

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์

ผลการศึกษาที่จะกล่าวถึงในบทนี้ จะแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกของไก่สดแช่เย็นและแช่แข็งฮาลาลของไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง โดยใช้แบบจำลองเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย กับประเทศคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่สำคัญ ส่วนที่สองจะเป็นผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด (Market Share Analysis Method) ในตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นและแช่แข็งฮาลาลของไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศ อันประกอบไปด้วย ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ประเทศคูเวต และประเทศซาอุดีอาระเบีย เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และในการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนดังกล่าวจะเป็นการวิเคราะห์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาล ชนิดทั้งตัวไม่ถอดกระดูกเท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไก่สดแช่เย็นและแช่แข็งฮาลาลไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต และซาอุดีอาระเบีย เปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ในตลาดส่งออกดังกล่าว การศึกษานี้ได้อาศัยแนวคิดทฤษฎีและแบบจำลองความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 3 โดยถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาล แต่ถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นและแช่แข็ง ฮาลาล อย่างไรก็ตามค่า RCA ที่คำนวณได้ในแต่ละประเทศอาจจะมีค่าแตกต่างกันมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่แต่ละประเทศมีส่วนการส่งออกไก่สดแช่เย็นและแช่แข็งฮาลาล ต่อสินค้าทั้งหมดในหมวดปศุสัตว์แตกต่างกัน กล่าวคือประเทศที่มีการส่งออกไก่สดแช่เย็นและแช่แข็งฮาลาล ในสัดส่วนที่สูง ค่า RCA จะมีค่าสูง แต่อย่างไรก็ตามค่า RCA ที่มีค่าสูงจะไม่สามารถ

บอกได้ว่าประเทศดังกล่าวมีความได้เปรียบในการส่งออกหรือมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่นหรือไม่

5.1.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ตารางที่ 5.1 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ

| ปี | ฝรั่งเศส | เดนมาร์ก | สหรัฐฯ | ไทย |
|------|----------|----------|----------|---------|
| 2540 | 44.15979 | 33.30968 | 13.39350 | 1.52484 |
| 2541 | 42.32147 | 28.49994 | 13.33792 | 1.52586 |
| 2542 | 27.79757 | 25.84872 | 10.63278 | 1.47821 |
| 2543 | 25.89311 | 15.59882 | 8.56495 | 1.27024 |
| 2544 | 25.63451 | 15.45312 | 8.35612 | 1.10011 |
| 2545 | 24.93188 | 15.31495 | 8.87255 | 1.97400 |
| 2546 | 20.34658 | 22.82499 | 8.34411 | 1.13371 |

ที่มา : จากการคำนวณจากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3)

ผลการวิเคราะห์จากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3) โดยได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศฝรั่งเศส เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา และไทย ในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในช่วงปี 2540-2546 ปรากฏผลดังนี้

ค่า RCA ของประเทศฝรั่งเศส ซึ่งพิจารณาจากปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์พบว่าเป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 1 พบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดไปยังตลาดดังกล่าว แต่เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มแล้วพบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มที่ลดลง และการลดลงบางช่วงเวลาเป็นอัตราการลดลงที่ค่อนข้างสูงมาก ถึงแม้ว่าบางปีอัตราการลดลงค่อนข้างน้อยก็ตาม

ค่า RCA ของประเทศเดนมาร์ก มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดไปยังตลาดสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่แนวโน้มโดยรวมกลับลดลง และลดลงในอัตราที่ค่อนข้างสูง และมีความผันผวน ถึงแม้ว่าในปี 2546 จะมีการเพิ่มขึ้นของดัชนี RCA ก็ตาม

ค่า RCA ของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลไปยังตลาดสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาโดยรวมกลับมีแนวโน้มที่ลดลงในอัตราก่อนข้างคงที่โดยตลอด

ค่า RCA ของประเทศไทย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลไปยังตลาดสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และมีแนวโน้มที่ลดลงโดยตลอด แต่อย่างไรก็ตามอัตรการลดลง กลับลดลงในอัตราที่น้อยกว่าทั้งสามประเทศที่เป็นประเทศคู่แข่งกัน และบางปีประเทศไทยมีค่า RCA ที่เพิ่มสูงขึ้นในขณะที่ค่า RCA ของประเทศคู่แข่งกันกลับลดลงสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังสามารถรักษาปริมาณการส่งออกไว้ให้คงที่ได้มากกว่าประเทศคู่แข่งกัน

