ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย

นางสาว นริสา เมืองสุวรรณ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2549

ISBN 974-14-2711-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE COMPETITIVENESS OF THAI MOTORCYCLE PARTS INDUSTRY.

Miss Narisa Muangsuwan

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

ISBN 974-14-2711-5

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย
โดย	นางสาว นริสา เมืองสุวรรณ
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. โสตถิธร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วรัญญา ภัทรสุข)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. จารุมา อัชกุล)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นริสา เมืองสุวรรณ : ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย. (THE COMPETITIVENESS OF THAI MOTORCYCLE PARTS INDUSTRY) อ. ที่ปรึกษา : รศ.สามารถ เจียสกุล, 165 หน้า. ISBN 974-14-2711-5

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้ค่า RCA และ Diamond Model สำหรับการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย และใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติสำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยค่า RCA แยกตามรายสินค้า ดังนี้ 1) ยางนอกรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศส 2) ยางในรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา 3) อานรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตอานรถจักรยานยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาเลย ในขณะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดอิตาลี 4) ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย พบว่า 1) ยางนอกรถจักรยานยนต์ ปัจจัยที่ส่งผล คือ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อน และ ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย 2) ยางในรถจักรยานยนต์ ปัจจัยที่ส่งผล คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก 3) ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ปัจจัยที่ส่งผล คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ และตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนของไทย

การวิเคราะห์ Diamond Model พบว่าประเทศไทยยังมีจุดอ่อนหลายด้านที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ เช่น ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ขาดการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ ผู้ผลิตชิ้นส่วนจำนวนมากขาดมาตรฐานและประสิทธิภาพในการผลิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์.....ลายมือชื่อนิสิต.....นริสา เมืองสุวรรณ.....

ปีการศึกษา.....2549.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4785576029 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD: THE COMPETITIVENESS / MOTORCYCLE / PARTS INDUSTRY

NARISA MUANGSUWAN : THE COMPETITIVENESS OF THAI MOTORCYCLE PARTS INDUSTRY. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. SAMART CHIASAKUL, 165 pp. ISBN: 974-14-2711-5

This research project aims to study the market structure of Thai motorcycle parts industry and to investigate factors affecting the industries competitiveness. Revealed Comparative Advantage (RCA) indices and Diamond Model are being used to evaluate the potential of Thai motorcycle parts industry. To analyze factors affecting the industry competitiveness, a Linear Regression Model is being used.

The study results show that Thai 1) new pneumatic tires for motorcycles have potential competition in Japan, Malaysia, and France markets 2) inner tubes for motorcycles have potential competition in Japan, Malaysia, and USA markets 3) saddles for motorcycles have potential competition in Italy, but not in UK and USA markets. 4) Other parts and accessories for motorcycles have potential competition in Indonesia, Philippines, and Malaysia markets.

For factors affecting the competitiveness of 1) new pneumatic tires for motorcycle are average wage, market share in previous time, and financial crises 2) inner tubes are gross domestic product per capita, average wage, and exchange rate 3) other parts and accessories of motorcycle are gross domestic product per capita, exchange rate, average wage, and local content requirements.

The Diamond Model analysis shows that some barriers to the development of the motorcycle parts industry in Thailand are the lack of skilled labor, research and development and testing equipment. Part suppliers lack standards and efficiency in the manufacturing.

Field of study .....ECONOMICS.....Student's signature.....Narisa Muangsuwan.....

Academic year.....2006.....Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยความช่วยเหลือจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.วรัญญา ภัทรสุข ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.จารุมา อัชกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนความรู้และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากและเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนทราบซึ้งและใคร่ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านในความกรุณาที่ได้รับอย่างยิ่ง

ผู้เขียนขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตที่ช่วยแนะนำและประสานงานในการทำวิทยานิพนธ์ และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การสนับสนุนในด้านข้อมูล และข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสาทวิชาแก่ข้าพเจ้าและเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ รวมถึงเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าในการศึกษาครั้งนี้ และท้ายสุดสำคัญอย่างยิ่ง ผู้เขียนขอขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติๆ ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจที่ดียิ่งแก่ผู้เขียน หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญ..... ช

สารบัญตาราง..... ฌ

สารบัญแผนภาพ..... ฏ

บทที่

1 บทนำ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา..... 4

1.3 ขอบเขตของการศึกษา..... 5

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 7

1.5 โครงสร้างของวิทยานิพนธ์..... 8

2 ข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย..... 13

2.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย..... 13

2.2 โครงสร้างอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย..... 19

2.3 เครือข่ายการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน..... 26

2.4 การผลิตและการค้ารถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน..... 32

2.5 บทบาทของรัฐบาลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย.. 63

3. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 77

3.1 กรอบความคิด..... 77

3.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา..... 78

3.3 วรรณกรรมปริทัศน์..... 86

4 วิธีการศึกษา..... 97

4.1 แหล่งที่มาของข้อมูล..... 97

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล..... 97

4.3 สมมติฐานการศึกษา..... 100

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5 ผลการศึกษา..... 102
5.1 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน..... 103
5.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์..... 114
5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย..... 124
6 สรุปและข้อเสนอแนะ..... 130
6.1 สรุปผลการศึกษา..... 131
6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์..... 137
6.3 ข้อจำกัดและแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป..... 138
รายการอ้างอิง..... 139
ภาคผนวก..... 143
ภาคผนวก ก..... 144
ภาคผนวก ข..... 148
ภาคผนวก ค..... 160
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 165

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบปี พ.ศ. 2544-2548.....	2
1.2	มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ปี พ.ศ. 2545-2548.....	6
1.3	ตลาดส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548.....	9
1.4	ตลาดส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548.....	10
1.5	ตลาดส่งออกอานรถจักรยานยนต์ ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548.....	11
1.6	ตลาดส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548.....	12
2.1	โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย.....	23
2.2	การผลิตยานยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2545-2548.....	34
2.3	การจำหน่ายยานยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2545-2548…….....	35
2.4	การส่งออกยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2545-2548.....	36
2.5	ตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548….....	37
2.6	การนำเข้ายานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2545-2548…….....	38
2.7	ตลาดส่งออกส่วนประกอบรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548.....	41
2.8	ตลาดนำเข้ารถจักรยานยนต์และส่วนประกอบของไทยปี พ.ศ. 2546-2548….....	42
2.9	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548……	44
2.10	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS401140) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548.....	46
2.11	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดฝรั่งเศส ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548....	47
2.12	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548.....	49
2.13	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548.....	50
2.14	มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2548	52

ตารางที่ หน้า

2.15 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดสหราชอาณาจักรระหว่าง ปี พ.ศ. 2544-2548..... 54

2.16 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดอิตาลี ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 55

2.17 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 58

2.18 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดอินโดนีเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 59

2.19 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 60

2.20 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 62

5.1 ส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์ ปี พ.ศ. 2548..... 110

5.2 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศสระหว่าง ปี พ.ศ. 2544-2548..... 115

5.3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 118

5.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกอานรถรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ไปตลาดสหราชอาณาจักร อิตาลี และสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 120

5.5 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ไปประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 122

ตารางที่ หน้า

5.6 การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันปี พ.ศ. 2548..... 124

6.1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญแยกรายสินค้า ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548..... 133

6.2 การประมาณการณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์..... 135

ค.1 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี 2525-2548..... 161

ค.2 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากบีโอไอในอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์และยางรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี 2528-2545..... 164

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2.1	โครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 ของไทยปี พ.ศ. 2545.....	24
2.2	โครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 ของไทยปี พ.ศ. 2548……..……....	24
2.3	สถานที่ตั้งโรงงานผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์.....	25
2.4	เครือข่ายการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน.....	29
2.5	ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์.....	30
5.1	ยอดการผลิต และจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของไทย ปี พ.ศ. 2539-2548.....	108
5.2	ยอดการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ของไทย ปี พ.ศ. 2539-2548.....	109
5.3	การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model)……..……	113

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา พบว่าภาคอุตสาหกรรมได้เพิ่มระดับความสำคัญอย่างต่อเนื่องในเศรษฐกิจของประเทศ โดยจะเห็นได้จากมูลค่าสินค้าการส่งออกของประเทศ ซึ่งสัดส่วนของมูลค่าสินค้าส่งออกของประเทศส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุตสาหกรรม และสัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของสินค้าประเภทอื่นๆ อาทิ เกษตรกรรม มีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน โดยในปี พ.ศ. 2536 สัดส่วนของมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมในมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศเท่ากับ ร้อยละ 71.41 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 77.29 ในปี พ.ศ. 2547 ในขณะที่สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตรกรรมลดลงจากร้อยละ 17.36 ในปี พ.ศ. 2536 เป็นร้อยละ 10.7 ในปี พ.ศ. 2547 จากสัดส่วนการส่งออก และสัดส่วนของการผลิตในผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศที่สูงขึ้นมาโดยตลอดของภาคอุตสาหกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ภาคอุตสาหกรรมจะต้องเป็นตัวจักรที่สำคัญ ในการผลักดันให้การส่งออกรวมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพการส่งออกสูง อาทิ สาขายานยนต์และชิ้นส่วน และสาขาอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการตั้งเป้าหมายอัตราการขยายตัวการส่งออกไว้กว่าร้อยละ 50 และ 20 ตามลำดับ

