture) เป็นส่วนผสมของสารทำความเย็นที่แตกต่างกันแต่มารวมกันเป็นสารทำความเย็นชนิดเดียวกัน

6.4. ฮาโลจีเนตคาร์ไบด์ (Halogenated carbide) เป็นสารทำความเย็นที่นำมาใช้ในเครื่องทำความเย็นในปัจจุบัน คือ Fluorinated hydrocarbon of methane series ซึ่งเรียกว่า สารทำความเย็น หรือ ฟรีออน สารทำความเย็นนี้มีส่วนผสมระหว่าง ฟลูออรีน , คลอรีน และ มีเทน ตามสัดส่วนต่าง ๆ โดยจำแนกเป็นเบอร์เช่น R-12 , R-22 , R-500

สารทำความเย็น R-12 หรือสาร CFC (chlorinate fluorocarbon) มีส่วนอย่างมากในการทำลายชั้นบรรยากาศของโลก นานาชาติได้ตกลงที่จะเลิกผลิตและยุติการใช้สารที่ทำลายสารที่ทำลายโอโซน รวมถึง R-12 ด้วยเหตุนี้ สาร R-134a ได้ถูกพัฒนามาใช้เป็นอีกทางเลือก สำหรับใช้แทน R-12

การเปรียบเทียบ R-134a กับ R-12

1) R-134a ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมกับน้ำมันหล่อลื่นคอมเพรสเซอร์ทั่วไปได้ น้ำมันคอมเพรสเซอร์สำหรับ R-12 จะไม่ละลายใน R-134a ดังนั้นจึงไม่สามารถไหลเวียน และทำให้อายุการใช้งานของคอมเพรสเซอร์ลดลง

2) R-134a จะทำให้ซีลเสียหาย รวมถึงท่ออ่อนด้วย ในระบบปรับอากาศที่ใช้ R-12 จะใช้ซีลที่ทำจาก NBR (nitrile butadiene rubber) แต่ NBR จะละลายได้ใน R-134a ดังนั้นจึงใช้ RBR (rubber in behalf of R-134a) ซึ่งจะพัฒนาใช้สำหรับ R-134a ทำวัสดุใช้เป็นซีล วัสดุที่ใช้ทำท่อ ความดันสูงและต่ำ จะใช้ NBR แต่ถ้าเป็นระบบปรับอากาศที่ใช้ R-134a สารทำความเย็นจะรั่วไหลออกมา ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนวัสดุทำท่อใหม่เพื่อใช้กับ R-134a การซึมของสารทำความเย็น และน้ำจะลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับการใช้ R-12

3) R-134a สามารถดูดความร้อน ได้มากกว่า R-12 จึงมีแนวโน้มจะเกิดสนิมภายในระบบได้ง่ายปัจจุบันสารดูดความร้อนที่ใช้จะเป็นซิลิกาเจล ถ้าต้องการดูดความร้อนออกจากวงจร R-134a จะต้องใช้ซิลิกาเจลจำนวนมาก แต่ถ้าให้ได้ผลดีสำหรับระบบที่ใช้ R-134a จะใช้สารดูดความร้อน ซีโอไลต์ แทนซิลิกาเจล รูปสารดูดความร้อน

4) ในขณะที่ทำงานเมื่อ R-134a มีอุณหภูมิสูงขึ้น จะทำให้ความดันและภาระสูงขึ้นอย่างมาก ดังนั้น จะต้องเปลี่ยนแปลงคลัทช์แม่เหล็ก เปลี่ยนค่าต่าง ๆ เกี่ยวกับ สวิตช์ ความดันแอมป์เพนชั่นวาล์ว และ ชุดควบคุมกำลังดันอีแวปอเรเตอร์

7. คูลิ่งยูนิต(Cooling Unit) ทำหน้าที่ดึงความร้อนออกจากห้องผู้โดยสารโดยอาศัยพัดลมเป่าลมผ่านคอยล์เย็น ลมที่ผ่านคอยล์เย็นออกมาจะเป็น ลมเย็น

8. แผงควบคุม (Control Switch) ทำหน้าที่เป็นสวิตช์ปิด/เปิดเครื่องปรับอากาศ ปรับระดับความแรงของลมและปรับระดับความเย็นของเครื่องปรับอากาศ

9. ท่อน้ำยา(Pipe) ชุดเครื่องปรับอากาศรถยนต์จะประกอบด้วยท่อน้ำยาจำนวน 4 ท่อด้วยกัน

9.1 Suction pipe เป็นท่อน้ำยาที่เชื่อมต่อระหว่าง Hose Flex กับคูลิ่งยูนิต

9.2 Discharge pipe เป็นท่อน้ำยาที่เชื่อมต่อระหว่าง Hose Flex กับ Condenser

9.3 Liquid pipe เป็นท่อน้ำยาที่เชื่อมต่อระหว่าง Condenser กับ Cooling Unit

9.4 Hose Flex เป็นท่อน้ำยาที่เชื่อมต่อระหว่าง Suction pipe, Compressor และ Discharge pipe

10. Bracket

10.1 Compressor Bracket ทำหน้าที่รองรับ Compressor เพื่อประกอบเข้ากับเครื่องยนต์

10.2 Pipe Bracket ทำหน้าที่รองรับ ท่อน้ำยา เมื่อติดตั้งเข้ากับตัวถังรถยนต์

11. ชิ้นส่วนช่วยในการจับยึด(Fixing part) ประกอบด้วย Bolt, Nut, Screw, Clamp ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์ช่วยในการจับยึดชิ้นส่วนประกอบต่างๆเข้ากับตัวรถ

12. กรอมเม็ต(Grommet) ประกอบด้วย Grommet pipe และ Grommet drain hose ทำหน้าที่เป็นซีลกันฝุ่นละออง ความชื้น น้ำ ผ่านเข้าไปในตัวรถในบริเวณที่ท่อน้ำยาและท่อน้ำทิ้งผ่านจากห้องเครื่องเข้าไปในห้องโดยสารของตัวรถ

13. คลัชแม่เหล็ก(Magnetic Clutch) จะต่อโดยตรงมาจากเพลาค้อเหวี่ยงของคอมเพรสเซอร์ให้ติดกับพูลเลย์ที่หมุนตลอดเวลา ซึ่งทำให้คอมเพรสเซอร์สามารถทำงานได้ โดยจะทำหน้าที่ดูดและปล่อยพูลเลย์ที่ต่อจากเครื่องยนต์เพื่อให้คอมเพรสเซอร์ทำงานและหยุดทำงาน เช่น ขณะรถยนต์วิ่งอุณหภูมิภายในจะต่ำเกินไป คลัชแม่เหล็กจะปล่อยพูลเลย์ออกเพื่อไม่ให้คอมเพรสเซอร์หยุดทำงาน และต่อกลับเมื่ออุณหภูมิอากาศในห้องสูงถึงเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ภาคผนวก ง

มาตรการ การกีดกันทางการค้า



การเก็บภาษีสรรพสามิตของสินค้าเครื่องปรับอากาศ

ระเบียบการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเริ่มใช้ พ.ศ.2535 มีดังนี้

1.สินค้าเครื่องปรับอากาศที่เก็บภาษีสรรพสามิต ต้องพิจารณาจาก

1.1 พิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต ประเภทที่ 03.0 “เครื่องปรับอากาศที่ประกอบด้วย (1) พัดลมซึ่งขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ และมี (2) ส่วนที่ใช้สำหรับเปลี่ยนอุณหภูมิ ไม่ว่าจะมีส่วนที่ใช้ควบคุมความชื้นด้วยหรือไม่ก็ตาม ที่มี(3) ขนาดทำความเย็นไม่เกิน 72,000 บีทียูต่อชั่วโมง”

1.2 คำสั่งกรมสรรพสามิต ที่ 41/2535 เรื่อง คำวินิจฉัยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ ลงวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2535

(1) Cooling Unit หรือ Fan Coil Unit หรือ Indoor Unit ซึ่งประกอบด้วย (1) แผงส่งลมเย็น (Evaporator) และ(2) พัดลมซึ่งขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์

(2) Condensing Unit ซึ่งประกอบด้วย (1)แผงระบายความร้อน Condenser (2) พัดลมซึ่งขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ และ(3) คอมเพรสเซอร์ (Compressor)

2.การบริหารจัดเก็บภาษี

2.1 เครื่องปรับอากาศที่ใช้กับรถยนต์ (อัตราภาษีตามมูลค่าร้อยละ 14)

2.1.1 เก็บภาษี ณ แหล่งผลิต(โรงงานอุตสาหกรรม) แบ่งออกได้ 2 กรณี คือ

(1) แหล่งที่ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศครบถ้วนตามคำวินิจฉัยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตที่ 41/2535

(2) แหล่งที่นำชิ้นส่วนต่างๆของเครื่องปรับอากาศตามคำวินิจฉัยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตที่ 41/ มาประกอบเข้าด้วยกัน หรือจัดเป็นชุดเพื่อจำหน่าย(ข้อสังเกต กรณีนี้การที่นำชุด Fan Coil Unit ที่ผ่านการเสียภาษีสรรพสามิตแล้วติดตั้งกับรถยนต์พร้อมกับนำ Compressor , แผงระบายความร้อน (Condenser), และอุปกรณ์ต่างๆมาติดกับรถยนต์ด้วย ถือว่าเป็นการผลิตเครื่องปรับอากาศชุดใหญ่(Complete Set) ตามพิกัดที่ 03.01 ไม่ใช่ผลิตเฉพาะชุด Condensing Unit ตามคำสั่งกรมสรรพสามิต ที่ 41/2535

2.1.2 การเก็บภาษีสรรพสามิต

(1) เจ้าของหรือผู้รับผิดชอบแหล่งผลิต (โรงอุตสาหกรรม) ต้องจดทะเบียนสรรพสามิต

- (2) ต้องชำระภาษีก่อนนำสินค้าเครื่องปรับอากาศออกจากแหล่งผลิต(โรงอุตสาหกรรม) เว้นแต่ ผู้นั้นได้รับอนุมัติให้ชำระภาษีภายในวันที่ 15 ของเดือน ถัดจากเดือนที่นำออกจากโรงงานอุตสาหกรรม
- (3) ต้องชำระภาษีก่อนนำออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บน กรณีนำสินค้าเครื่องปรับอากาศไปเก็บไว้ในคลังสินค้าทัณฑ์บน เว้นแต่ ผู้นั้นได้รับอนุมัติให้ชำระภายในวันที่ 15 ของเดือน ถัดจากเดือนที่นำออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บน
- (4) ต้องปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น แจ้งราคาขาย ณ โรงงานอุตสาหกรรม แจ้งวันเวลาทำการ หยุดทำการจัดทำบัญชีประจำวัน งบเดือน เป็นต้น
- (5) ปัจจุบันกรมสรรพสามิต ได้มีหนังสือกำหนดว่า ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจดทะเบียนสรรพสามิต ออกหนังสือรับรองการติดตั้ง/จำหน่ายเครื่องปรับอากาศรถยนต์กำกับไปกับเครื่องปรับอากาศที่ผ่านการชำระภาษีสรรพสามิตด้วย(ต้นฉบับของหนังสือรองต้องกำกับไปกับเครื่องปรับอากาศเสมอ สำหรับโรงอุตสาหกรรมที่ออกหนังสือรับรองบริษัท ห้าง ร้าน ต่างๆ ที่จำหน่ายเครื่องปรับอากาศต้องจัดทำสำเนาหนังสือรับรองเก็บไว้เป็นหลักฐานด้วย
- (6) ปัจจุบันกำลังจะกำหนดให้ผู้ที่ได้รับการอนุมัติให้ชำระภาษีภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดจากเดือนที่นำสินค้าออกจากเดือนที่นำสินค้าออกจากโรงอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้าทัณฑ์บน ต้องติดเครื่องหมายสติ๊กเกอร์ ที่กรมสรรพสามิต จัดพิมพ์ให้ที่เครื่องปรับอากาศแต่ละชุด ก่อนนำออกจากโรงอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้าทัณฑ์บน