5.1.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดประเทศซาอุดีอาระเบีย

ตารางที่ 5.2 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดประเทศซาอุดีอาระเบีย แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย |
|------|----------|--------------|---------|---------|
| 2540 | 13.26484 | 2.27945 | 0.85552 | 0.54037 |
| 2541 | 10.76824 | 1.52484 | 0.91304 | 0.81342 |
| 2542 | 9.63398 | 1.52586 | 0.77738 | 0.52079 |
| 2543 | 10.41509 | 1.47821 | 0.63867 | 0.95569 |
| 2544 | 8.30697 | 1.27024 | 0.71507 | 0.3495 |
| 2545 | 7.27933 | 1.13371 | 0.67214 | 0.87018 |
| 2546 | 7.85712 | 1.01930 | 0.70312 | 0.23791 |

ที่มา : ที่มา : จากการคำนวณจากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3)

ผลการวิเคราะห์จากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3) โดยได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ ประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 - 2546ปรากฏว่า

ค่า RCA ของประเทศฝรั่งเศส ซึ่งพิจารณาจากปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่าเป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 1 พบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลไปยังตลาดดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตามความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกลับมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในอัตราที่ค่อนข้างมีความผันผวน

ค่า RCA ของประเทศเนเธอร์แลนด์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาล แต่มีแนวโน้มลดลงมาตลอดในอัตราที่ค่อนข้างคงที่

ค่า RCA ของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดซาอุดีอาระเบีย กล่าวคือ ตลอดช่วงระยะเวลาที่นำมาศึกษา ค่า RCA ของสหรัฐอเมริกามีค่าไม่ถึง 1

เช่นเดียวกัน ค่า RCA ของประเทศไทยพบว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดซาอุดีอาระเบีย กล่าวคือ ตลอดช่วงระยะเวลาที่นำมาศึกษา ค่า RCA ของประเทศไทยมีค่าไม่ถึง 1

5.1.3 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดประเทศคูเวต

ตารางที่ 5.3 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดประเทศคูเวต แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย |
|------|----------|--------------|----------|---------|
| 2540 | 13.33792 | 8.97184 | 1.52586 | 0.25530 |
| 2541 | 13.39350 | 7.85712 | 1.62603 | 0.34411 |
| 2542 | 16.35005 | 7.27933 | 1.47821 | 0.87255 |
| 2543 | 14.75373 | 8.30697 | 1.27024 | 0.56495 |
| 2544 | 16.48657 | 10.41509 | 1.863503 | 0.38837 |
| 2545 | 10.41509 | 9.63398 | 1.0190 | 0.99453 |
| 2546 | 10.76824 | 10.76824 | 1.00227 | 0.34674 |

ที่มา : จากการคำนวณจากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3)

ผลการวิเคราะห์จากสมการที่ 3-1 (บทที่ 3) โดยได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ ประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 - 2546ปรากฏว่า

ค่า RCA ของประเทศฝรั่งเศส ซึ่งพิจารณาจากปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดประเทศคูเวตพบว่าเป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 1 พบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลไปยังตลาดดังกล่าว อย่างไรก็ตามกลับพบว่าค่า RCA มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และลดลงในอัตราที่มีความผันผวนค่อนข้างสูง

ค่า RCA ของประเทศเนเธอร์แลนด์พบว่ามีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาล และมีแนวโน้มที่สูงขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างคงที่ ถึงแม้ว่าบางปีค่า RCA จะมีค่าลดลงก็ตาม แสดงให้เห็นว่าประเทศเนเธอร์แลนด์สามารถรักษาปริมาณการส่งออกไม่ให้ความผันผวนได้ค่อนข้างดี

ค่า RCA ของประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลในตลาดคูเวต และมีแนวโน้มที่สูงขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างคงที่ ถึงแม้ว่าบางปีค่า RCA จะลดลง แต่ก็ลดลงในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ

และในช่วงเวลาเดียวกัน ค่า RCA ของประเทศไทยพบว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดคูเวต กล่าวคือ ตลอดช่วงระยะเวลาที่นำมาศึกษา ค่า RCA ของประเทศไทยมีค่าไม่ถึง 1

5.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (Market Share Analysis)

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด(Market Share Analysis)ในส่วนนี้ จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดแยกในแต่ละประเทศนำเข้า และประเทศคู่แข่งกัน ทำให้การวิเคราะห์จำกัดวงแคบลง คงเหลือเพียงการวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นจากขนาดของตลาด(Size of market effect) และ ผลที่เกิดขึ้นจากแข่งขันในตลาด(competitive effect)เท่านั้น ซึ่งแนวคิดวิธีการวิเคราะห์ได้กล่าวแล้วในบทที่ 3 โดยการวิเคราะห์จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงใน 2 ช่วงเวลาคือ ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 และช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 ส่วนผลจากการกระจายตัวของตลาด ไม่ได้นำมาพิจารณาร่วมด้วย เนื่องจากการเป็นการศึกษาที่ตลาดส่งออก

อนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอันเนื่องมาจากผลทั้งสองลักษณะดังกล่าวข้างต้น ถ้าค่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดเป็นบวก หมายถึงประเทศผู้ส่งออกได้ส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนี้เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกัน หากค่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดเป็นลบ หมายถึง ประเทศผู้ส่งออกได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดใน

ตลาดนี้ ทำให้สัดส่วนการส่งออกลดลง จากผลการศึกษาสามารถสรุปการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศผู้ส่งออกหลักในตลาดนำเข้าทั้งสามได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์

จากตารางที่ 5.4 จะเห็นได้ว่าปริมาณการนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์โดยรวมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 จะมีปริมาณการนำเข้าที่ลดลงประมาณร้อยละ 1-7 ต่อปี แต่เมื่อพิจารณาจากปี พ.ศ. 2544-2545 จะพบว่าปริมาณการนำเข้าลดลงมากถึงร้อยละ 23-25 ต่อปี ส่วนปีพ.ศ. 2546 มีปริมาณนำเข้าที่ทรงตัวอยู่ที่ 55,862ตัน ต่อปี

ซึ่งจากตัวเลขจะเห็นได้ว่าปริมาณที่มีการนำเข้าจากทุกประเทศมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องแต่ก็เป็นสัดส่วนที่แตกต่างกัน ดังนั้น การพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาดจะทำให้เราสามารถเข้าใจการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ดีขึ้น โดยจะต้องพิจารณาว่าผลจากการลดลงของปริมาณการนำเข้าโดยรวมนี้ จะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกหลักแต่ละประเทศนั้น จะได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง

ในการพิจารณาถึงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกหลักที่ส่งไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้แก่ ฝรั่งเศส เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา ไทยและประเทศอื่น ๆ โดยคำนวณหาส่วนแบ่งการตลาดตามสมการที่ 3-2 (บทที่ 3) ผลการวิเคราะห์ (ตารางที่ 5.5) แสดงให้เห็นว่า ประเทศฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด รองลงมาได้แก่เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา และไทย โดยช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 มีส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ 42.62, 34.71, 14.17 และ 1.91 ตามลำดับซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดของทั้งสี่ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 จะพบว่า ประเทศเดนมาร์กมีส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยลดลง เหลือเพียง 31.22 โดยที่ประเทศฝรั่งเศส เดนมาร์ก ไทย และประเทศอื่น ๆ มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น

ถ้าพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดเป็นรายปี ตามตารางที่ 5.6 จะพบว่าประเทศฝรั่งเศสและเดนมาร์กมีลักษณะของการเพิ่มขึ้นและลดลงของส่วนแบ่งการตลาดที่ตรงข้ามกัน และไม่คงที่เช่น ในปีที่ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศฝรั่งเศสลดลง เช่นปี 2541, 2544 และ 2546 ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศเดนมาร์กก็จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าส่วนแบ่งการตลาดของประเทศฝรั่งเศสเพิ่มขึ้น เช่นในปี พ.ศ. 2542, 2543 และ 2545 ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศเดนมาร์กก็จะลดลง ซึ่งแสดงถึงการเป็นคู่แข่งที่สำคัญระดับหนึ่ง

แต่หากพิจารณาตาราง 5.5 ก็พบว่าส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2543-2546

ตารางที่ 5.4 ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศไทย ในตลาด ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์สองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

หน่วย : ตัน

| ปี | ฝรั่งเศส | เดนมาร์ก | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม | ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวม |
|---------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------------------------|
| 2540 | 46,375.77 | 40,009.6 | 14,753.73 | 2,455.49 | 7,459.45 | 111,053.90 | |
| 2541 | 41,137.56 | 39,860.97 | 16,350.05 | 2,279.45 | 3,003.72 | 102,631.75 | -7.58 |
| 2542 | 44,159.79 | 33,309.68 | 13,393.50 | 1,524.84 | 8,287.81 | 100,675.62 | -1.91 |
| 2543 | 42,321.47 | 28,499.94 | 13,337.92 | 1,525.86 | 8,158.19 | 93,843.38 | -6.79 |
| เฉลี่ย | 43,498.65 | 35,420.01 | 14,458.80 | 1,946.41 | 6,727.29 | 102,051.16 | |
| 2544 | 27,797.57 | 25,848.72 | 10,632.78 | 1,478.21 | 6,175.28 | 71,932.56 | -23.35 |
| 2545 | 25,893.11 | 15,598.82 | 8,564.95 | 1,270.24 | 2,717.00 | 54,044.12 | -24.87 |
| 2546 | 24,931.88 | 15,314.95 | 8,872.55 | 1,974.00 | 4,769.33 | 55,862.71 | 3.36 |
| เฉลี่ย | 26,207.52 | 18,920.83 | 9,356.76 | 1,574.15 | 4,553.87 | 60,613.13 | |