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก และมีการขยายตัวมากขึ้นทุกปี ซึ่งประเทศไทยได้ชื่อว่า เป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย อุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศอย่างมหาศาล โดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความเข้มแข็ง อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งยังช่วยลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้นด้วย เนื่องจากศักยภาพในการผลิตและกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ทำให้หลายประเทศได้ให้ความสนใจ ที่จะให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ซึ่งปัจจุบันได้ขยายฐานการผลิตมาในประเทศไทยเพื่อการจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปต่างประเทศ ซึ่งการที่ญี่ปุ่นได้ขยายฐานการผลิตมาในประเทศไทยนั้นส่งผลให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของเอเชีย เกิดการจ้างงานและ

การถ่ายทอดเทคโนโลยีจนอุตสาหกรรมนี้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยก็เป็นได้

การขยายฐานการผลิตของญี่ปุ่นมีบทบาทอย่างสูงต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในแง่ของการเป็นผู้ประกอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย และเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนสำคัญๆ ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทอย่างเต็มที่ คือ อุตสาหกรรมจักรยานยนต์ เนื่องจากบริษัทผลิตรถจักรยานยนต์ปัจจุบันมี 6 บริษัท โดย 4 บริษัทเป็นเจ้าของชาวญี่ปุ่น และที่เหลือ เป็นเจ้าของชาวมาเลเซีย และไทย ตามลำดับ เนื่องจากรถจักรยานยนต์ถือว่าเป็นยานพาหนะที่มีราคาไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับยานพาหนะประเภทอื่นๆ และประกอบกับปัญหาการจราจรที่ติดขัดของประเทศไทย จึงทำให้คนส่วนใหญ่ในประเทศนิยมใช้รถจักรยานยนต์เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ยอดผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ทั้งภายในและภายนอกประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (ตารางที่ 1.1) ซึ่งจากการที่ต้องผลิตรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนจักรยานยนต์เช่นกัน เพราะเป็นอุตสาหกรรมเชื่อมโยงที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ปี พ.ศ. 2544-2548

รายการ	**มูลค่า : พันล้านบาท**					**อัตราการขยายตัว : ร้อยละ**			
	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	10,907.9	11,760.9	15,204.3	20,603.9	26,338.3	7.8	27.2	37.7	27.8
รถจักรยานยนต์	4,287.1	4,672.4	5,964.0	8,261.0	11,836.8	9.0	22.4	44.4	43.3
ส่วนประกอบรถจักรยานยนต์	6,620.7	7,088.5	9,240.3	12,342.9	14501.5	7.1	30.3	33.6	17.5
ชิ้นส่วนครบชุดสมบูรณ์	120.3	574.4	1,473.4	1,884.2	175.8	377.5	156.5	27.8	-90.7
ส่วนประกอบรถจักรยานยนต์อื่น ๆ	6,500.5	6,514.1	7,766.9	10,458.8	14,325.7	0.2	19.2	34.7	37.0

ที่มา : กรมศุลกากร

เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้มีการขยายตัวในการผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมากขึ้น ดังนั้นบริษัทผู้ผลิต จึงเริ่มขยายฐานการผลิตไปประเทศต่างๆ มากขึ้น ดังจะเห็นว่าประเทศที่เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการขยายฐานการผลิตประเทศหนึ่งคือ จีน เนื่องจากจีนมีเป้าหมายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยการใช้เทคโนโลยีจากต่างชาติ รัฐบาลจีนจึงได้เปิดเสรีให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนและยกเลิกข้อกำหนดการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ

จากการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ดังกล่าวของจีน ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลก และผลผลิตยานยนต์ของจีนเพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังนั้นผู้ผลิตต่างชาติได้วางแผนเพิ่มศักยภาพในการผลิตเพื่อสอดคล้องกับตลาดตามที่จีนตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งจีนจะส่งออกยานยนต์ไปญี่ปุ่น และประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียด้วย โดยผู้ผลิตยานยนต์และชิ้นส่วน เช่น Volkswagen, Yazaki Industry, Sumitomo Electrics และ Mabuchi Motors ได้ทำการผลิตในจีนและเป็นฐานการส่งออกแล้ว หรือแม้แต่ฮอนด้าซึ่งเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ที่สุดของโลก ได้เข้าไปร่วมทุนกับบริษัทผู้ผลิตในจีนด้วย และในแผนพัฒนาของจีน ได้มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาความสามารถในด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในจีน ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนพัฒนาต่อไปจนเป็นฐานการผลิต เพื่อการส่งออกทั้งชิ้นส่วนและวัตถุดิบ ซึ่งเป็นการผลิตปริมาณมากและราคาถูกด้วย เป็นเหตุให้การแข่งขันทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจีนสามารถผลิตรถจักรยานยนต์ขายได้ในราคาที่ถูกกว่าไทย เพราะมีชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ถูกกว่า และกำลังรุกตลาดอินโดจีนขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลกระทบต่อยอดการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2548 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2547 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2548) ทั้งนี้ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2548 การส่งออกส่วนประกอบและชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ของไทย ได้รับผลกระทบจากการที่ จีนได้มีการปรับเป้าหมายที่จะส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ให้เร็วขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2548 จีนได้เริ่มมีการผลิตอะไหล่รถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้น ส่งออกเพิ่มขึ้น และประเทศไทยเองก็มีการนำเข้าชิ้นส่วนจักรยานยนต์จากจีนด้วย ประกอบกับค่าแรงที่ถูกกว่า และจีนยังเป็นแหล่งตลาดสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพราะมีจำนวนประชากรมาก จากเหตุผลดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ไปทั่วโลก นอกจากนี้ ไม่เพียงแต่จีนเท่านั้นที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย แต่อินเดีย และไต้หวัน ก็เริ่มเข้ามามีบทบาทในการเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนในเอเชียมากขึ้นด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย ตลอดจนภาครัฐควรจะต้องติดตามและเตรียมพร้อมกับการปรับตัว ให้ทันกับสถานการณ์การแข่งขันของโลก และประเทศคู่แข่งซึ่งทวีความรุนแรง และมีการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยผู้ผลิตไทยต้อง

มีการปรับตัวเพื่อแข่งขันกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะจีน อินเดีย และไต้หวัน ด้วยการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ให้เทียบเท่าหรือสูงกว่ามาตรฐานสากล และการพัฒนาเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศอย่างรวดเร็ว ซึ่งถ้าประเทศไทยไม่มีการพัฒนาในด้านนี้เท่าที่ควร ในอนาคตผู้ผลิตข้ามชาติต่างๆ อาจเริ่มย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไปประเทศจีน หรือมีการใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จากจีนแทนก็เป็นได้ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย

จากภาวการณ์ดังกล่าว เป็นเหตุให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมาก ดังนั้นเพื่อที่จะมีการกำหนดนโยบายและพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึงภาวการณ์ โครงสร้างของอุตสาหกรรม และศักยภาพในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ตลอดจนปัจจัยและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายจากรัฐบาลต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดทั้งในแง่ของ การผลิต และการตลาดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย

2. เพื่อศึกษาถึงความสามารถ หรือศักยภาพในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ โดยดูจากส่วนแบ่งตลาด และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย

3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาตามสิ่งที่ต้องการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาความสามารถในการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และส่วนแบ่งตลาด ในตลาดส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เน้นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยอีก 4 ประเทศ คือ ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้าไทย และประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าไทย 2 อันดับถัดมา โดยได้ทำการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2544-2548 ซึ่งชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่แบ่งตามรหัส HS (Harmonized System) (ตารางที่ 1.2) ที่ทำการศึกษา มีดังนี้

- รหัส 401140 คือ ยางนอกรถจักรยานยนต์
- รหัส 401390 คือ ยางในรถจักรยานยนต์
- รหัส 871411 คือ อานรถจักรยานยนต์
- รหัส 871419 คือ ชิ้นส่วนของรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ปี พ.ศ. 2545-2548

สินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ชิ้นส่วนของรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ	6,467.12	6,490.57	7,749.03	10,400.51	14,299.39	0.36	19.39	34.22	37.49
ยางนอกรถจักรยานยนต์	1,125.55	1,305.24	1,518.75	1,515.88	2,219.96	15.97	16.36	-0.19	46.45
ยางในรถจักรยานยนต์	381.07	261.28	281.18	440.40	663.82	-31.44	7.62	56.62	50.73
อานรถจักรยานยนต์	28.56	23.48	13.58	56.32	23.44	-17.80	-42.17	314.83	-58.38

