

วิกฤต “โลกเดือด” เป็นโอกาส! แอร์ไทยส่งออกยุโรปโตสูงสุดในรอบ 7 เดือน สนค. ชี้ยุโรปขึ้นแท่นตลาดดาวรุ่ง ฝ่าความผันผวนการค้าโลก เจาะสินค้าสีเขียวรับมาตรฐาน EU

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เผยการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยไปทวีปยุโรปเดือนพฤษภาคม 2569 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 40.7 สูงสุดในรอบ 7 เดือน รับานิสงค์คลื่นความร้อนที่มาเร็วและรุนแรงเป็นประวัติการณ์ในยุโรป ขณะที่โครงสร้างตลาดยุโรปซึ่งครัวเรือนมีเครื่องปรับอากาศเพียงราว 1 ใน 5 ยังเปิดพื้นที่การเติบโตระยะยาว พร้อมแนะผู้ประกอบการเจาะกลุ่มสินค้าประหยัดพลังงาน รับกฎระเบียบสีเขียวของยุโรป

นายันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เปิดเผยว่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของไทยไปทวีปยุโรปในเดือนพฤษภาคม 2569 มีมูลค่า 148.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 40.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน แรงตัวขึ้นอย่างชัดเจนจากเดือนเมษายนที่ขยายตัวร้อยละ 8.5 และเป็นอัตราการขยายตัวสูงสุดในรอบ 7 เดือน (นับตั้งแต่ ต.ค. 68) ส่งผลให้การส่งออกในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2569 มีมูลค่ารวม 783.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 18.9 โดยสินค้าส่งออกสำคัญที่ขยายตัวโดดเด่นในเดือนพฤษภาคม ได้แก่ เครื่องปรับอากาศแบบเปลี่ยนวงจรความเย็นหรือวงจรความร้อน (กลุ่มปั๊มความร้อน) ขยายตัวร้อยละ 70.6 ส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศ ขยายตัวร้อยละ 49.6 และแบบติดหน้าต่างหรือฝานั่ง ขยายตัวร้อยละ 21.6

ผอ.สนค. กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญมาจากคลื่นความร้อน (Heat Wave) ที่รุนแรงและเกิดขึ้นเร็วกว่าปกติ โดยเฉพาะในยุโรปตะวันตกช่วงเดือนพฤษภาคม 2569 จากปรากฏการณ์โดมความร้อน (Heat Dome) ที่ปกคลุมพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยรายวันในหลายพื้นที่สูงกว่าค่าปกติมากกว่า 10 องศาเซลเซียส โดยโปรตุเกส สหราชอาณาจักร และไอร์แลนด์ ต่างบันทึกอุณหภูมิเดือนพฤษภาคมสูงสุดเท่าที่เคยตรวจวัด และฝรั่งเศสมีวันที่ร้อนที่สุดของเดือนพฤษภาคมเป็นประวัติการณ์ ขณะที่ยุโรปตะวันตกและตอนกลาง รวมถึงบางภูมิภาคของยุโรปตะวันออก ต่างประสบกับสภาพอากาศแห้งแล้งกว่าปกติ¹ สภาพอากาศที่ร้อนจัดผิดปกติเช่นนี้ ประกอบกับการคาดการณ์ล่วงหน้าว่าฤดูร้อนปีนี้จะร้อนกว่าปกติ กระตุ้นให้ผู้นำเข้าและผู้ค้าปลีกยุโรปเร่งสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า เพื่อรองรับอุปสงค์ในช่วงจุดสูงสุดของฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม)

เมื่อพิจารณารายประเทศ พบว่า ตลาดหลักในทวีปยุโรปส่วนใหญ่ขยายตัวสอดคล้องกับสภาพอากาศที่ร้อนขึ้นผิดปกติเกือบทั่วทั้งภูมิภาค โดยเยอรมนีเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่ง มูลค่า 30.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 89.6 ตามด้วยฝรั่งเศส (ขยายตัวร้อยละ 50.9) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 58.2) และสเปน (ร้อยละ 42.2) นอกจากนี้กลุ่มตลาดยุโรปเหนือขยายตัวในอัตราสูงต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี อาทิ ฟินแลนด์ (ร้อยละ 366.6) และสวีเดน (ร้อยละ 177.3) สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาดที่มีอัตราการครอบครองเครื่องปรับอากาศต่ำเพียงประมาณร้อยละ 20 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยครัวเรือนทั่วโลกที่ร้อยละ 37 ในปี 2565²