ที่มา : International Monetary Fund, 2003

ตารางที่ 5.5 ปริมาณส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ในตลาด
ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์สองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

หน่วย : ตัน

| ปี | ฝรั่งเศส | เดนมาร์ก | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|--------|----------|----------|--------|------|-------|--------|
| 2540 | 41.76 | 36.03 | 13.29 | 2.21 | 6.72 | 100.00 |
| 2541 | 40.08 | 38.84 | 15.93 | 2.22 | 2.93 | 100.00 |
| 2542 | 43.86 | 33.09 | 13.30 | 1.51 | 8.23 | 100.00 |
| 2543 | 45.10 | 30.37 | 14.21 | 1.63 | 8.69 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 42.62 | 34.71 | 14.17 | 1.91 | 6.59 | 100.00 |
| 2544 | 38.64 | 35.93 | 14.78 | 2.05 | 8.58 | 100.00 |
| 2545 | 47.91 | 28.86 | 15.85 | 2.35 | 5.03 | 100.00 |
| 2546 | 44.63 | 27.42 | 15.88 | 3.53 | 8.54 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 43.24 | 31.22 | 15.44 | 2.60 | 7.51 | 100.00 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-2 (บทที่ 3)

ตารางที่ 5.6 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของผู้
ส่งออกแต่ละประเทศรายปี ตั้งแต่ 2544-2546

| ปี | ฝรั่งเศส | เดนมาร์ก | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | ร้อยละของการ เปลี่ยนแปลงการ นำเข้ารวม |
|------|----------|----------|--------|-------|-------|---|
| 2540 | | | | | | |
| 2541 | -1.68 | 2.81 | 2.65 | 0.01 | -3.79 | -7.58 |
| 2542 | 3.78 | -5.75 | -2.63 | -0.71 | 5.31 | -1.91 |
| 2543 | 1.23 | -2.72 | 0.91 | 0.11 | 0.46 | -6.79 |
| 2544 | -6.45 | 5.56 | 0.57 | 0.43 | -0.11 | -23.35 |
| 2545 | 9.27 | -7.07 | 1.07 | 0.30 | -3.56 | -24.87 |
| 2546 | -3.28 | -1.45 | 0.03 | 1.18 | 3.51 | 3.36 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-3 (บทที่ 3)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดกับร้อยละของการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมดังแสดงในตารางที่ 5.6 พบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้ารวมประเทศฝรั่งเศสมีการปรับส่วนแบ่งการตลาดได้ในระดับดีและสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่ง กล่าวคือ หากปริมาณในตลาดรวมลดลง ประเทศฝรั่งเศสก็ปรับปริมาณการส่งออกไม่ให้เกิดผลมากนัก แต่หากในปีใดปริมาณในตลาดรวมเพิ่มสูงขึ้น ประเทศฝรั่งเศสก็สามารถที่จะปรับปริมาณการส่งออกเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ดีกว่าประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศที่คู่แข่งที่มีปริมาณส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกันเช่นเดนมาร์ก ซึ่งตลอดช่วงเวลาที่ศึกษาประเทศเดนมาร์กจะมีการปรับปริมาณการส่งออกได้ดีเช่นเดียวกับฝรั่งเศส แต่จะอยู่ในระดับที่น้อยกว่า และการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมของตลาดจะมีการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดอยู่เสมอในสองประเทศนี้ โดยจะพบว่า หากประเทศฝรั่งเศสสูญเสียส่วนแบ่งการตลาด ประเทศเดนมาร์กก็จะเป็นฝ่ายได้ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น ในทำนองเดียวกันถ้าประเทศฝรั่งเศสได้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นประเทศเดนมาร์กก็จะเป็นฝ่ายได้ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้ารวมของตลาด สหรัฐอเมริกาและไทยมีการปรับปริมาณการส่งออกอยู่ในระดับที่ดีเมื่อปริมาณการนำเข้ารวมของตลาดลดลง แต่อย่างไรก็ตามเมื่อปริมาณการนำเข้ารวมของตลาดเพิ่มขึ้น สหรัฐอเมริกาและไทย กลับได้ผลในทางบวกแต่อยู่ในอัตราที่ค่อนข้างน้อยกว่าประเทศฝรั่งเศสและเดนมาร์ก

จากการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด โดยพิจารณาว่าเป็นผลมาจากปัจจัยใด ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 5.7 ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นของประเทศไทยในสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันถึงร้อยละ 112.31 ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด(ลดลง) มีผลในทางลบต่อการส่งออกของไทยถึงร้อยละ 212.31 เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบต่อประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ จะเห็นได้ว่า มีผลกระทบในเชิงบวกจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันทุกประเทศ ยกเว้นเดนมาร์ก ซึ่งได้รับผลกระทบในทางที่ลดลงจากทั้ง 2 ปัจจัย

ตารางที่ 5.7 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ในตลาดประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์สองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

| การเปลี่ยนแปลง | ฝรั่งเศส | เดนมาร์ก | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|------------------------------|------------|------------|-----------|---------|-----------|------------|
| การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด | -17,291.13 | -16,499.18 | -5,102.04 | -372.26 | -2,173.42 | -41,438.03 |
| (ร้อยละ) | -100.00 | -100.00 | -100.00 | -100.00 | -100.00 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาด | -17,662.69 | -14,382.35 | -5,871.02 | -790.34 | -2,731.63 | -41,438.03 |
| (ร้อยละ) | -102.15 | -87.17 | -115.07 | -212.31 | -125.68 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากแข่งขัน | 371.57 | -2,116.83 | 768.98 | 418.08 | 558.21 | 0.00 |
| (ร้อยละ) | 2.15 | -12.83 | 15.07 | 112.31 | 25.68 | 0.00 |

ที่มา : 1. จากการคำนวณจากสมการที่ 3-5, 3-6 และ 3-7 (บทที่ 3)

2. จากตารางที่ 5.3

5.2.2 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกในประเทศซาอุดีอาระเบีย

จากตารางที่ 5.8 พบว่า ปริมาณการนำเข้าโดยรวมมีแนวโน้มลดลงทุกปี โดยลดลงเฉลี่ยร้อยละ 6 - 20 ต่อปี ซึ่งถ้าพิจารณาเป็นรายประเทศผู้ส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย จะเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยจากสองช่วงเวลา คือ ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 และค่าเฉลี่ยในช่วงปี 2544 - 2546 จะเห็นว่ามีเพียงประเทศไทยเท่านั้นที่สามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียได้ ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ ส่งออกได้ลดลง นอกจากนี้จากการวิเคราะห์หาส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกต่าง ๆ (ตารางที่ 5.9) พบว่าในช่วงปี 2540 - 2543 ประเทศฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด คือ ร้อยละ 75.63 รองลงมาได้แก่เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และไทยตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาดูส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยในช่วงระหว่างปี 2544 - 2546 จะพบว่าส่วนแบ่งการตลาดของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.68 เป็นร้อยละ 6.15 โดยเลื่อนมาเป็นผู้ส่งออกอันดับสามแทนประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยคือจากร้อยละ 5.62 เป็นร้อยละ 5.58 จากการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดรายปี (ตารางที่ 5.10) มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเกือบทุกประเทศ ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถที่จะดูได้ว่าเป็นผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด หรือ เป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5.11 แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด มีผลกระทบต่อทุก

ประเทศในทางลบทุกประเทศ ขณะที่ผลกระทบจากการแข่งขันทำให้ไทยได้เปรียบและมีส่วนแบ่ง การตลาดเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 206.46 โดยมีสหรัฐอเมริกาได้รับผลทางบวกเพียงร้อยละ 12.79

ตารางที่ 5.8 ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ในตลาด ประเทศซาอุดีอาระเบียสองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

หน่วย : ตัน

| ปี | ฝรั่งเศส | เม็กซิโก | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม | ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวม |
|--------|-----------|----------|----------|--------|--------|-----------|-------------------------------------|
| 2540 | 14,395.05 | 2,455.49 | 1,022.70 | 463.41 | 564.00 | 18,900.65 | |
| 2541 | 13,264.84 | 2,279.45 | 855.52 | 540.37 | 383.00 | 17,323.18 | -8.34 |
| 2542 | 10,768.24 | 1,524.84 | 913.04 | 813.42 | 420.00 | 14,439.54 | -16.65 |
| 2543 | 9,633.98 | 1,525.86 | 777.38 | 520.79 | 429.00 | 12,887.01 | -10.75 |
| เฉลี่ย | 12,015.53 | 1,946.41 | 892.16 | 584.50 | 449.00 | 15,887.60 | |
| 2544 | 10,415.09 | 1,478.21 | 638.67 | 955.69 | 408.00 | 13,895.66 | 7.82 |
| 2545 | 8,306.97 | 1,270.24 | 715.07 | 349.50 | 408.00 | 11,049.78 | -20.48 |
| 2546 | 7,279.33 | 1,133.71 | 672.14 | 870.18 | 408.00 | 10,363.36 | -6.21 |
| เฉลี่ย | 8,667.13 | 1,294.05 | 675.29 | 725.12 | 408.00 | 11,769.60 | |