ที่มา: กรมศุลกากร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยนั้น จะพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แต่ละชนิด เป็นตัวแทนความสามารถในการแข่งขัน และทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2534–2548 โดยจะพิจารณาในตลาดส่งออกที่สำคัญของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แต่ละชนิด 3 ตลาด[1] (ตารางที่ 1.3-1.6) ดังนี้

- ยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น
- ยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น
- ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย ทั้งทางด้านวิวัฒนาการของอุตสาหกรรม การค้า การผลิต และการลงทุนจากต่างประเทศ ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวม และสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย ทำให้ทราบถึง ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย

3. ทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐในการวางนโยบายเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ

[1] เนื่องจากมูลค่าการส่งออกอานรถจักรยานยนต์ของไทยมีสถิติในปี พ.ศ. 2544-2548 จึงมีความจำกัดทางด้านข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis)

1.5 โครงสร้างวิทยานิพนธ์

บทที่ 1 บทนำ ประกอบด้วยความสำคัญและที่มา วัตถุประสงค์ ขอบเขตในการศึกษา และประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้

บทที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ประกอบด้วยพัฒนาการของอุตสาหกรรม โครงสร้างอุตสาหกรรม เครือข่ายการผลิตของอุตสาหกรรม การผลิตการค้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4 วิธีการศึกษา ประกอบด้วย แหล่งที่มาของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสมมติฐานการศึกษา

บทที่ 5 ผลการศึกษา ประกอบด้วย การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสามารถในการแข่งขัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ประกอบด้วยข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ และการศึกษาครั้งต่อไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.3 ตลาดส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยไปตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ญี่ปุ่น	202.42	267.59	205.55	169.23	323.64	17.98	20.50	13.53	11.16	14.58	32.20	-23.18	-17.67	91.24
มาเลเซีย	25.56	45.03	104.06	148.76	290.54	2.27	3.45	6.85	9.81	13.09	76.17	131.09	42.96	95.31
ฝรั่งเศส	109.94	103.17	136.28	161.58	265.63	9.77	7.90	8.97	10.66	11.97	-6.16	32.09	18.56	64.40
อิตาลี	100.05	109.41	153.49	177.12	181.26	8.89	8.38	10.11	11.68	8.17	9.36	40.29	15.40	2.34
บราซิล	65.38	51.07	46.85	85.84	171.01	5.81	3.91	3.08	5.66	7.70	-21.89	-8.26	83.22	99.22
อินโดนีเซีย	0.03	0.38	19.78	48.21	111.23	0.00	0.03	1.30	3.18	5.01	1,166.67	5,105.26	143.73	130.72
กัมพูชา	49.75	66.97	76.48	87.68	95.43	4.42	5.13	5.04	5.78	4.30	34.61	14.20	14.64	8.84
สเปน	50.20	42.01	64.86	102.28	84.82	4.46	3.22	4.27	6.75	3.82	-16.30	54.38	57.70	-17.07
พม่า	12.62	9.29	21.75	35.35	70.15	1.12	0.71	1.43	2.33	3.16	-26.37	134.15	62.53	98.42
โคลัมเบีย	51.73	59.29	58.31	59.21	65.84	4.60	4.54	3.84	3.91	2.97	14.62	-1.65	1.54	11.19
รวม 10 รายการ	667.67	754.21	887.41	1,075.27	1,659.55	59.32	57.78	58.43	70.93	74.76	12.96	17.66	21.17	54.34
อื่น ๆ	457.88	551.03	631.34	440.61	560.41	40.68	42.22	41.57	29.07	25.24	20.34	14.58	-30.21	27.19
รวมทั้งหมด	1,125.55	1,305.24	1,518.75	1,515.88	2,219.96	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	15.96	16.36	-0.19	46.45