เครื่องปรับอากาศตามที่กล่าวใน 2.1 และ 2.2 สำเร็จรูปตามคำวินิจฉัยพิทักษ์สิทธิสรรพสามิต ที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร จะต้องเก็บภาษีจากผู้นำเข้า ณ.ด่านศุลกากรที่นำเข้าในเวลาที่ยื่นใบขนสินค้าให้ตามกฎหมายศุลกากร

3.ลักษณะของการกระทำผิด (ที่สำคัญบางเรื่อง)

3.1 ผลิตเครื่องปรับอากาศโดยไม่จดทะเบียนสรรพสามิต ตามที่กำหนดในมาตรา 25 แห่ง พรบ.ภาษีสรรพสามิต ผู้กระทำมีความผิดต้องระหว่างโทษ ตามมาตรา 148 คือ ปรับไม่เกิน ห้า

พันบาท ข้อหาที่ใช้ในการกล่าวโทษผู้กระทำผิด คือ ไม่จดทะเบียนสรรพสามิต สถานที่ที่มักพบว่ามี การกระทำผิดกรณีนี้ คือ

(1) แหล่งผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ ครอบคลุมตามคำวินิจฉัยพิทักษ์อัตราภาษี สรรพสามิตที่นำชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศที่ตนผลิตมาประกอบเข้าด้วยกันเป็นชุด Fan Coil Unit หรือ Condensing Unit

(2) แหล่งผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศครอบคลุมตามคำวินิจฉัยพิทักษ์อัตราภาษี สรรพสามิตที่ไม่ได้นำชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศที่ตนผลิตมาประกอบเข้าด้วยกันแต่จัดจำหน่าย ออกไปในลักษณะของชิ้นส่วนอุปกรณ์

(3) แหล่งที่นำชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่างๆของเครื่องปรับอากาศมาประกอบเข้าด้วยกัน ให้เป็นชุด Fan Coil Unit หรือ Condensing Unit ตามคำวินิจฉัยพิทักษ์

(4) แหล่งที่นำชิ้นส่วนต่างๆของเครื่องปรับอากาศมาจัดเป็นชุด Fan Coil Unit หรือ Condensing Unit จำหน่ายต่อไป โดยยังไม่มีประกอบเข้าด้วยกัน

3.2 นำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรหรือนำสินค้าออกจากโรงงานอุตสาหกรรมหรือ คลังสินค้าทัณฑ์บนโดยไม่เสียภาษี ผู้กระทำมีความผิดต้องระวางโทษ ตามมาตรา 147 คือ จำคุกไม่ เกิน 7 ปี หรือปรับตั้งแต่ 5 ถึง 20 เท่าของค่าภาษีที่จะต้องเสีย ข้อหาที่ใช้ในการกล่าวโทษผู้กระทำผิด คือ นำสินค้าที่ยังไม่ได้เสียภาษีโดยถูกต้องและครบถ้วนออกไปจากโรงอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้า ทัณฑ์บน กรณีสินค้าที่ผลิตในราชอาณาจักร และนำเข้าซึ่งสินค้าที่มีได้เสียภาษี กรณีสินค้าที่นำเข้า จากต่างประเทศ สถานที่ที่มักพบว่ามี การกระทำผิดกรณีนี้ คือ

(1) แหล่งผลิตสินค้า ขณะนำสินค้าออกจากโรงอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้าทัณฑ์ บน ซึ่งต้องจับกุมในขณะนั้นทันที

(2) บริเวณที่นำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร เช่น ตามแนวชายแดน ซึ่งต้องจับกุม ในขณะนั้นทันที

3.3 มีสินค้าไม่เสียภาษีไว้ในครอบครอง ผู้กระทำมีความผิดต้องระวางโทษ ตามมาตรา 161 คือ ปรับตั้งแต่ 2 เท่าถึง 10 เท่า ของค่าภาษีที่จะต้องเสีย แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 100 บาท ข้อหาที่ใช้ใน การกล่าวโทษ ผู้กระทำผิด คือ มีไว้ในครอบครองซึ่งสินค้าโดยรู้ว่าเป็นสินค้าที่ไม่ได้เสียภาษีหรือ เสียภาษีไม่ครบถ้วน สถานที่ที่มักพบว่ามี การกระทำผิดกรณีนี้ คือ

(1) ร้านค้าทั่วไปที่นำเครื่องปรับอากาศซึ่งยังไม่เสียภาษีมาไว้ในครอบครอง

(2) โรงแรม คอนโดมิเนียม อพาร์ตเมนต์ อาคารต่างๆ ที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศที่ ยังไม่เสียภาษี

(3) ยานพาหนะต่างๆ ขณะกำลังขนส่งสินค้าเครื่องปรับอากาศซึ่งยังไม่ได้เสียภาษีทั้งนี้ ถ้าสถานที่แห่งใดมีการกระทำที่เรียกว่าเป็นการผลิตสินค้า เครื่องปรับอากาศ ยังไม่มีความผิดตามมาตรา 161 แม้ว่าจะยังไม่ได้จดทะเบียนสรรพสามิตก็ตาม

3.4 ขายหรือมีไว้เพื่อขายซึ่งสินค้าไม่เสียภาษี ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษ ตามมาตรา 162 คือ จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับตั้งแต่ 5 เท่าถึง 15 เท่าของค่าภาษีที่จะต้องเสีย แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 200 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ข้อหาที่ใช้ในการกล่าวโทษผู้กระทำผิด คือ ขายหรือมีไว้เพื่อขายซึ่งสินค้าโดยรู้ว่าเป็นสินค้าที่มีได้เสียภาษี หรือเสียภาษีไม่ครบถ้วน สถานที่ที่มักพบว่ามี การกระทำผิดมากขึ้น คือ บริษัท ห้าง ร้าน ที่จำหน่ายและรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศทั่วไป ทั้งนี้ ถ้าสถานที่แห่งใดมีการกระทำที่เรียกว่าเป็นการผลิตสินค้าเครื่องปรับอากาศยัง ไม่มีความผิดตามมาตรา 162 แม้ว่าจะยังไม่ได้จดทะเบียนสรรพสามิตก็ตาม

3.5 ไม่ยื่นแบบรายการภาษีเพื่อหลีกเลี่ยงหรือพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษี ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษ ตามมาตรา 164 คือ จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ข้อหาที่ใช้ในการกล่าวโทษผู้กระทำผิด คือ ไม่ยื่นแบบรายการภาษี เพื่อหลีกเลี่ยงหรือพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษี สถานที่ที่มักพบว่ามี การกระทำผิดกรณีนี้ คือ

(1) แหล่งผลิตสินค้าเครื่องปรับอากาศที่ยังไม่ได้จดทะเบียนสรรพสามิต ดังนั้น เมื่อเข้าดำเนินคดีข้อหาไม่จดทะเบียนสรรพสามิต ควรดำเนินคดีข้อหาตามมาตรา 164 ควบคู่กันไป ด้วย แต่ทั้งนี้ต้องหาพยานหลักฐานต่างๆเพิ่มเติมด้วย เช่น หลักฐานแสดงการจัดตั้งโรงงาน หลักฐานการจำหน่ายที่ผ่านมา ตลอดจนบัญชีเอกสารการซื้อหรือรับวัตถุดิบเข้าโรงงาน เป็นต้น

(2) แหล่งผลิตสินค้าเครื่องปรับอากาศที่จดทะเบียนสรรพสามิตแล้ว แต่มีเจตนาไม่ยื่นแบบรายการภาษีเพื่อหลีกเลี่ยงหรือพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษีไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

3.6 ไม่ปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับการทำบัญชีประจำวัน งบเดือน การแจ้งราคาขาย ณ โรงงานอุตสาหกรรม

4. วิธีสังเกตว่าสินค้าเสียภาษีหรือยัง

4.1 เครื่องปรับอากาศที่ใช้กับอาคารบ้านเรือนหรือสำนักงานต่างๆ ซึ่งวางอยู่ตามร้านค้าหรือติดตั้งอยู่ที่อาคารต่างๆ ถ้าเป็นยี่ห้อ และผลิตโดยผู้ประกอบอุตสาหกรรมจดทะเบียน ให้สันนิษฐานเบื้องต้นได้ว่าเป็นเครื่องปรับอากาศที่ผ่านการชำระภาษีถูกต้องแล้ว

กรณีที่ต้องการตรวจสอบสินค้าเครื่องปรับอากาศตามยี่ห้อที่กรมสรรพสามิต แจ้งรายชื่อให้ทราบซึ่งอยู่ในความครอบครองของร้านค้าใดได้ซื้อมาจากแหล่งผลิตที่เสียภาษีถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่อีกกรณีหนึ่ง เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถกระทำได้โดยการขอดูใบกำกับภาษี ที่แสดงการซื้อสินค้าในแต่ละทอดประกอบ

4.2 เครื่องปรับอากาศที่ใช้กับรถยนต์ ซึ่งวางจำหน่ายอยู่ตามร้านค้าทั่วไป ต้องตรวจสอบว่ามีหนังสือรับรองการติดตั้ง/จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ กำกับมาหรือไม่ ถ้ามีกำกับมาด้วยสันนิษฐานว่าได้ผ่านการชำระภาษีถูกต้องมาแล้ว กรณีนี้มีข้อสังเกตว่าจะมีกำกับให้เฉพาะชุดของ Fan Coil Unit เท่านั้น และหากจะตรวจสอบให้เกิดความชัดเจนขึ้น สามารถกระทำได้โดยการดูจากใบกำกับภาษี ทำนองเดียวกับเครื่องปรับอากาศที่ใช้กับอาคารบ้านเรือน

4.3 อย่างไรก็ตามเมื่อมีการนำเครื่องหมยสติกเกอร์มาใช้ก็จะสามารถตรวจสอบสินค้าว่าเสียภาษีหรือยังได้สะดวกยิ่งขึ้น ทั้งเครื่องปรับอากาศรถยนต์และอาคารบ้านเรือน แต่เพื่อความแน่ใจควรใช้ประกอบกับมาตรการเดิมที่กล่าวไว้แล้วข้างต้นด้วย

4.4 เครื่องปรับอากาศที่นำเข้าจากต่างประเทศ ต้องตรวจสอบจากหลักฐานในใบขนสินค้าขาเข้าว่ามีใบขนสินค้าขาเข้าโดยถูกต้องหรือไม่ กรณีที่มีใบขนสินค้าขาเข้าแสดงต้องพิจารณาว่ามีรายการที่แสดงปรากฏชัดเจนว่ามีการชำระภาษีสรรพสามิตแล้วหรือไม่

ในปี พ.ศ.2554 สรรพสามิตพิจารณาการกลับมาจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องปรับอากาศจากเดิมที่เคยจัดเก็บร้อยละ 15 แต่ได้ยกเว้นไปตามนโยบายรัฐบาลเมื่อปี พ.ศ.2552 เพื่อต้องการทำให้ราคาขายปลีกเครื่องปรับอากาศปรับลดลง แต่ความเคลื่อนไหวล่าสุด กรมสรรพสามิตและหน่วยงานภาครัฐได้ตั้งข้อสังเกตว่า ราคาขายปลีกเครื่องปรับอากาศในปัจจุบันไม่ได้ปรับลดลงแต่อย่างใดนำไปสู่การทบทวนนโยบายการปรับลดภาษีดังกล่าวอีกครั้ง