ที่มา : International Monetary Fund, 2003

ตารางที่ 5.9 ปริมาณส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ใน
ตลาดประเทศซาอุดีอาระเบียสองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|--------|----------|--------------|--------|------|-------|--------|
| 2540 | 76.16 | 12.99 | 5.41 | 2.45 | 2.98 | 100.00 |
| 2541 | 76.57 | 13.16 | 4.94 | 3.12 | 2.21 | 100.00 |
| 2542 | 74.57 | 10.56 | 6.32 | 5.63 | 2.91 | 100.00 |
| 2543 | 74.76 | 11.84 | 6.03 | 4.04 | 3.33 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 75.63 | 12.25 | 5.62 | 3.68 | 2.83 | 100.00 |
| 2544 | 74.95 | 10.64 | 4.60 | 6.88 | 2.94 | 100.00 |
| 2545 | 75.18 | 11.50 | 6.47 | 3.16 | 3.69 | 100.00 |
| 2546 | 70.24 | 10.94 | 6.49 | 8.40 | 3.94 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 73.46 | 11.02 | 5.85 | 6.15 | 3.52 | 100.00 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-2 (บทที่ 3)

ตารางที่ 5.10 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของผู้
ส่งออกแต่ละประเทศรายปี ตั้งแต่ 2544-2546

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | ร้อยละของการ เปลี่ยนแปลงการนำเข้า |
|------|----------|--------------|--------|-------|-------|--------------------------------------|
| 2540 | | | | | | |
| 2541 | 0.41 | 0.17 | -0.47 | 0.67 | -0.77 | -8.34 |
| 2542 | -2.00 | -2.60 | 1.38 | 2.51 | 0.70 | -16.65 |
| 2543 | 0.18 | 1.28 | -0.29 | -1.59 | 0.42 | -10.75 |
| 2544 | 0.19 | -1.20 | -1.44 | 2.84 | -0.39 | 7.82 |
| 2545 | 0.23 | 0.86 | 1.88 | -3.71 | 0.76 | -20.48 |
| 2546 | -4.94 | -0.56 | 0.01 | 5.23 | 0.24 | -6.21 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-3 (บทที่ 3)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมเทียบกับการปรับการส่งออกของแต่ละประเทศดังแสดงในตารางที่ 5.10 พบว่า ประเทศฝรั่งเศสมีการปรับการส่งออกได้ดีเมื่อการนำเข้ารวมลดลง แต่เมื่อการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมเพิ่มขึ้น ฝรั่งเศสกลับเพิ่มส่วนแบ่ง

การตลาดได้ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดที่สำคัญคือเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่สหรัฐอเมริกามีการปรับการส่งออกได้ดีเมื่อการนำเข้ารวมลดลง แต่เมื่อการนำเข้ารวมเพิ่มขึ้นกลับเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้ค่อนข้างน้อย และไทยในตลาดนี้สามารถรักษาระดับส่วนแบ่งการตลาดได้ไม่ดิ่งนักโดยเฉพาะปี 2543 และปี 2545 แต่อย่างไรก็ตามในปี 2546 ประเทศไทยก็สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้น

ตารางที่ 5.11 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ในตลาดประเทศซาอุดีอาระเบียสองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

| การเปลี่ยนแปลง | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|------------------------------|-----------|--------------|---------|---------|---------|-----------|
| การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด | -3,348.40 | -652.36 | -216.87 | 140.63 | -41.00 | -4,118.00 |
| (ร้อยละ) | -100.00 | -100.00 | -100.00 | 100.00 | -100.00 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาด | -3,114.37 | -504.50 | -231.24 | -151.50 | -116.38 | -4,118.00 |
| (ร้อยละ) | -93.01 | -77.34 | -106.63 | -107.73 | -283.85 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากแข่งขัน | -255.57 | -144.38 | 27.73 | 290.33 | 81.88 | 0.00 |
| (ร้อยละ) | -7.63 | -22.13 | 12.79 | 206.46 | 199.72 | 0.00 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-5, 3-6, 3-7 (บทที่ 3)