ที่มา : กรมศุลกากร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.4 ตลาดส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ของไทยไปตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ลาว	83.35	68.36	70.54	108.06	95.36	21.87	20.41	19.41	19.69	14.37	-17.98	3.19	53.19	-11.75
ญี่ปุ่น	45.41	16.84	17.66	86.65	86.13	11.92	5.03	4.86	15.79	12.97	-62.92	4.87	390.66	-0.60
กัมพูชา	26.87	29.90	28.56	43.94	73.52	7.05	8.93	7.86	8.01	11.08	11.28	-4.48	53.85	67.32
มาเลเซีย	2.47	7.79	18.07	23.90	61.82	0.65	2.33	4.97	4.36	9.31	215.38	131.96	32.26	158.66
พม่า	10.56	12.83	22.15	32.10	42.68	2.77	3.83	6.10	5.85	6.43	21.50	72.64	44.92	32.96
ซีเรีย	10.93	13.53	22.36	36.35	32.63	2.87	4.04	6.15	6.62	4.92	23.79	65.26	62.57	-10.23
สหรัฐอเมริกา	11.71	19.78	14.89	22.71	18.44	3.07	5.91	4.10	4.14	2.78	68.92	-24.72	52.52	-18.80
เม็กซิโก	8.15	5.37	6.64	5.88	18.30	2.14	1.60	1.83	1.07	2.76	-34.11	23.65	-11.45	211.22
สเปน	17.17	11.99	16.53	14.66	16.71	4.51	3.58	4.55	2.67	2.52	-30.17	37.86	-11.31	13.98
สหราอาณาจักร	15.72	14.30	17.40	18.31	15.25	4.13	4.27	4.79	3.34	2.30	-9.03	21.68	5.23	-16.71
รวม 10 รายการ	232.34	200.70	234.80	392.57	460.85	60.97	59.93	64.61	71.55	69.42	-13.62	16.99	67.19	17.39
อื่น ๆ	148.73	134.21	128.61	156.12	202.97	39.03	40.07	35.39	28.45	30.58	-9.76	-4.17	21.39	30.01
รวมทั้งหมด	381.07	334.91	363.41	548.69	663.82	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-12.11	8.51	50.98	20.98

ที่มา : กรมศุลกากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.5 ตลาดส่งออกอานรถจักรยานยนต์ ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกอานรถจักรยานยนต์ของไทยไปตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
สหราชอาณาจักร	0.2319	N/A	N/A	41.6721	9.4347	0.81	N/A	N/A	73.99	40.25	-100.00	N/A	N/A	-77.36
อิตาลี	N/A	11.0978	7.5197	9.2546	5.1613	N/A	47.27	55.38	16.43	22.02	N/A	-32.24	23.07	-44.23
อิหร่าน	N/A	N/A	N/A	N/A	2.3396	N/A	N/A	N/A	N/A	9.98	N/A	N/A	N/A	N/A
ลาว	6.2472	1.3138	0.4484	0.4976	1.9624	21.87	5.60	3.30	0.88	8.37	-78.97	-65.87	10.97	294.37
ญี่ปุ่น	0.6734	0.5175	1.3849	0.7021	1.3748	2.36	2.20	10.20	1.25	5.86	-23.15	167.61	-49.30	95.81
ซีเรีย	N/A	0.6382	0.8224	1.4785	1.3473	N/A	2.72	6.06	2.63	5.75	N/A	28.86	79.78	-8.87
พม่า	0.1355	0.0793	0.1769	0.0750	0.3885	0.47	0.34	1.30	0.13	1.66	-41.48	123.08	-57.60	418.00
มาเลเซีย	0.0569	N/A	0.0607	0.1785	0.2364	0.20	N/A	0.45	0.32	1.01	-100.00	N/A	194.07	32.44
กรีซ	N/A	0.0875	0.1647	0.3692	0.2068	N/A	0.37	1.21	0.66	0.88	N/A	88.23	124.17	-43.99
อินโดนีเซีย	0.0063	0.0075	0.0110	0.0050	0.1865	0.02	0.03	0.08	0.01	0.80	19.05	46.67	-54.55	3630.00
รวม 10 รายการ	7.3513	13.7416	10.5886	54.2326	22.6381	25.74	58.53	77.99	96.29	96.57	86.93	-22.94	412.18	-58.26
อื่น ๆ	16.0905	9.7354	2.9887	2.0907	0.8037	56.34	41.47	22.01	3.71	3.43	-39.50	-69.30	-30.05	-61.56
รวมทั้งหมด	28.5615	23.4771	13.5773	56.3233	23.4418	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-17.80	-42.17	314.83	-58.38