สอดคล้องกับความเคลื่อนไหวของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ยื่นหนังสือคัดค้านต่อกรมสรรพสามิต พร้อมเปรียบเทียบราคา 2 ปีลดลงกว่าร้อยละ 30 ซึ่งความจริงกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปรับอากาศได้ปรับลดราคาสินค้าลงไปแล้วร้อยละ 10-15 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 หลังจากที่กรมได้ประกาศมาตรการดังกล่าวจึงไม่รู้เหตุผลที่แท้จริงที่จะกลับมาเก็บภาษีใหม่

อย่างไรก็ตาม การเก็บภาษีใหม่อีกครั้ง ส่งผลให้ราคาเครื่องปรับอากาศต้องปรับขึ้นตามภาษีใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ภาคผนวก จ

มาตรการ การกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่มาตรการทางด้านภาษี



ปัญหาการส่งออกเครื่องปรับอากาศที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ปัญหาและอุปสรรคจากกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการเศษเหลือทิ้งของผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์(Waste from Electrical and Electronics Equipment: WEEE) และกฎหมายจำกัดปริมาณการใช้สารอันตราย(Restriction on Hazardous Substances: RoHS) ของสหภาพยุโรป และกฎหมายส่งเสริมการรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าตามบ้าน(Home Appliance Recycling Law) ของญี่ปุ่นซึ่งมีผลกระทบต่อ การส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทย

1. ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น อาจเนื่องจากสาเหตุ ดังนี้
 - 1.1 การเปลี่ยนแปลงกระบวนการการผลิต ผู้ผลิตจะต้องมีการลงทุนทำการวิจัย ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการถอดทำลาย พัฒนาเทคโนโลยี กระบวนการผลิต และอาจต้องเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบในการผลิต โดยสามารถนำ วัสดุหรือผลิตภัณฑ์นั้นกลับมาใช้ใหม่ได้อีก เพื่อสอดคล้องกับ WEEE ของ สหภาพยุโรป และ Home Appliance Recycling Law ของญี่ปุ่น
 - 1.2 การใช้สารอื่นทดแทนสาร CFCs ที่เป็นสารทำความเย็นในเครื่องปรับอากาศ ซึ่ง สารบางชนิดที่นำมาใช้ทดแทนอาจมีราคาแพงขึ้นกว่าการใช้สารเดิม ทำให้ ต้นทุนและกระบวนการผลิตเปลี่ยนแปลง แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้อง กับ RoHS ของสหภาพยุโรป
 - 1.3 มาตรฐานของเครื่องปรับอากาศต้องได้รับการรับรองมาตรฐานด้านกระบวนการ ผลิต และกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้อนุกรมมาตรฐาน ISO 9000 , ISO 14000 และ ISO/TS16949 รวมถึงมาตรการที่เรียกว่า “Green Dot”(นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม) นอกจากนี้ยังต้องมีมาตรฐานของประเทศคู่ค้ากำกับ ไว้ด้วย ทำให้เครื่องปรับอากาศที่ผลิตโดยบริษัทคนไทยต้องถูกบังคับทางอ้อม ในการปฏิบัติตามได้กฎเกณฑ์ของประเทศคู่ค้าหรืออาจทำให้ต้องมีการนำเข้า ส่วนประกอบบางชนิดจากประเทศคู่ค้าทดแทนที่ผลิตโดยคนไทย
 - 1.4 มีการบังคับให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าต้องรับภาระต้นทุนในการจัดการหีบห่อสินค้า ของตนจนถึงขั้นผู้บริโภค ทั้งการกำจัดและการรับคืนเครื่องปรับอากาศต้องมีการติดฉลากแสดงราคาสินค้ารวมค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะเหลือทิ้งนี้ ขณะเดียวกันในฉลากต้องแจ้งให้ทราบว่าจะส่งสินค้าที่หมดอายุการใช้งานแล้ว ไปทำลายได้ที่ไหน

กฎหมาย WEEE&RoHS และ Home Appliance Recycling Law

กฎหมาย WEEE&RoHS ของสหภาพยุโรป

1.ความเป็นมาของกฎหมาย

คณะกรรมการสหภาพยุโรป(EU Commission) ภายใต้DG XI(Direct General 11: ด้านสิ่งแวดล้อม 11) ซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ได้จัดทำร่างกฎระเบียบเกี่ยวกับเศษเหลือทิ้งของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4 ฉบับ เพื่อนำเสนอต่อคณะมนตรี (Council of Ministers) และสภาผู้แทนยุโรป(European Parliament) พิจารณาก่อนออกเป็นกฎหมายบังคับใช้กับสินค้าที่ผลิตในสหภาพยุโรปเองและสินค้านำเข้ามาจำหน่ายในสหภาพยุโรปในวันที่ 1 มกราคม 2549 เป็นต้นไป

2.วัตถุประสงค์ของกฎหมาย WEEE และ RoHS

กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปได้อ้างถึงเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อมในการบังคับใช้กฎหมาย WEEE โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องการลดความเสี่ยงและผลกระทบของปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในปี พ.ศ.2541 สหภาพยุโรปมีขยะที่เกิดจากอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ถึง 6 ล้านตันและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 3-5 ทุกปี นั่นหมายความว่าในปี พ.ศ.2544 ปริมาณขยะดังกล่าวอาจมีถึง 7 ล้านตัน และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 12 ล้านตันภายในอีก 10 ปีข้างหน้า ซึ่งหากทางสหภาพยุโรปไม่มีมาตรการที่รัดกุมออกมาจัดการกับปัญหานี้ ขนาดผลกระทบของปัญหาที่ติดตามมา และความยุ่งยากในการแก้ไขก็จะเพิ่มขึ้นมากมายในอนาคตแน่นอน

ทางสหภาพยุโรปมีความกังวลว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากในขั้นตอนการกำจัดขยะ หากไม่มีการจัดการอย่างเหมาะสมในเบื้องต้นเสียก่อน เนื่องจากเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้มีส่วนประกอบสารพิษอยู่หลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นสารตะกั่ว แคดเมียม สารปรอทหรือแม้กระทั่งสารป้องกันไฟ(Brominated Flame Retardants) ที่ใช้ในแผงวงจรพิมพ์(File Control Block: FCB) ซึ่งถูกจัดเป็นสารอันตราย ดังนั้นสหภาพยุโรปจึงคำนึงถึงการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีใหม่ๆ เช่น การเผาทำลายหรือการนำไปฝังดินโดยไม่มีระบบการจัดการที่ดีย่อมเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชน หรืออาจเป็นผลลทางอ้อมเพื่อการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศของกลุ่มสหภาพยุโรปเอง (แต่โดยทั่วไปมาตรฐานการผลิตของสหภาพยุโรปส่วนใหญ่จะสูงกว่าของประเทศอื่นๆ)

3.สาระสำคัญในกฎหมาย WEEE และ RoHS

กฎหมาย RoHS คือ การห้ามใช้สารอันตรายบางชนิดอย่างเด็ดขาด ได้แก่ สารตะกั่ว สารปรอท แคดเมียม และ Hexavalent chromium เป็นต้น โดย RoHS จะมีผลบังคับใช้หลัง WEEE

ประมาณ 4 ปี แต่มีข้อยกเว้นให้สามารถใช้สารอันตรายเหล่านี้ได้ในบางกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น การใช้สารปรอทในหลอด fluorescent เป็นต้น สารและส่วนประกอบที่เป็นอันตราย ได้แก่

- 1) ตัว Capacitor ที่มีสาร polychlorinated biphenyls (PCB) เป็นส่วนประกอบในแผงวงจรพิมพ์ของโทรศัพท์มือถือทั่วไป และเครื่องใช้อื่นๆ ที่มีขนาดแผงวงจรพิมพ์มากกว่า 10 ซม.ขึ้นไป
- 2) ชิ้นส่วนที่มีสารปรอท เช่น สวิตช์ หรือ หลอดแบคไลต์
- 3) แบตเตอรี่
- 4) หม้อพรีนเตอร์
- 5) พลาสติกที่มีสารกันไฟ(Brominated Flame Retardants)
- 6) พะยะที่มีแร่ใยหินเป็นส่วนประกอบ
- 7) หลอดภาพ CRT(Cathode Ray Tube) หรือจอ LCD(Liquid Crystal Display) ที่มีขนาดมากกว่า 100ตารางเซนติเมตรขึ้นไป
- 8) สาร CFC(Chloro Fluoro Carbons) HCFCs(Hydro Chloro Fluoro Carbons) หรือ HFCs(Hydro Fluoro Carbons)
- 9) หลอดที่มีก๊าซปรอท
- 10) สารไฟภายนอก
- 11) ส่วนประกอบที่มี refractory ceramic fiber บรรจุอยู่ด้วย
- 12) ชิ้นส่วนที่มีสารรังสีประกอบอยู่ด้วย(บางรายการได้รับการยกเว้นตามข้อกำหนดใน BSS Directive)

ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด นับเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตหันมาใช้สารอันตรายให้น้อยลงทางอ้อม

ประเภทและชนิดของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ภายใต้กฎหมาย WEEE และ RoHS แบ่งออกได้เป็น 10

หมวด ดังนี้

1. Large Household Appliances (เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดใหญ่) เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ตู้แช่ เครื่องซักผ้า เครื่องล้างจาน เตาอบไมโครเวฟ และเครื่องทำความร้อน เป็นต้น
2. Small Household Appliances (เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดเล็ก) เช่น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องปั่นขนมปัง เครื่องทำกาแฟ เครื่องเป่าผม แปรงสีพื้นไฟฟ้า เครื่องกวาดหน้าพิก้า เป็นต้น

- 3.IT and Telecommunication Equipment(อุปกรณ์สารสนเทศและโทรคมนาคม) เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งแต่เครื่อง Mainframe ไปจนถึงคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและเครื่อง Lap-Top เครื่อง Printer เครื่องฉายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีดไฟฟ้า เครื่องคิดเลข เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และโทรศัพท์มือถือ
- 4.Consumer Equipment(อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบ้าน) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ กล้องถ่ายวิดีโอ เครื่องเสียง และเครื่องดนตรี
- 5.Lighting Equipment(อุปกรณ์ให้แสงสว่าง) เช่น หลอดไฟฟ้าประเภทต่างๆ
- 6.Electrical and Electronics(เครื่องมือไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์) เช่น ส่วนไฟฟ้า จักรเย็บผ้า เลื่อยไฟฟ้า
- 7.Toys(ของเด็กเล่น) เช่น วิดีโอเกม รถไฟฟ้า และรถยนต์ของเล่น
- 8.Medical Equipment System(เครื่องมือแพทย์)
- 9.Monitoring and Control Instruments(อุปกรณ์ตรวจสอบและควบคุม) เช่น เครื่องจับควัน Thermostat
- 10Automatic Dispensers(เครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติประเภทต่างๆ)