5.2.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของตลาดในประเทศคูเวต

ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศต่าง ๆ ในคูเวต พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงปริมาณในการนำเข้าไม่มากเท่ากับสองประเทศแรก โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในสองช่วงเวลาจะพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.77 (ตาราง 5.12) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดเป็นไปในเชิงบวก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงปริมาณการส่งออกแต่ละประเทศคู่แข่งจะเห็นว่า ประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และไทย มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีเพียงประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น ที่มีปริมาณการส่งออกลดลง ดังนั้น การวิเคราะห์หาส่วนแบ่งการตลาดของประเทศต่าง ๆ จะทำให้เข้าใจถึงระดับการแข่งขันมากขึ้น ตารางที่ 5.13 แสดงให้เห็นว่า ผู้นำในตลาดนี้มีสองประเทศคือ ฝรั่งเศสและเนเธอร์แลนด์ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 53.71 และ 35.34 ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 แต่เมื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งการตลาดในช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 จะเห็นได้ว่า ฝรั่งเศสได้เสียส่วนแบ่งการตลาดไปในขณะที่เนเธอร์แลนด์มีส่วนแบ่งการตลาดสูงขึ้นประมาณร้อยละ 1 ประเทศไทยมี

ส่วนแบ่งการตลาดในประเทศอุตสาหกรรมร้อยละ 2.3-2.6 ซึ่งเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงแล้วก็ยังพบว่า ยังมีแนวโน้มที่ขี้นลงไม่คงที่(ตารางที่ 5.14) ดังนั้น การพิจารณาผลกระทบว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดนี้มาจากปัจจัยใด จะช่วยให้ประเทศไทย วางแผนการตลาดได้ดีขึ้น

จากตารางที่ 5.15 แสดงให้เห็นว่า เนื่องจากปริมาณการนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในภูมิภาคโดยรวม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดมีผลกระทบในเชิงบวกกับทุกประเทศ โดยไทยได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดร้อยละ 48.24 ซึ่งเมื่อเทียบกับฝรั่งเศสที่ได้รับผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 140.48 แล้ว ก็ยังนับได้ว่าไม่มาก แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดที่มาจากการแข่งขัน จะพบว่าไทยได้รับผลกระทบในเชิงบวกถึงร้อยละ 107.40 ในขณะที่ฝรั่งเศสและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้รับผลกระทบเชิงลบจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นถึง (-63.89) และ (-161.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.12 ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศคูเวตสองช่วงเวลา
คือ 2540-2543 และ 2544-2546

หน่วย : ตัน

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม | ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงการนำเข้า |
|--------|-----------|--------------|----------|--------|--------|-----------|----------------------------------|
| 2540 | 10,632.78 | 11,233.74 | 1,524.84 | 891.21 | 911.00 | 25,193.57 | |
| 2541 | 13,337.92 | 8,971.84 | 1,525.86 | 255.30 | 622.00 | 24,712.92 | -1.91 |
| 2542 | 13,393.50 | 7,857.12 | 1,626.03 | 344.11 | 432.00 | 23,652.76 | -4.29 |
| 2543 | 16,350.05 | 7,279.33 | 1,478.21 | 872.55 | 477.00 | 26,457.14 | 11.86 |
| เฉลี่ย | 13,428.56 | 8,835.51 | 1,538.74 | 590.79 | 610.50 | 25,004.10 | |
| 2544 | 14,753.73 | 8,306.96 | 1,270.24 | 564.95 | 963.00 | 25,858.88 | -1.52 |
| 2545 | 16,486.57 | 10,415.09 | 1,863.50 | 388.37 | 533.00 | 29,686.53 | -2.26 |
| 2546 | 10,415.09 | 9,633.98 | 1,019.00 | 994.53 | 987.00 | 23,049.60 | 14.8 |
| เฉลี่ย | 13,885.13 | 9,452.01 | 1,384.25 | 649.28 | 827.67 | 26,198.34 | |

ที่มา : International Monetary Fund, 2003

ตารางที่ 5.13 ปริมาณส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ใน
ประเทศคูเวตสองช่วงเวลาคือ 2540-2543 และ 2544-2546