หมายเหตุ: N/A คือ ไม่มีการส่งออก

ที่มา: กรมศุลกากร

ตารางที่ 1.6 ตลาดส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่น ๆ ของไทยไปตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
อินโดนีเซีย	283.11	1,364.01	2,308.44	3,339.76	4,607.19	4.38	21.02	29.79	32.11	32.22	381.80	69.24	44.68	37.95
เวียดนาม	2,500.58	2,195.52	1,667.32	2,320.82	2,991.24	38.67	33.83	21.52	22.31	20.92	-12.20	-24.06	39.19	28.89
ฟิลิปปินส์	801.59	890.74	742.99	1,141.98	1,919.95	12.39	13.72	9.59	10.98	13.43	11.12	-16.59	53.70	68.12
มาเลเซีย	210.43	335.70	520.84	924.41	1,136.48	3.25	5.17	6.72	8.89	7.95	59.53	55.15	77.48	22.94
ญี่ปุ่น	678.03	358.20	1,368.25	898.88	954.56	10.48	5.52	17.66	8.64	6.68	-47.17	281.98	-34.30	6.19
กัมพูชา	447.03	367.34	220.11	309.84	624.72	6.91	5.66	2.84	2.98	4.37	-17.83	-40.08	40.77	101.63
สหราชอาณาจักร	132.02	128.32	163.49	459.02	559.31	2.04	1.98	2.11	4.41	3.91	-2.80	27.41	180.76	21.85
อิตาลี	38.26	112.81	193.86	296.46	374.90	0.59	1.74	2.50	2.85	2.62	194.85	71.85	52.92	26.46
บราซิล	99.70	33.70	30.57	51.28	165.32	1.54	0.52	0.39	0.49	1.16	-66.20	-9.29	67.75	222.39
ลาว	958.34	311.16	142.26	133.20	160.57	14.82	4.79	1.84	1.28	1.12	-67.53	-54.28	-6.37	20.55
รวม	6,149.08	6,097.50	7,358.13	9,875.65	13,494.25	95.08	93.94	94.96	94.95	94.37	-0.84	20.67	34.21	36.64
อื่น ๆ	8,150.31	393.07	390.90	524.86	805.14	126.03	6.06	5.04	5.05	5.63	-95.18	-0.55	34.27	53.40
รวมทั้งหมด	6,467.12	6,490.57	7,749.03	10,400.51	14,299.39	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	0.36	19.39	34.22	37.49

ที่มา : กรมศุลกากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

ข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย

เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการ ภาวการณ์ปัจจุบันในด้านการค้าและการตลาดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยมากยิ่งขึ้น ในบทนี้จึงได้ทำการศึกษาถึงพัฒนาการ โครงสร้างตลาด การผลิต การค้า ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์

2.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมทั้งข้างหน้า และข้างหลัง (Forward - Backward Linked) เป็นจำนวนมาก ซึ่งภาครัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้ จึงได้มีนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

<u>ช่วงเริ่มต้นของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วน (พ.ศ. 2505 – 2520)</u>

พ.ศ. 2505 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ให้การส่งเสริมการลงทุนแก่การประกอบรถจักรยานยนต์ขึ้นตาม พ.ร.บ. การลงทุนปี พ.ศ. 2505 โดยเริ่มให้การส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2507

พ.ศ. 2507 เป็นปีที่ประเทศไทยได้เริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นแรก โดย BOI ได้ให้การส่งเสริมกิจการประกอบรถจักรยานยนต์ขึ้นตาม พ.ร.บ.การลงทุนปี พ.ศ. 2505 แต่ปีนั้นยังไม่มีบริษัทใดมาของรับการส่งเสริม และในปีเดียวกันบริษัทฮอนด้าของญี่ปุ่นได้เข้ามาตั้งบริษัทเอเชี่ยนฮอนด้า เพื่อจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

พ.ศ. 2508 บริษัทฮอนด้าได้เข้ามาตั้งบริษัทลูกในประเทศไทยอีกบริษัทหนึ่ง คือ บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด เพื่อผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ให้กับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ของบริษัทฮอนด้า

พ.ศ. 2509 บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI เป็นบริษัทแรก

พ.ศ. 2510 บริษัทไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI

พ.ศ. 2511 บริษัทไทยซูซูกิ มอเตอร์ จำกัด ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI

พ.ศ. 2514 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศใช้นโยบายอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ฉบับแรก โดยมีสาระสำคัญ คือ กำหนดให้โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใช้ชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศอย่างน้อยร้อยละ 50 ของมูลค่ารวมวัตถุส่วนประกอบทั้งหมด ภายในกำหนดระยะเวลา 2 ปี นับจากวันที่ประกาศ (3 พฤศจิกายน 2514) นอกจากนั้นเพื่อให้มีการแข่งขันในขอบเขตอันควร กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศระงับการตั้งโรงงานรถจักรยานยนต์ขึ้นเป็นการชั่วคราว ในกำหนด 5 ปี นับจากวันที่ประกาศ และในปีเดียวกันรัฐบาลประกาศห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์ใช้แล้วเข้ามาในประเทศ

พ.ศ. 2519 หลังจากที่ BOI ได้ระงับการให้ส่งเสริมการลงทุนแก่โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศให้มีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ขึ้นอีกครั้ง โดยมีบริษัท ไทยคาวาซากิ มอเตอร์ ได้ตั้งโรงงานเป็นรายที่ 4 แม้ว่าจะไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนก็ตาม