4.กฎหมาย WEEE และ RoHS มีข้อขัดแย้งกับ GATT อยู่ 2 ประการ ดังนี้

ประการแรก ในมาตราที่ 11 ของ GATT ระบุว่า ห้ามมีการใช้ข้อจำกัดทางการค้าในเชิงปริมาณ (quantitative restriction to trade) โดยเด็ดขาดไม่ว่าจะเป็นระบบโควต้า ใบอนุญาตนำเข้าหรือสิ่งอื่นใด โดยจะใช้ได้แต่เพียงมาตรการทางภาษีศุลกากรเท่านั้น แต่สหภาพยุโรปมีข้อกำหนดเกี่ยวกับปริมาณการใช้สารอันตราย (Restriction on Hazardous Substances : RoHS) เช่น สารปรอท แคดเมียม และ Hexavalent chromium เอาไว้ด้วย โดยสหภาพยุโรปอ้างเหตุผลได้แย้งว่าเป็นการทำเพื่อสุขภาพประชาชน ซึ่งจัดดำเนินการกับทั้งสินค้าภายในสหภาพยุโรปเองและสินค้านำเข้าอย่างเท่าเทียมกัน จึงนับว่าสอดคล้องกับมาตราที่ 20 หนึ่งในข้อยกเว้นของ GATT

ประการที่สอง ผิดต่อมาตราที่ 1 ของ GATT ที่ต้องการให้มีการปฏิบัติต่อทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน(Most Favored Nation: MFN) รวมทั้งมาตราที่ 11 ด้วย ซึ่งทางสหภาพยุโรปได้แย้งว่าเป็นการห้ามการส่งออกแก่ประเทศที่ไม่ได้มาตรฐานและเงื่อนไขในโรงงานบำบัดและกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์จะเป็นไปอย่างไม่จำกัดจำนวน นับว่าเป็นการกำหนดมาตรฐานที่ตัวโรงงานมากกว่าไม่ใช่การกำหนดมาตรฐานที่ตัวประเทศ ดังนั้น จึงไม่เข้าข่ายการจำกัดการส่งออก

5. ผลกระทบที่อาจเกิดกับอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ(ผู้ผลิต/ผู้ส่งออก)ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมจะมีโครงสร้างรายได้จากตลาดสหภาพยุโรปมากน้อยเพียงใดซึ่งผลกระทบหลักๆ ได้แก่

ประการแรก ต้นทุนในการผลิตสินค้าบางชนิดที่ต้องมีการใช้สารโลหะหนักจะสูงขึ้น ตัวอย่างที่แสดงถึงผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าได้ชัดเจนที่สุด คือ การยกเลิกการใช้ตะกั่ว แบตเตอรี่(แม้จะมีการยกเว้นให้สามารถใช้ตะกั่วได้ในหลายๆผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้ตะกั่วใน ส่วนประกอบที่เป็นเซรามิกต่างๆ)

ประการที่สอง ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการเก็บสินค้า จากบ้านเรือนเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการ reuse และ recycle ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้อง คำนึงถึงความสะดวกในขั้นตอนเหล่านี้ ซึ่งก่อนที่จะสามารถปฏิบัติตามกฎหมายได้ ผู้ผลิตจะต้องมี การลงทุนเพื่อทำการวิจัยและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นในระยะแรกคาดว่าจะเป็นการต่อผู้ผลิต บางรายอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ผลิตที่เน้นความได้เปรียบด้านราคาเป็นหลัก อาจส่งผลให้ ผู้ผลิตไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดสหภาพยุโรป แต่ผลในระยะยาวการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่นี้จะ กลับมาส่งผลดีกับตัวผู้ผลิตเองไม่เพียงแต่จะลดต้นทุนในการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ยัง สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ของตนเองขึ้น ได้อีกด้วย

ประการที่สาม ผู้ผลิตต้องมีการผลักภาระบางส่วนไปให้ผู้บริโภคในรูปของการขึ้นราคา สินค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อยอดขายสินค้าแต่ละชนิด โดยผลกระทบที่เกิดกับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่จำเป็น ภายในบ้านคาดว่าจะไม่สูงมากนัก ในขณะที่สินค้าที่เข้าข่ายเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องเสียง คาดว่าจะได้รับผลกระทบบ้าง

ประการที่สี่ ผู้ผลิตที่ไม่ได้ทำการส่งออกไปสหภาพยุโรปก็อาจได้รับผลกระทบ เนื่องจากมี ผู้ผลิตส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรปได้ จึงต้องหา ตลาดอื่นๆ ที่มีมาตรฐานในการรักษาสິงแวดล้อมต่ำกว่าเป็นแหล่งระบายสินค้า ส่งผลให้กลุ่มผู้ส่งออก นี้ต้องเผชิญกับการแข่งขันการส่งออกที่สูงขึ้นผลกระทบโดยอ้อมต่อผู้ประกอบการ(ผู้ผลิต/ผู้ส่งออก) ผู้ผลิตต่างชาติที่ตั้งฐานการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทยที่เผชิญปัญหาต้นทุนสูงขึ้น อาจเกิด แรงผลักดันในการย้ายฐานการผลิตไปหาแหล่งที่มีแรงงานราคาถูกเพื่อลดต้นทุนแรงงานให้สามารถ ชดเชยกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากมาตรการของสหภาพยุโรป ย่อมหมายถึงผลกระทบระยะยาว ต่อการจ้างงานในประเทศไทย และหากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกบางรายรับขยะอิเล็กทรอนิกส์คืนมาจาก ผู้บริโภคแล้วไม่ต้องการที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ตามขั้นตอน อาจหาทางออก ด้วยการนำอิเล็กทรอนิกส์เหล่านั้นมาขายในประเทศของตนเองและหรือประเทศกำลังพัฒนา เช่น การที่ประเทศไทยรับซื้ออิเล็กทรอนิกส์มือสอง ซึ่งผลที่ตามมาจะเป็นผลเสียต่อสภาพแวดล้อม และ กลายเป็นภาระต้นทุนการจัดการของประเทศผู้รับซื้อในภายหน้า

กฎหมาย Home Appliance Recycling ของประเทศไทย

1. วัตถุประสงค์

กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1.1 Upstream เป็นความต้องการที่จะให้โรงงานการผลิตมีการแปรรูปทรัพยากรใหม่โดยตลอด
- 1.2 Downstream เป็นความต้องการทางอ้อมที่จะให้ผู้บริโภครับภาระต้นทุนการแปรรูปใหม่

ความเป็นมาของกฎหมาย

ปี พ.ศ.2510 รัฐบาล ได้ออกกฎหมายป้องกันมลภาวะ(Basic Law For Pollution Control)

ปี พ.ศ.2511 ได้ออกประกาศกฎหมายควบคุมมลพิษทางอากาศ

ปี พ.ศ.2513 แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายป้องกันมลภาวะ

ปี พ.ศ.2536 ออกกฎหมายพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อทดแทนกฎหมายป้องกันมลภาวะ

ปี พ.ศ.2537 ออกแผนพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม(Basic Environment Plan)

2.ต่อมารัฐสภาญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายพื้นฐานสำหรับจัดตั้งสังคมบนพื้นฐานของการรีไซเคิล (The Basic Law For Establishing the Recycling-based Society) การรีไซเคิล หมายถึง การแปรรูปของใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ จัดเป็นหนึ่งในมาตรการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เนื่องจากจะช่วยลดขยะมูลฝอย และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของโลก

3.สาระสำคัญของกฎหมาย Home Appliance Recycling เมื่อเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ.2543 ญี่ปุ่นได้ออกกฎหมาย Home Appliance Recycling มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2544 เป็นต้นมา โดยในระยะแรกกฎหมายเน้นควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้า 4 ประเภท ได้แก่ ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องซักผ้า ซึ่งกฎหมายมีแนวทาง 4 ประการได้แก่

- 3.1 ลดขยะหรือปริมาณของเสีย
- 3.2 การนำวัสดุสิ่งของกลับมาใช้หลายๆครั้ง
- 3.3 นำขยะหรือของเสียมาใช้ประโยชน์ขึ้นใหม่
- 3.4 ขยะหรือของเสียที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ พยายามกำจัดให้ถูกวิธีและเหมาะสม (Appropriate disposal) และ Waste Treatment Law ประกอบด้วย Four Rs ได้แก่ regenerative or reproductive (เป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่) reuse(นำกลับมาใช้ใหม่) recycle (นำกลับมาแปรรูป) reduce(ให้กลับสู่สภาพเดิม) ซึ่ง

กฎหมายจะระบุความรับผิดชอบที่เหมาะสมในทุกขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่การผลิตจากโรงงานจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ในประเทศญี่ปุ่น กฎหมายฉบับนี้เท่ากับการบีบบังคับให้ผู้ผลิตต้องออกแบบสินค้าใหม่เพื่อให้ง่ายต่อการรีไซเคิล โดยระบุว่าเครื่องปรับอากาศต้องนำชิ้นส่วนมารีไซเคิลได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของน้ำหนัก ซึ่งผู้บริโภคต้องเสียค่าธรรมเนียมรีไซเคิลและค่าขนส่งแก่ร้านค้า จากนั้นร้านค้าปลีกจะส่งต่อไปยังผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อนำไปรีไซเคิลอีกต่อหนึ่งพร้อมทั้งจ่ายค่าธรรมเนียมรีไซเคิลที่ได้รับจากผู้บริโภคให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าโดยผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ในประเทศได้ประกาศค่าธรรมเนียมการรีไซเคิลสินค้าประเภทเครื่องปรับอากาศและผู้บริโภคยังต้องจ่ายเงินแก่ร้านค้าปลีกเพื่อเป็นค่าขนส่งเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าไปยังโรงงานรีไซเคิล

4. ธุรกิจรีไซเคิลขยะญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นมีการรีไซเคิลขยะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นธุรกิจบริษัท อาจเนื่องจากการตอบสนองของบริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่พยายามจะรีไซเคิลขยะเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนต่างๆหรือเลือกใช้วัสดุที่รีไซเคิลง่ายขึ้น เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ถึงแม้ว่าจะก่อให้เกิดภาระทางการเงินก็ตาม ปัจจุบันในประเทศไทยก็หันมาสนใจและส่งเสริมการรีไซเคิลขยะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกันการรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าตามที่กฎหมายกำหนดทั้ง 4 ประเภท (คือ ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ) การรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์จะได้ เหล็ก พลาสติก ฯลฯ และมีผลพลอยได้ที่สำคัญ คือ โลหะมีค่า 5 ประเภท คือ ทองคำ แพลตตินัม พาลาเดียม โรเดียม และเงิน

กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา

มาตรฐานความปลอดภัยภายใต้เครื่องหมาย UL (Underwriters Laboratories Mark) หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกาต้องรับรองความปลอดภัยทั้งต่อสุขภาพของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมจากการใช้สินค้า

ความสำคัญของมาตรฐานอื่นๆ

มาตรฐานการยอมรับจากตลาดภายนอกประเทศเป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงคุณภาพของเครื่องปรับอากาศ

1. มาตรฐานที่สหภาพยุโรปยอมรับ (CEE : European Standard) ประกอบด้วย

- CEBEC ของ Belgium
- KEMA ของ Netherland
- OVE ของ Austria
- SETI ของ Finland
- VDE ของ Germany
- DEMKO ของ Denmark
- NEMKO ของ Norway
- SEMKO ของ Sweden
- SEV ของ Switzerland

2. มาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นยอมรับ (JIS: Japanese Industries Standards) และใช้กับประเทศฐานการผลิตในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องปรับอากาศเพื่อการส่งออกที่ประเทศไทยถูกกำหนดไว้ เช่น