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|--------|----------|--------------|--------|------|-------|--------|
| 2540 | 42.20 | 44.59 | 6.05 | 3.54 | 3.62 | 100.00 |
| 2541 | 53.97 | 36.30 | 6.17 | 1.03 | 2.52 | 100.00 |
| 2542 | 56.63 | 33.22 | 6.87 | 1.45 | 1.83 | 100.00 |
| 2543 | 61.80 | 27.51 | 5.59 | 3.30 | 1.80 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 53.71 | 35.34 | 6.15 | 2.36 | 2.44 | 100.00 |
| 2544 | 57.05 | 32.12 | 4.91 | 2.18 | 3.72 | 100.00 |
| 2545 | 55.54 | 35.08 | 6.28 | 1.31 | 1.80 | 100.00 |
| 2546 | 45.19 | 41.80 | 4.42 | 4.31 | 4.28 | 100.00 |
| เฉลี่ย | 52.59 | 36.33 | 5.20 | 2.60 | 3.27 | 100.00 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-2 (บทที่ 3)

ตารางที่ 5.14 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของผู้ส่งออกในตลาด
ประเทศคูเวตรายปี ตั้งแต่ 2544-2546

| ปี | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง การนำเข้า |
|------|----------|--------------|--------|-------|-------|--------------------------------------|
| 2540 | | | | | | |
| 2541 | 11.77 | -8.29 | 0.12 | -2.50 | -1.10 | -1.91 |
| 2542 | 2.65 | -3.09 | 0.70 | 0.42 | -0.69 | -4.29 |
| 2543 | 5.17 | -5.70 | -1.29 | 1.84 | -0.02 | 11.86 |
| 2544 | -4.74 | 4.61 | -0.67 | -1.11 | 1.92 | -1.52 |
| 2545 | -1.52 | 2.96 | 1.37 | -0.88 | -1.93 | -2.26 |
| 2546 | -10.35 | 6.71 | -1.86 | 3.01 | 2.49 | 14.8 |

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมกับการปรับการส่งออกของแต่ละประเทศพบว่า ในปี 2541-2543 ฝรั่งเศสสามารถรักษาระดับการส่งออกได้ดีกว่าประเทศคู่แข่ง

โดยเฉพาะประเทศเนเธอร์แลนด์ แต่หลังจากปี 2544 เป็นต้นมา ฝรั่งเศสไม่สามารถรักษาระดับส่วนแบ่งการตลาดได้ดีเท่าประเทศเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่สหรัฐอเมริกาและไทยไม่สามารถรักษาระดับส่วนแบ่งการตลาดได้เช่นเดียวกัน กล่าวคือในช่วงที่การเปลี่ยนแปลงการนำเข้ารวมลดลง สหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง แต่เมื่อการนำเข้ารวมเพิ่มขึ้น กลับไม่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้

ตารางที่ 5.15 การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศต่างๆ ในตลาดประเทศคู่เวตสองช่วงเวลา คือ 2540-2543 และ 2544-2546

| การเปลี่ยนแปลง | ฝรั่งเศส | เนเธอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ไทย | อื่นๆ | รวม |
|------------------------------|----------|--------------|---------|--------|--------|----------|
| การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด | 456.57 | 616.50 | -154.49 | 58.49 | 217.17 | 1,194.24 |
| (ร้อยละ) | 100.00 | 100.00 | -100.00 | 100.00 | 100.00 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาด | 641.37 | 422.00 | 73.49 | 28.22 | 29.16 | 1194,24 |
| (ร้อยละ) | 140.48 | 68.45 | 47.57 | 48.24 | 13.43 | -100.00 |
| การเปลี่ยนแปลงจากแข่งขัน | -291.72 | 261.61 | -249.01 | 62.82 | 216.29 | 0.00 |
| (ร้อยละ) | -63.89 | 42.44 | -161.18 | 107.40 | 99.60 | 0.00 |

ที่มา : จากการคำนวณด้วยสมการ 3-5, 3-6, 3-7 (บทที่ 3)

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าทั้งสามประเทศในตะวันออกกลาง มีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดส่งออกใหม่สำหรับไก่ฮาลาลของไทยได้ เนื่องจากผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ถึงแม้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยจะยังไม่สูงนัก แต่ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของไทย อันเนื่องมาจากการแข่งขันนั้น มีผลในเชิงบวกทั้งสามตลาด

ประเด็นหนึ่งที่เป็นผลจากการศึกษาในบทที่ 4 พบว่าถึงแม้ว่าประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ จะเป็นผู้ผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็งที่มีปริมาณการผลิตอยู่ในลำดับต้น ๆ ของปริมาณรวมของโลก แต่การส่งออกโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ตลาดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ในขณะที่ปริมาณการผลิตของสหรัฐอเมริกาและไทย ก็จัดอยู่ในลำดับต้น ๆ เช่นเดียวกัน แต่กลับมีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางค่อนข้างน้อย ชี้ให้เห็นว่าในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา สหรัฐอเมริกาและไทย มุ่งเน้นที่ตลาดเป้าหมายหลักอื่นที่ไม่ใช่ในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เช่น ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น