สำหรับแนวโน้มระยะถัดไป ประเมินว่าอุปสงค์เครื่องปรับอากาศในยุโรปมีแนวโน้มยังคงแข็งแกร่งต่อเนื่องในไตรมาสที่ 3 เนื่องจากยุโรปเผชิญคลื่นความร้อนระลอกใหม่ที่รุนแรงยิ่งขึ้นในช่วงปลายเดือนมิถุนายน โดยหลายประเทศยังคงทำลายสถิติอุณหภูมิสูงสุด ไกล่ระดับ 40 องศาเซลเซียส ประกอบกับการคาดการณ์ฤดูกาลขององค์การอุตุนิยมวิทยาโลก (WMO) ช่วงเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน 2569 ที่ชี้ว่าอุณหภูมิในทวีปยุโรปมีแนวโน้มสูงกว่าค่าปกติต่อเนื่อง โดยเฉพาะยุโรปใต้และยุโรปกลาง จากภาวะเอลนีโญที่กำลังทวีกำลัง³ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้สินค้าคงคลัง

1 <https://climate.copernicus.eu/surface-air-temperature-may-2026>

2 <https://www.wri.org/insights/europes-heat-and-air-conditioning-dilemma>

3 <https://wmo.int/media/update/global-seasonal-climate-update-july-august-september-2026>

ของผู้ค้าปลีกยุโรปถูกระบายออกอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มสั่งซื้อเพื่อเติมสต็อกอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับสัญญาณจากผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศรายใหญ่ของเอเชียที่รายงานยอดขายในยุโรปเพิ่มขึ้นและคาดว่าอุปสงค์จะแข็งแกร่งตลอดฤดูกาล⁴ นอกจากนี้แรงหนุนในระยะสั้น ตลาดยุโรปยังมีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่เอื้อต่อการเติบโตในระยะยาว โดยทวีปยุโรปเป็นทวีปที่อุณหภูมิเพิ่มขึ้นรวดเร็วที่สุดในโลก เพิ่มขึ้นประมาณ 0.53 องศาเซลเซียสต่อทศวรรษนับตั้งแต่กลางปี ค.ศ. 1990 หรือมากกว่า 2 เท่าของค่าเฉลี่ยโลก⁵ ในขณะที่อัตราการครอบครองเครื่องปรับอากาศของครัวเรือนยังอยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับนโยบายของสหภาพยุโรปที่ส่งเสริมระบบปั๊มความร้อน (Heat Pump) ซึ่งใช้งานได้ทั้งฤดูร้อนและฤดูหนาว ทำให้เครื่องปรับอากาศในภูมิภาคยุโรปกำลังเปลี่ยนสถานะจาก “สินค้าฟุ่มเฟือยเป็นสินค้าจำเป็น” ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญของผู้ส่งออกไทยในการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง

ด้วยแนวโน้มดังกล่าว ผอ.สนค. มองว่าทวีปยุโรปกำลังก้าวขึ้นเป็นตลาดที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์มากขึ้น และช่วยกระจายความเสี่ยงด้านการส่งออกของไทยในภาวะที่การพึ่งพาสหรัฐอเมริกาเพียงอย่างเดียวมีความไม่แน่นอนสูงขึ้น สะท้อนได้จากสัดส่วนของทวีปยุโรปต่อการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ไปตลาดโลกที่ปรับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.4 ในเดือนมกราคม เป็นร้อยละ 23.8 ในเดือนพฤษภาคม 2569 และสัดส่วนดังกล่าวสูงกว่าเดือนพฤษภาคมของ 3 ปีก่อนหน้าอย่างชัดเจน (ร้อยละ 21.4 18.2 และ 16.0 ในปี 2566-2568) อย่างไรก็ตาม การเติบโตของตลาดยุโรปมีเงื่อนไขเชิงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมกำกับอยู่ โดยเฉพาะเมื่อตลาดหลักในทวีปยุโรปส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป (EU) ซึ่งมีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดและมักเป็นบรรทัดฐานให้ประเทศอื่นในภูมิภาค ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรมุ่งพัฒนาสินค้ากลุ่มประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูงและระบบ Heat Pump ที่สอดคล้องกับนโยบายด้านพลังงานและลดคาร์บอนของ EU พร้อมติดตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้น โดยเฉพาะการทยอยจำกัดการใช้สารทำความเย็นที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนสูง และควรยกระดับการแข่งขันจากด้านราคาสู่ด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพพลังงาน และมาตรฐานสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่ยั่งยืนในตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า อากาศร้อนจัดในยุโรปไม่ใช่เหตุการณ์ชั่วคราว แต่กำลังกลายเป็นความปกติใหม่ของภูมิภาค ไทยในฐานะผู้ส่งออกเครื่องปรับอากาศรายใหญ่ ควรใช้จังหวะนี้เร่งเจาะตลาดยุโรปที่ยังมีช่องว่างการเติบโตสูง พร้อมพัฒนาสินค้าและเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงานให้สอดคล้องมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป เพื่อเปลี่ยน “โลกเดือด” ให้เป็น “โอกาสทอง” ของอุตสาหกรรมไทยอย่างยั่งยืน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
22 กรกฎาคม 2569

⁴ <https://www.cnn.com/2026/06/25/asia/europe-heat-wave-air-conditioning-intl-hnk>

⁵ <https://climate.copernicus.eu/why-are-europe-and-arctic-heating-faster-rest-world>