- เครื่องหมายมาตรฐาน JET จาก Japan Electrical Testing Laboratory
- เครื่องหมายมาตรฐาน JIS : Japanese Industries Standards
- เครื่องหมายมาตรฐาน GB จาก National Standard of People's Republic of China
- เครื่องหมายมาตรฐาน ETL จาก Electric Testing Laboratory ประเทศสหรัฐอเมริกา
- เครื่องหมายมาตรฐาน CSA จาก Canadian Standard Association

ประโยชน์จากการมีมาตรฐานในผลิตภัณฑ์

1. เป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินงานและการให้บริการ นับตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. ช่วยให้การออกแบบและการผลิตสะดวกขึ้น
3. ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ในคุณภาพ จากการสร้างความเชื่อมั่นทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้ต้องไม่ละเลยต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน
4. ช่วยสร้างความเป็นธรรมด้านราคา พร้อมทั้งเกิดความเป็นธรรมในสังคมด้วย

5. ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมในคุณภาพดิน น้ำและอากาศ
6. ผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้านการส่งออก จากการยอมรับในการทำสัญญาซื้อขายระหว่างประเทศ ทำให้สามารถกำจัดหรือลดกำแพงทางการค้าลง
7. ช่วยให้การติดต่อสื่อสารด้านการค้าระหว่างประเทศเข้าใจกันได้ถูกต้องเป็นแนวทางเดียวกัน

อนุสัญญาเวียนนาเพื่อการปกป้องชั้นบรรยากาศโอโซน(The Vienna Convention for the Protection of the Ozone Layer) และพิธีสาร มอนทรีออลว่าด้วยสารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน(The Montreal Protocol on Substances that Deplete the Ozone Layer)

มีผลบังคับใช้กับประเทศไทย วันที่ 2 ตุลาคม 2532 อนุสัญญาเวียนนาเกิดขึ้นเพื่อนำมาประเทศร่วมกันป้องกันและแก้ไขปัญหาชั้นโอโซนในบรรยากาศ โดยสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างประเทศ ซึ่งแม้ว่าอนุสัญญานี้จะไม่มีข้อกำหนดข้อปฏิบัติเพื่อลดการผลิตและการใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน แต่ก็มีความสำคัญที่ทำให้ประเทศต่างๆยอมรับและเห็นพ้องต้องกันในหลักการดังกล่าว อันเป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนดมาตรการระหว่างประเทศในการลด และเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนของพิธีสารมอนทรีออลในเวลาต่อมา ผลของพิธีสารในขั้นต้นสารเคมีที่ถูกควบคุมคือ สารซีเอฟซีรวม 5 ชนิด และสารฮาโลน 3 ชนิด รวมควบคุมทั้งสิ้น 8 ชนิด ซึ่งสารเหล่านี้มีใช้ในอุตสาหกรรมหลายประเภท เช่น สารทำความเย็น ในตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ รวมทั้งเป็นตัวทำลายในการทำ ความสะอาดล้างคราบไขมันสิ่งสกปรกในชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสารฮาโลนใช้เป็นสารดับเพลิงในอุปกรณ์ดับเพลิง

การอนุวัติตามอนุสัญญาเวียนนาและพิธีสารมอนทรีออล ในประเทศไทยนั้นจะมีผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมที่มีการใช้ นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีการบรรจุหรือใช้สาร ทำลายชั้นบรรยากาศ เนื่องจากถูกจำกัดการใช้สารดังกล่าว นั่นเอง แต่กติกาสากลทั้งสองนี้จะมีผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมเช่นกัน กล่าวคือ ช่วยป้องกันการขาดแคลนสารทำลาย ชั้นบรรยากาศโอโซน โดยสามารถนำเข้าจากต่างประเทศได้ตามกฎเกณฑ์ที่กำหนด ป้องกันมิให้สินค้าส่งออกของไทยที่ยังคงบรรจุหรือผลิตด้วยสารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน ถูกกีดกัน และสำหรับอุตสาหกรรมที่ต้องเลิกใช้สารทำลาย ชั้น โอโซนสามารถขอรับความช่วยเหลือทางเทคนิคและทางการเงินจากกองทุนพหุภาคีเพื่อการอนุวัติพิธีสาร มอนทรีออล ซึ่งมีอยู่หลายแนวทางด้วยกันได้แก่ การให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการในการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ตลอดจนเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ ใช้สารทำลายชั้นโอโซนเป็นเทคโนโลยีทดแทนที่ไม่ทำลายชั้น โอโซน

กรมโรงงานอุตสาหกรรม ในฐานะที่เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลัก ได้จัดทำแผนแห่งชาติเพื่อกำหนดระยะเวลาการเลิกใช้สารทำลายชั้น โอโซน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์และ

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งต่อภาคอุตสาหกรรมและผู้บริโภค กล่าวคือได้กำหนดให้เลิกใช้สารทำลายชั้นโอโซนกลุ่มแรก คือ สาร CFC-11, CFC-12 ในการผลิตสินค้าใหม่ในปี พ.ศ. 2541 และการนำไปใช้เพื่อการซ่อมบำรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิมในปี พ.ศ. 2553 ส่วนสาร CFC-113, CFC-114, CFC-115 เมทิลคลอโรฟอร์ม และเฮลออน ได้กำหนดให้เลิกใช้ในปี พ.ศ. 2541 การกำหนดเวลาไว้ล่วงหน้านี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีช่วงเวลาในการเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่จะเกิดขึ้น เช่น ปริมาณการผลิตสารที่ลดลงซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนสารในการผลิตหรือเพื่อการซ่อมบำรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เช่น ตู้เย็น เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันมิให้เกิดปัญหาการกีดกันสินค้าที่ผลิตหรือบรรจุด้วยสารทำลายชั้นโอโซน ในขณะเดียวกันได้ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจและจัดประชุมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในเรื่องของเทคโนโลยีและสารทดแทนในอุตสาหกรรมภาคต่างๆ ที่จะต้องลดและเลิกใช้ รวมทั้งร่วมกับหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน กำหนดมาตรการที่เหมาะสมเพื่อดำเนินการต่อไป และให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการลดและเลิกการใช้สารให้เร็วขึ้น เช่น การยกเว้นภาษี การนำเข้าสารทดแทน การลดภาษีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บกักและปรับปรุงสภาพสารทำความเย็น รวมทั้งการสนับสนุนให้มีการลงทุนใหม่ในอุตสาหกรรมที่ไม่ใช้สาร ทำลายชั้น โอโซน

ในการเตรียมการเพื่อรับสถานการณ์และการป้องกันการขาดแคลนสารทำลายชั้นโอโซน รวมทั้งการเข้าเวทีการแข่งขันกันทางการค้าระหว่างประเทศตาม กระแสการณรงค์ เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมโลก กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ดำเนินการออกประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ห้ามการผลิตตู้เย็นที่ใช้ในบ้านเรือนใช้สาร CFCs ในขบวนการผลิต และห้ามตั้งหรือขยายโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์กระป๋องสเปรย์ที่ใช้สาร CFCs เป็นสารผลักดัน การดำเนินการต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้ เป็นผลให้ประเทศไทยสามารถลดและเลิกการใช้ สารทำลายชั้น โอโซนได้เป็นจำนวนมากความสำเร็จนี้นอกจากจะทำให้อุตสาหกรรมของไทยลดความเสี่ยงในการขาดสารที่ต้องใช้เพื่อการผลิตแล้วยังส่งผลให้อุตสาหกรรมไทย ไม่ถูกกีดกันเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และในขณะเดียวกันได้มีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโลกด้วย

มาตรฐาน ISO9000 ISO14000 และ ISO/TS16949 และมาตรฐานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของ ISO

ISO ย่อมาจากคำว่า International Organization for Standardization หรือ International Standard Organization ซึ่งเป็นองค์กรสากล ที่ทำหน้าที่ในการกำหนด หรือปรับมาตรฐานนานาชาติเกือบทุกประเภท ยกเว้นมาตรฐานทางด้านไฟฟ้า ซึ่งมีหน่วยงาน IEC (International Electrotechnical Commission) ดูแลอยู่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกำหนดมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับในระดับโลก เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกสามารถใช้ร่วมกันได้

องค์กร International Organization for Standardization นั้น เดิมชื่อว่า “IOS” แต่เมื่อแปลออกมาเป็นภาษากรีกแล้วไม่เป็นมงคล จึงเปลี่ยนมาเป็น ISO เพื่อให้ตรงกับภาษากรีกซึ่งแปลว่า “เท่าเทียมกัน” โดยได้ก่อตั้งอย่างเป็นทางการขึ้นในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ.2490 จากมติการประชุมของผู้แทนจาก 25 ประเทศมาร่วมประชุมกันที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในการให้จัดตั้งองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานขึ้น และมีสหประชาชาติได้ให้การยอมรับเป็นองค์กรชำนาญพิเศษประเภทที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้า และเกิดระบบมาตรฐานของโลกที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นไป

ปัจจุบัน องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน หรือ ISO นั้น มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีสมาชิกต่าง ๆ จากทั่วโลกปัจจุบัน 162 ประเทศ แบ่งออกเป็น Member Body จำนวน 105 ประเทศ Correspondent Member จำนวน 47 ประเทศ และ Subscriber Member จำนวน 10 ประเทศ (ISO.org. 2552: Online) โดยมีภารกิจหลัก คือ

1. ให้การสนับสนุนและพัฒนามาตรฐาน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนองต่อการค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้า และบริการของนานาชาติทั่วโลก
2. พัฒนาความร่วมมือในด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ และภูมิปัญญาของมวลมนุษยชาติ

ประเภทสมาชิกขององค์กร ISO

สมาชิกขององค์กร ISO แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้คือ

1. Member Body เป็นสมาชิกของประเทศที่มีสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ ที่เป็นตัวแทนด้านมาตรฐานของประเทศ คือ แต่ละประเทศจะมีเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่เป็นสมาชิก ISO ในจำนวนมากกว่าร้อยละ 70 จะเป็นหน่วยงานของรัฐบาล สมาชิกประเภทนี้มีสิทธิ

ออกเสียงในเรื่องวิชาการ มีสิทธิสมัครเข้ารับการเลือกตั้งเป็นคณะกรรมการ ISO และมีสิทธิเข้าร่วมประชุมใหญ่ของ ISO ได้

2. Correspondent Member เป็นสมาชิกของประเทศที่ยังไม่มีการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานเป็นการเฉพาะ สมาชิกเกือบทั้งหมดเป็นหน่วยงานรัฐบาล สมาชิกประเภทนี้ไม่มีสิทธิเข้าร่วมงานวิชาการ แต่มีสิทธิที่จะได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวของ ISO และมีสิทธิเข้าร่วมประชุมสมัชชาใหญ่ได้ แต่ในฐานะของผู้สังเกตการณ์เท่านั้น
3. Subscriber Membership สมาชิกประเภทนี้ เป็นกลุ่มประเทศที่มีเศรษฐกิจค่อนข้างเล็ก มีสิทธิติดต่อกับ ISO ได้

หน้าที่ของคณะกรรมการ ISO

หน้าที่ของคณะกรรมการ ISO มีดังนี้

1. กำหนดโครงสร้างของ ISO
2. อนุมัติการประกาศกำหนดมาตรฐานระหว่างประเทศ
3. แต่งตั้งสมาชิกกรรมการบริหารงานวิชาการ (Technical Management Board) เฝ้าระวังกฎและประธานคณะกรรมการนโยบาย ISO

ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9000

ความเป็นมาของ ISO 9000

มาตรฐาน ISO 9000 ถูกกำหนดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1987 (พ.ศ.2530) โดยคณะกรรมการเทคนิค (Technical Committee) คณะที่ 176 (TC 176) โดยในเบื้องต้นคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้นำมาตรฐานการบริหารคุณภาพของประเทศสหราชอาณาจักรอังกฤษ ที่ชื่อว่ามาตรฐาน BS 5750 เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อต่าง ๆ ในการบริหารคุณภาพ ต่อมามาตรฐานดังกล่าวได้รับการยอมรับจากนานาประเทศทั่วโลก ซึ่งได้ใช้มาตรฐาน ISO 9000 ในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร ทั้งการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (ISO) ได้มีการปรับเปลี่ยนมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพทุก ๆ 5 ปี ขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความคาดหวัง รวมถึงความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดมาตรฐานดังกล่าว โดยในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

ค.ศ. 1994 ได้มีการประกาศใช้ ISO 9000:1994 ซึ่งเป็นครั้งแรกของการปรับเปลี่ยนข้อกำหนดมาตรฐาน

ค.ศ. 2000 ได้มีการปรับเปลี่ยนมาตรฐาน และประกาศใช้ ISO 9000:2000, ISO 9001:2000 และ ISO 9004:2000 เพื่อให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มากขึ้น ตลอดจนมีการลดขั้นตอนและการจัดทำเอกสารให้น้อยลง

ค.ศ. 2005 ได้มีการปรับแก้ ISO 9000 ซึ่งเป็นปรับแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของหลักการพื้นฐาน และคำศัพท์ (Fundamental and Vocabulary)

ค.ศ. 2008 ได้มีการปรับปรุงมาตรฐาน ISO 9001:2008 ซึ่งเป็นข้อกำหนด (Requirements)

ค.ศ. 2009 ได้มีการประกาศใช้การปรับปรุงมาตรฐาน ISO 9004 ซึ่งเป็นการสร้างความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร (Managing for the sustained success of an organization) โดยเพิ่มประกาศใช้เมื่อเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา โดยปรับเปลี่ยนจาก ISO 9004:2000 ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสมรรถนะ (Guidelines for Performance Improvements)

ในการปรับเปลี่ยนมาตรฐานแต่ละครั้งนั้น คณะกรรมการ TC 176 จะรวบรวมข้อมูลจากประเทศสมาชิก เพื่อจัดทำเป็นฉบับร่างเบื้องต้น (WD – Working Draft) แล้วนำมาทำเป็นฉบับร่างของคณะกรรมการทั้ง 2 ฉบับ (CD – Committee Draft) ไปจนถึงฉบับร่างมาตรฐาน (DIS – Draft International Standard) และฉบับร่างมาตรฐานสุดท้าย (FDIS – Final Draft International Standard) ที่สามารถประกาศใช้ให้ประเทศสมาชิกรับไปประยุกต์ใช้กัน

ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนข้อกำหนดมาตรฐาน ISO 9001:2008 คณะกรรมการ TC176 ตกลงกันว่า การปรับเปลี่ยนจะยึดหลัก “ผลกระทบ – ผลประโยชน์ (Impact & Benefit)” ด้วยแนวทางที่ใช้กระบวนการเป็นพื้นฐาน (Process Approach) ซึ่งจะคำนึงถึงความชัดเจนในข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษร การนำไปประยุกต์ที่ง่ายขึ้น และความสอดคล้องกับระบบมาตรฐานการบริหารสิ่งแวดล้อม 14001:2004

โครงสร้างของ ISO 9000

โครงสร้างของ ISO 9000 ประกอบด้วย ISO 9000, ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003, ISO 9004 และ ISO 19011 (ISO 9002 และ ISO 9003 ถูกยุบรวมเข้ากับ ISO 9001 ตั้งแต่การประกาศใช้ปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา) โดยสามารถแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแนวทาง (guidelines) และกลุ่มตัวแบบ (models)

กลุ่มแนวทาง (guidelines) นั้น จะเป็นคำแนะนำ คำชี้แจง คำอธิบาย คำนิยาม และเป็นแนวทางแยกย่อยซึ่งให้รายละเอียดเพิ่มเติม คือ ISO 9000

กลุ่มตัวแบบ (models) เป็นตัวแบบประกันคุณภาพซึ่งเป็นมาตรฐานของระบบคุณภาพ หรือ สัญญาที่ผู้ใช้มาตรฐานจะต้องจดทะเบียน และปฏิบัติตาม โดยมีข้อกำหนดต่าง ๆ และสิ่งที่ต้องทำ ซึ่งในข้อกำหนดจะระบุไว้ (โดยนับเป็นจำนวน shall ที่ต้องปฏิบัติ) คือ ISO 9001

มาตรฐานจะกล่าวถึงหลักการพื้นฐานของระบบบริหารคุณภาพ 8 หลักการ ที่ต้องยึดเป็นแนวทางในการนำมาปฏิบัติ เพื่อให้เกิดคุณภาพภายในองค์กร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หลักการที่ 1 หลักการว่าด้วยการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า (Customer focus) องค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับลูกค้า เพราะสถานะการแข่งขันกันในตลาดปัจจุบันนี้องค์กรต้องปรับตัวเอง โดยให้ความสำคัญกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น จึงต้องสร้างระบบความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการรับเอาความต้องการหรือข้อกำหนดของลูกค้ามาปรับให้เป็นข้อกำหนดขององค์กร เพื่อจะได้มีการปฏิบัติตามนั้น และมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ให้สามารถสร้างประสิทธิผล ได้เกินความคาดหวังของลูกค้าหรือมากกว่าคู่แข่ง

หลักการที่ 2 หลักการว่าด้วยภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) ภาวะความเป็นผู้นำนั้นหน้าที่หลักคือ การจัดทำแนวทาง และวัตถุประสงค์ในองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียวอย่างชัดเจนในการบริหารงาน ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในองค์กรได้รับทราบ พร้อมกับสร้างบรรยากาศภายในองค์กร ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการทำงาน อันจะเป็นการสร้างความเต็มใจและพอใจในงานที่ทำอยู่

หลักการที่ 3 หลักการว่าด้วยการมีส่วนร่วมของบุคลากร (Involvement of people) การมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในองค์กรในการจัดทำระบบบริหารคุณภาพนั้น องค์กรต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ให้สมาชิกทุกคนทุกระดับภายในองค์กร ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำ บทบาทจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับงานและความรับผิดชอบ ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละคนสามารถแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่

หลักการที่ 4 หลักการว่าด้วยแนวทางกระบวนการ (Process approach) การดำเนินงานเป็นกระบวนการ หมายถึง การนำระบบบริหารคุณภาพไปใช้โดยมีการพิจารณาในเชิงกระบวนการ คือมีปัจจัยนำเข้า (Input) ผลที่ได้รับ (Output) ทรัพยากร (Resource) และข้อกำหนด (Requirement) ทั้งนี้เพื่อให้สามารถมีการควบคุมกระบวนการ และประเมินประสิทธิผลของกระบวนการนั้นได้ ถ้ามีปัญหาก็นำมาวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการ เพื่อหาสาเหตุ และแนวทางที่จะแก้ไขต่อไป

หลักการที่ 5 หลักการว่าด้วยแนวทางระบบการบริหารจัดการ (System approach to management) คือ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของกระบวนการต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งมีการส่งผ่านทั้งผลผลิตและข่าวสารข้อมูลถึงกันและกัน เมื่อได้กำหนดวัตถุประสงค์คุณภาพขององค์กรขึ้นแล้ว จึงจะกระจายวัตถุประสงค์ย่อยสู่กระบวนการ เพื่อการควบคุมได้

หลักการที่ 6 หลักการว่าด้วยการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) ถือว่าเป็นนโยบายหลักและเป็นเป้าหมายตลอดไปขององค์กรที่จะต้องดำเนินการ มิใช่เฉพาะแค่ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดเวลา

หลักการที่ 7 หลักการว่าด้วยการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นจริง (Factual approach to decision making) เมื่อมีการวิเคราะห์ และการตัดสินใจจะต้องใช้ข้อมูลและข้อเท็จจริง ดังนั้นจึงต้องมีการวางระบบการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการตัดสินใจอย่างชัดเจน รวมทั้งลูกค้า ผู้ส่งมอบ ฝ่ายบริหาร และพนักงานด้วย

หลักการที่ 8 หลักการว่าด้วยความสัมพันธ์กับผู้ขายเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (Mutually beneficial supplier relationship) องค์กรและผู้ขาย/ผู้ให้บริการ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การที่องค์กรมีความสัมพันธ์กับผู้ขาย เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จะช่วยเพิ่มความสามารถ ในการสร้างคุณค่าร่วมกันของทั้งสองฝ่าย

ระบบบริหารคุณภาพ ISO 14001

หลักการของ ISO 14001 คือการปรับปรุงที่ต่อเนื่องกันไป เริ่มจากการวางระบบการจัดการ และการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ไปสู่การใช้ระบบการจัดการ การตรวจสอบประสิทธิผลของระบบและแก้ไขจุดบกพร่อง จากนั้นเป็นการพิจารณาทบทวนความเหมาะสมของระบบเป็นระยะ ๆ โดยผู้บริหารและนำไปสู่การปรับเป้าหมายใหม่เพื่อเริ่มวงจรใหม่ของการวางแผน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมีลักษณะเป็นกลไกที่เชื่อมต่อกัน แต่ก็ต้องมีการขยายให้เติบโตและปรับให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมได้ด้วย ระบบจะได้ผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับคนและทรัพยากรที่จะใช้ในระบบ

ISO 14001 ประกอบด้วย 17 องค์ประกอบที่ขึ้นต่อกันและกันใน ISO14001 ไม่มีส่วนที่ให้เลือกได้ ทุกอย่างมีความสำคัญเท่ากัน ส่วนประกอบต่าง ๆ เป็นลำดับดังนี้

- นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
- การวางแผน
 - ประเด็นทางสิ่งแวดล้อม
 - ข้อกำหนดทางกฎหมาย
 - วัตถุประสงค์และเป้าหมาย
 - แผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อม
- การนำไปปฏิบัติและดำเนินการ
 - โครงสร้างและหน้าที่

- การอบรม การสร้างจิตสำนึกและความสามารถ
- การสื่อสาร
- การจัดทำเอกสารระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
- การควบคุมเอกสาร
- การควบคุมการดำเนินงาน
- การเตรียมพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉิน
- การตรวจสอบและแก้ไข
 - การติดตามและวัดผล
 - การแก้ไขข้อผิดพลาด
 - การบันทึกผล
 - การตรวจติดตามระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
- การพิจารณาทบทวน

การประเมินสภาพระบบการจัดการที่มีอยู่

ทุกองค์กรจะต้องมีส่วนที่เป็นกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอยู่บ้างไม่ว่าองค์กรนั้นจะล่าช้าแค่ไหนก็ตาม จุดแรกก่อนลงมือวางแผนสำหรับ ISO 14001 จึงควรทบทวนว่าองค์กรมีอะไร อยู่แล้วบ้างที่เกี่ยวกับงานด้านสิ่งแวดล้อมการทบทวน ณ จุดเริ่มต้นนี้มีแนวทางแนะนำไว้ในเอกสาร ISO 14001 เรื่องหลักการระบบ และการสนับสนุนทางเทคนิค โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวกับเรื่องมลพิษและสิ่งแวดล้อมโดยตรงและเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายด้านทรัพย์สินหรือกรรมสิทธิ์ การขนส่ง การขนส่งทางเรือชายฝั่งทะเล สุขภาพ และอื่น ๆ
2. ประเมินการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรว่าเป็นไปตามกฎหมาย ข้อกำหนด ข้อบัญญัติและแนวปฏิบัติอื่น ๆ (แม้จะไม่เป็นกฎหมาย) หรือไม่ และคิดว่าว่าเป็นไปตามนโยบายและขั้นตอนปฏิบัติขององค์กรนั้นหรือไม่
3. พิจารณาว่ากิจกรรมใดขององค์กร หรือผลิตภัณฑ์หรือบริการใดอาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรืออาจทำให้เกิดกฎหมาย
4. พิจารณานโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติที่ต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภายนอกองค์กร เช่น ผู้ให้บริการ ผู้รับเหมา ผู้จัดส่งสินค้าหรือวัสดุให้องค์กร เพื่อดูว่ามีสิ่งใดที่อาจสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมให้องค์กรได้

5. ประเมินแนวโน้มการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจริงหรือข้อผิดพลาดที่เกือบจะเกิดขึ้น เพื่อดูว่ามีการตรวจสอบสาเหตุอย่างถี่ถ้วนหรือไม่ มีมาตรการแก้ไขและป้องกันอย่างได้ผลหรือไม่
6. สืบหาความคิดเห็นของกลุ่มสนใจ เช่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร
7. ประเมินดูว่าระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรเป็นตัวช่วยหรือเป็นตัวอุปสรรคต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
8. วิเคราะห์หาช่องว่างระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่นั้นยังห่างไกลจากระบบตามมาตรฐาน ISO 14001 อย่างไรบ้าง
9. กำหนดระดับผลงานด้านสิ่งแวดล้อมที่อยากเห็น โดยดูตัวอย่างที่ดีที่สุดจากองค์กรอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็้องค์กรในธุรกิจเดียวกันหรือต่างกันก็ตาม
10. จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อปิดช่องว่างที่ยังห่างจาก ISO 14001 กำหนดกรอบเวลา ความสำเร็จ รับผิดชอบ ทรัพยากรที่ต้องใช้ และการให้รางวัลต่อความสำเร็จ

สรุปประเด็นสำคัญ

- วัตถุประสงค์ของ ISO 14001 ประกอบด้วย การวางแผน นโยบาย การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การตรวจประเมินผล การแก้ไขปรับปรุง และการทบทวนระบบ เป็นเช่นนี้ตลอดไปไม่หยุด
- ทุกส่วนของ ISO 14001 ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น
- แนวทางสำคัญของ ISO 14001 คือ
 - ป้องกันการเกิดมลพิษ
 - ทุกคนมีส่วนร่วมและรับผิดชอบ
 - ผู้บริหารระดับสูงต้องทำเป็นตัวอย่าง

ควรเริ่มต้นด้วยการสำรวจสถานะภาพของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ และเปรียบเทียบกับข้อกำหนดของ ISO 14001

ISO/TS 16949 (International Organization for Standardization / Technical Specification)

ISO/TS 16949 คือ ระบบบริหารจัดการที่นำมาประยุกต์ใช้สำหรับองค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากการนำข้อกำหนด ISO 9001 : 2008 กับแนวทางการปฏิบัติของอุตสาหกรรมยานยนต์มาจัดทำเป็นระบบบริหารคุณภาพเพื่อประยุกต์ใช้กับองค์กรที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยการประยุกต์ใช้ส่วนใหญ่อยู่ในวงการผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ เช่น โตโยต้า, ฮอนด้า, ฟอร์ด ฯลฯ โดยการรับรองไม่ได้จำกัดเพียงผู้ที่ส่งมอบยังโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรงเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนในลำดับถัดมาด้วย และชิ้นส่วนบริการซึ่งจัดทำขึ้นโดย International Automotive Task Force (IATF) และ Japan Automobile Manufacturers Association, Inc. (JAMA) และได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการ ISO /TC 176 โดยมุ่งเน้นที่กระบวนการหรือ Process Network ซึ่งจะอาศัยวงล้อ P-D-C-A เป็นตัวดำเนินการขับเคลื่อนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

International Automotive Task Force (IATF)

IATF เป็นกลุ่มของผู้ผลิตยานยนต์และองค์กรที่ทำการค้าเกี่ยวกับยานยนต์ โดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้

- เพื่อพัฒนาข้อกำหนดพื้นฐานของระบบการจัดการด้านคุณภาพทั่วโลกให้สอดคล้องกันเพื่อพัฒนานโยบายและขั้นตอนสำหรับแบบแผนการลงทะเบียนสำหรับซัพพลายเออร์ลำดับที่ 3 ที่เป็นสมาชิก IATF ให้สอดคล้องกันทั่วโลก
- เพื่อให้การฝึกอบรมที่เหมาะสมในการช่วยสนับสนุนตามข้อกำหนดของระบบการจัดการ ISO/TS 16949 และแบบแผนการลงทะเบียนของ IATF
- เพื่อที่จะตั้งผู้ประสานงานที่เป็นทางการจากองค์กรที่เหมาะสมในการสนับสนุน IATF ให้บรรลุตามเป้าหมาย

สมาชิกของ IATF เช่น BMW, DaimlerChrysler, Fiat, Ford, General Motors (including Opel Vauxhall), PSA Peugeot-Citroen, Renault SA, Volkswagen and their respective trade associations - AIAG(U.S.), ANFIA (Italy), FIEV (France), SMMT (U.K.) and VDA (Germany)

การประยุกต์ใช้ ISO/TS 16949 : 2009

- ประยุกต์ใช้กับองค์กรที่ทำการผลิตชิ้นส่วนเพื่อการผลิตหรือชิ้นส่วนเพื่อบริการ
- ไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เฉพาะหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนการผลิต เช่น หน่วยงานออกแบบ, สำนักงานใหญ่ และหน่วยงานจัดส่ง
- สามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ได้ตลอดทั้ง Supply Chain
- สามารถที่จะยกเว้นในการประยุกต์ใช้ได้เฉพาะในข้อกำหนดที่ 7 เท่านั้น

- ข้อกำหนดที่ยกเว้นต้องไม่กระทบต่อความสามารถหรือความสามารถขององค์กรที่จะจัดส่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการตามความต้องการของลูกค้าและระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- การขอยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนด 7.3 นั้น จะได้รับการยินยอมเฉพาะองค์กรที่ไม่มีหน้าที่รับผิดชอบในการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รวมถึงการออกแบบกระบวนการผลิต

ประโยชน์ของ ISO/TS 16949

- การยอมรับในฐานะซัพพลายเออร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เนื่องจากการรับรองนี้ได้รับการยอมรับทั่วทั้งซัพพลายเชน ของวงการในฐานะมาตรฐานของอุตสาหกรรมยานยนต์
- ความพึงพอใจของลูกค้าจากการให้บริการผลิตภัณฑ์ ที่สนองความต้องการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
- ลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยการดำเนินการด้วยระบบบริหารเพียงระบบเดียว และลดความต้องการในการตรวจสอบ
- ต้นทุนในการดำเนินการที่ลดลงผ่านการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องเป็นผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- สร้างเสริมความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้แก่พนักงาน ลูกค้า และซัพพลายเออร์
- การปฏิบัติตามกฎหมายโดยการทำความเข้าใจว่า กฎข้อบังคับต่างๆ นั้นมีผลกระทบกับองค์กรและลูกค้า ขององค์กรอย่างไร
- การจัดการความเสี่ยงที่ได้รับการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นด้วยความเสมอต้นเสมอปลายและความสามารถในการ ติดตามผลิตภัณฑ์และบริการได้ดีขึ้น
- เป็นการรับรองทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือโดยการให้หน่วยงาน อีสระเป็นผู้ตรวจสอบรับรองกับมาตรฐานที่ผ่านการยอมรับ
- โอกาสในการสร้างลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อลูกค้า ได้กำหนดเงื่อนไขในการจัดซื้อว่า จะต้องผ่านมาตรฐานใน ระดับหนึ่ง

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

แต่เดิมนั้น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ยังเป็นเพียงกรอบความตกลงทางการค้า จากเวทีการเจรจาของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งมุ่งเน้นเพียงความร่วมมือทางการค้า เพื่อชะลอการเปิดเสรีฯ ซึ่งสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศยุโรป พยายามจะรุกเข้ามาในตลาดของภูมิภาคนี้ การรวมกลุ่มกันเพื่อความเข้มแข็งจึงไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่ด้วยการทำงานร่วมกันอย่างยาวนาน ของอาเซียน มีการส่งเสริมความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในหลายระดับ จึงได้พัฒนาต่อยอดเป็นมากกว่าเรื่องทางการค้า หรือเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังวางรากฐานที่จะเปิดประตูไปสู่ความร่วมมือทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกัน ในมิติทางสังคม การเดินทางไปมาหาสู่กันได้อย่างสะดวก และกระบวนการต่างๆ ก็เดินหน้าไปทุกขณะ แม้จะไม่เร่งรีบ แต่ก็มิยุทธศาสตร์ และ Road map วางไว้อย่างชัดเจน จนถึงปัจจุบันนี้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC มีผลในทางปฏิบัติมากขึ้นๆ และส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่ไม่ได้เตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะต้องปรับตัวอย่างเหมาะสม และคอยติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างใกล้ชิด ไม่เพียงแต่ข้อมูลจากส่วนราชการเท่านั้น แต่ยังต้องแสวงหาโอกาส ความร่วมมือกันของกลุ่มองค์กรภาคเอกชน และภาคประชาสังคมอีกด้วย

ที่ประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียนเมื่อวันที่ 21-22 กันยายน 2547 ที่กรุงเทพฯ สามารถหาข้อสรุปในสาระสำคัญของทุก Road map ได้ ทั้งนี้กรอบความตกลงว่าด้วยการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับมาตรการร่วมที่จะใช้กับการรวมกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญทุกสาขาและมีสาระสำคัญ ได้แก่ การเปิดเสรีการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน การอำนวยความสะดวกด้านการค้า และการลงทุนและการส่งเสริมการค้าและการลงทุน และความร่วมมือในด้านอื่นๆ ดังนี้

(1) การค้าสินค้า - จะเร่งลดภาษีสินค้าใน Priority Sectors (เกษตร/ประมง/ผลิตภัณฑ์ไม้/ผลิตภัณฑ์ยาง/สิ่งทอ/ยานยนต์/อิเล็กทรอนิกส์/เทคโนโลยีสารสนเทศ/สาขาสุขภาพ) เป็นร้อยละ 0 เร็วขึ้นจากกรอบ AFTA เดิม 3 ปี คือ จาก 2010 เป็นปี 2007 สำหรับสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ และ ปี 2015 เป็น 2012 สำหรับประเทศ CLMV โดยได้กำหนดเพดานสำหรับสินค้าทั้งหมดใน Priority Sectors ไม่ต้องการเร่งลดภาษี (Negative List) ไว้ที่ร้อยละ 15

(2) การค้าบริการ - จะเร่งเปิดเสรีสาขาบริการใน Priority Sectors (สาขาสุขภาพ, e-ASEAN, ท่องเที่ยวและการขนส่งทางอากาศ) ภายในปี ค.ศ. 2010 ทั้งนี้ ให้ใช้ ASEAN-X formula ได้

(3) การลงทุน - จะเร่งเปิดการลงทุนในรายการสงวน (Sensitive List) ภายในปี 2010 สำหรับอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ปี ค.ศ. 2013 สำหรับเวียดนามและ 2015 สำหรับกัมพูชา ลาว และพม่า ทั้งนี้ ให้

ใช้ ASEAN-X formula ได้ และส่งเสริมการผลิตในอาเซียน โดยการจัดตั้งเครือข่าย ASEAN free trade zones เพื่อส่งเสริมการซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ผลิตในอาเซียน (outsourcing) และดำเนินมาตรการร่วมเพื่อดึงดูด FDI

(4) การอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน - ซึ่งประกอบด้วยเรื่องต่างๆ คือ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า พิธีการศุลกากร มาตรฐาน (standard and conformance) การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง และ logistics service สำหรับการขนส่ง การอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน และการเคลื่อนย้ายของนักธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบวิชาชีพ และ แรงงานมีฝีมือ

(5) การส่งเสริมการค้าและการลงทุน และความร่วมมือในด้านอื่นๆ เช่น ทรัพย์สินทางปัญญา ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พิธีสารว่าด้วยการรวมกลุ่มรายสาขาของอาเซียน 11 สาขา กำหนดมาตรการร่วม ซึ่งคาบเกี่ยวกับทุกสาขาเช่นเดียวกับในกรอบความตกลงฯ และมาตรการเฉพาะสำหรับการรวมกลุ่มแต่ละสาขานั้นๆ โดยรวมอยู่ในแผนการรวมกลุ่ม (Road map) ซึ่งผนวกอยู่กับพิธีสารฯ

AEC ประเทศไทย

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่เน้นการทำเกษตรกรรม และมีสินค้าเกษตรมากพอที่จะทำการส่งออกไปยัง AEC โดยมีการส่งออกสินค้าจำพวก ยางพารา, น้ำตาลทราย, ข้าว เป็นจำนวนมาก และยังมีสินค้าประเภทอุตสาหกรรมที่ส่งออกเป็นอันดับต้นๆของอาเซียนด้วยเช่น อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ รถยนต์และส่วนประกอบ

จุดแข็ง

-ไทยเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลายด้าน เช่น ยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ หากมีการลงทุนหรือวิจัยก็อาจจะต่อ ยอดจากประเทศไทยที่มี โรงงานผลิตตั้งอยู่แล้ว

-สถาบันการเงินของไทยมีความมั่นคง นักลงทุนสามารถระดมทุนจากสถาบันการเงินของไทยได้อย่างมั่นใจ และรัฐบาลมีแนวโน้มในการเปิดเสรีภาคการเงินอีกด้วย

-เนื่องจากไทยตั้งอยู่ตรงกลางของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้มีความได้เปรียบในเรื่องศูนย์กลางต่างๆเช่น การคมนาคมทางบก, การคมนาคมทางอากาศ, การค้า, การลงทุน หรือแม้กระทั่ง ศูนย์แสดงสินค้า

-ไทยมีจุดเด่นเรื่องกาท่องเที่ยวที่ดีและราคาไม่แพงและคนไทยเป็นมิตรทำให้ส่งเสริมกันกับ เรื่องของศูนย์การค้าการคมนาคมทางบกและทางอากาศ

-ไทยมีความสามารถด้านการแพทย์ที่ดีและราคาถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับ AEC ประเทศอื่น เช่น สิงคโปร์ และถ้าต่างชาติมาศึกษาที่ไทยก็จะส่งเสริมกันในเรื่องการท่องเที่ยวในไทยอีกด้วย

จุดอ่อน

-ไทยมีปัญหาเรื่องเสถียรภาพทางการเมืองที่ไม่มีความแน่นอน มีปัญหาด้านความคิดทางการเมืองภายในประเทศ และยังมีปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยบริเวณจังหวัดชายแดนใต้

-ไทยยังคงมีปัญหาเรื่องละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่รุนแรง และไม่จริงจัง โดยมีปัญหาหนักในเรื่อง เพลง, ภาพยนตร์, software ต่างๆ

-ปัญหาการจราจรในเมืองหลวงที่ติดขัด และบริเวณเมืองใหญ่ตามจังหวัดใหญ่ก็เริ่มมีปัญหาการจราจรเช่นกัน โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล

-ประชาชนชาวไทยยังด้อยความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ที่จะเป็นภาษากลางในการสื่อสารเมื่อ AEC เริ่มดำเนินการ

โอกาส

-ไทยมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะการลงทุนที่นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาทักษะบุคลากร

-ไทยเปิดเสรีทางการค้าอย่างเปิดกว้าง ไม่มีกีดกัน

-การลงทุนที่ได้รับการสนับสนุนจาก BOI ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่กำหนดสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ และไม่จำกัดปริมาณส่งออก และยังมีสิทธิพิเศษอื่นๆที่ปรับสอดคล้องกับ WTO

-BOI สนับสนุนอุตสาหกรรมหลักของไทยหลายสาขา คือ การเกษตร พลังงานทางเลือก ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ICT แพชั่น บันเทิง สุขภาพ การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการเกษตร

-ภาคบริการบางสาขาของไทยเช่น การแพทย์ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และได้มาตรฐานในราคาไม่แพง สามารถต่อยอดได้

อุปสรรค

-ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านค่าแรงที่ต่ำกว่าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การผลิตที่ใช้แรงงานเป็นหลัก เช่นอุตสาหกรรมสิ่งทอ อาจจะถูกย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่าเช่น ลาว เวียดนาม เมียนมาร์ ผู้ประกอบการต้องปรับตัวไม่เช่นนั้นก็มีปัญหาแน่นอน

-ภาษาอังกฤษของประชากรชาวไทยที่ทำธุรกิจขนาดกลางขึ้นไปต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษมิเช่นนั้นแรงงานจากต่างชาติที่ใช้ทักษะภาษาอังกฤษได้จะมาแย่งงาน

ผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าสินค้า

- ผลกระทบเชิงบวก

1) ขยายช่องทางและโอกาสของสินค้าไทยในการเข้าถึงตลาด อาเซียนซึ่งประกอบด้วยประชากรกว่า 590 ล้านคน รวมถึงการใช้ อาเซียนเป็นฐานในการส่งออกไปยังตลาด ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ASEAN+3 และออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย) การลด/ยกเลิกภาษีสินค้านำเข้า ให้เหลือศูนย์หรือเหลือน้อย ที่สุด และการสะสมแหล่งกำเนิดสินค้าช่วยเพิ่มโอกาสในการผลิตและขยาย ตลาดส่งออกสำหรับสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูงในการเข้าถึง ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้สินค้านำเข้าบางอย่างไม่เคยส่งออกเนื่องจาก ประเทศเพื่อนบ้านตั้งกำแพงภาษีจะเริ่มส่งออกได้ โดย SMEs ที่เกี่ยวข้อง กับการค้าชายแดนไทยและประเทศเพื่อนบ้านจะได้รับประโยชน์ที่ชัดเจน จากข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนที่กำหนด ให้ประเทศสมาชิกลด อัตราภาษีศุลกากรเหลือร้อยละ 0-5 ภายในปี พ.ศ. 2553 และ 2558 และยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ การค้านั้น ช่วยเพิ่ม สัดส่วนการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน (Intra-regional Trade) อย่างต่อเนื่อง โดยสัดส่วนการส่งออกของไทยไปยังอาเซียนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.2 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ของไทย ในปี พ.ศ. 2541 มาเป็นร้อยละ 21.3 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทยในปี พ.ศ. 2552 ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย ขณะที่สัดส่วนการนำเข้าจากอาเซียนของไทย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.1 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2541 มาเป็นร้อยละ 18.5 ของมูลค่าการ นำเข้าทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2552 โดยอาเซียนเป็นแหล่งนำเข้าอันดับสองรองจากญี่ปุ่น

2) โอกาสในการเพิ่มพูนการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเนื่องจากประเทศสมาชิกต้องยกเลิก มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTMs) อาทิ มาตรการจำกัดปริมาณการนำเข้าสินค้า (โควตา) ภายใน 5 ปี หลังจากที่ได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน และต้อง ยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ (Quantitative Restriction) ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการ ลดภาษีจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ นอกจากนี้ ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ยัง ครอบคลุมเรื่องการพัฒนาและทบทวนกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ที่ใช้โดยประเทศ สมาชิกอาเซียน ทั้งในภาพรวมและรายประเทศ และครอบคลุมการอำนวยความสะดวกทาง การค้า (Trade Facilitation) โดยการปรับประสานกฎระเบียบขั้นตอนและวิธีการให้เป็นแนวเดียวกัน เพื่อลดต้นทุนทางธุรกรรมในอาเซียนและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งเสริมการค้า และการลงทุน และเพื่อให้ประเทศสมาชิกสามารถใช้ประโยชน์จาก AFTA ได้อย่างเต็มที่ เช่น การนำ ระบบประเมินราคาศุลกากรของ GATT มาใช้ในปี พ.ศ. 2540 การปรับพิภคอัตราศุลกากรให้อยู่ใน ระบบพิภคอัตราศุลกากร (Harmonized System Codes: HS Code) 8 หลัก และการใช้ระบบช่องทาง ศุลกากรพิเศษสำหรับสินค้า AFTA เป็นต้น

3) ลดต้นทุนการผลิตจากการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางที่ใช้ในการผลิตได้ในราคาต่ำลง และ เพิ่มทางเลือกให้ผู้ผลิต สามารถนำเข้าได้จากหลายแหล่งมากขึ้น ถือเป็น การเพิ่มความได้เปรียบและ

ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาแก่ผู้ผลิต โดยไทยสามารถเลือกใช้ประโยชน์จากอาเซียนตามความหลากหลายและความชำนาญของแต่ละประเทศซึ่งสอดคล้องกับหลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) อันจะนำมาซึ่งสวัสดิการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสมาชิกที่สูงขึ้น เช่น สามารถยอมรับเทคโนโลยี (สิงคโปร์ มาเลเซีย) ใช้อาเซียนเป็นฐานการผลิต (มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย) และอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิต (ลาว พม่า กัมพูชาและเวียดนาม) เป็นต้น

4) ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการลดภาษีสินค้านำเข้าซึ่งทำให้ราคาสินค้านำเข้าถูกลง เป็นการเพิ่มกำลังซื้อของประชาชนและช่วยกดดันให้ราคาสินค้าชนิดเดียวกันหรือสินค้าทดแทนที่ผลิตในประเทศลดราคาอันเป็นผลมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถนำเข้าสินค้าชนิดใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีการนำเข้ามาก่อนเนื่องจากกำแพงภาษีในอดีต ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายขึ้น

• ผลกระทบเชิงลบ

1) คู่แข่งขันและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประเทศอาเซียนมีโครงสร้างการส่งออกสินค้าเหมือนกันทำให้เป็นคู่แข่งกับไทย ผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมบางสาขาจึงได้รับผลกระทบอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง ทำให้ต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น โดยเร่งปรับปรุงศักยภาพและมาตรฐานการผลิต ทำให้เกิดต้นทุนในการปรับตัว(Adjustment Cost)

2) สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน/คุณภาพต่ำ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศไทยมากขึ้นหากไม่มีมาตรการป้องกัน ซึ่งผู้บริโภคอาจได้รับอันตรายจากสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น จึงควรเพิ่มมาตรการในการเข้าสู่ตลาดสำหรับสินค้าด้อยคุณภาพ และควรมีมาตรการให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการซื้อ/การบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวขวัญแก้ว เล่ห์สิงห์
วัน เดือน ปีเกิด	17 มีนาคม 2516
สถานที่เกิด	อำเภอสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
สถานที่ทำงาน	บริษัทพรอสเพอร์ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่อาวุโสแผนกควบคุมคุณภาพและมาตรฐานคุณภาพ