พ.ศ. 2518 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศสูตรการคำนวณการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศโดยใช้ราคาและภาษีอากรของชิ้นส่วนเป็นข้อมูลในการคำนวณ

พ.ศ. 2520 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศปรับปรุงนโยบายการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ โดยกำหนดมูลค่าร้อยละของส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์แต่ละรายไว้เป็นการตายตัว โดยให้ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตขึ้นภายในประเทศเพิ่มขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 70 ของมูลค่ารวมวัตถุดิบส่วนประกอบและอุปกรณ์ทั้งหมดที่ทำการผลิตทั้งหมดภายในกำหนดระยะเวลา

2 ปี สำหรับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ที่ทำการผลิตเดิม ส่วนโรงงานที่เริ่มตั้งใหม่ให้ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศอย่างน้อยร้อยละ 70 ของมูลค่ารวมวัตถุดิบส่วนประกอบและอุปกรณ์ทั้งหมดที่ทำการผลิตทั้งหมดในทันที รวมทั้งได้ยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์

<u>ช่วงคุ้มครองอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วน (พ.ศ. 2521-2527)</u>

พ.ศ. 2521 กระทรวงพาณิชย์ได้ห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์แบบสำเร็จรูป (CBU) จากต่างประเทศเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2521 เพื่อลดปัญหาการขาดดุลการค้า และได้ขึ้นภาษีนำเข้ารถจักรยานยนต์ที่ได้รับอนุญาตจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 60 ของราคานำเข้ารวมค่าขนส่ง และประกันภัย ประกอบกับผลบังคับใช้ให้ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 70 ของมูลค่าส่วนประกอบทั้งหมด

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ทั้ง 4 ราย ได้ผลิตชิ้นส่วนที่สำคัญบางประเภทใช้เอง เช่น ตัวถัง ถังน้ำมัน ท่อไอเสีย ตะเกียบหน้าและหลัง บังโคลนหน้าและหลัง และสายไฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าชิ้นส่วนที่ผลิตได้จากในประเทศทั้งหมด ชิ้นส่วนที่เหลือจ้างให้บริษัทในเครือและบริษัททั่วไปผลิตป้อนให้

พ.ศ. 2522 ในเดือนธันวาคม กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการส่งออก ซึ่งมีสาระสำคัญคือ ให้โรงงานประกอบยานยนต์ในส่วนที่จะประกอบรถเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ได้รับการยกเว้นข้อกำหนดการให้ใช้ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ผลิตได้ภายในประเทศตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม แต่ให้ใช้ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ผลิตภายในประเทศตามที่คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์อนุญาตให้เลือกใช้

พ.ศ. 2525 การผลิตรถจักรยานยนต์ทุกโรงงานสามารถใช้ชิ้นส่วน และอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศร้อยละ 70-74 ส่วนชิ้นส่วนที่ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องยนต์และอุปกรณ์เครื่องยนต์ทั้งชุด ลูกปืน หัวเทียน และเฟืองเกียร์ เป็นต้น และในปีเดียวกันรัฐบาลได้จัดโครงการแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนขึ้น โดยได้มีการเจรจาตกลงลดภาษีอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่อยู่ในโครงการลงจากปกติร้อยละ 50 ให้แก่กันและกัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2525 เป็นต้นไป

พ.ศ. 2527 เนื่องจากผลบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการผลิตสูง และประกอบกับคุณภาพของชิ้นส่วนที่ผลิตขึ้นภายในประเทศไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมผ่อนผันให้ผู้ประกอบการทยอยใช้ชิ้นส่วนจนครบร้อยละ 70 ได้ นอกจากนั้นได้เพิ่มอากรขาเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์จากต่างประเทศจากอัตราร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 40

ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ภายในประเทศในช่วงนั้น ทางการได้กำหนดให้ผู้ผลิตต้องใช้ท่อไอเสียที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และอนุญาตให้ผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI เท่านั้นที่สามารถผลิตเครื่องยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบไม่เกิน 150 ซี.ซี. อย่างไรก็ตามจากมาตรการการคุ้มครองต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนภายในประเทศสามารถพึ่งตัวเอง และอยู่รอดได้ เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต จนเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ขึ้น

<u>ช่วงเปิดเสรีของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ (พ.ศ. 2536 – ปัจจุบัน)</u>

ช่วงนี้เป็นช่วงของการลดการคุ้มครองอุตสาหกรรม เนื่องมาจากมีการทำข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ

พ.ศ. 2536 กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดให้รถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานรถจักรยานยนต์เฉพาะด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับสารมลพิษจากเครื่องยนต์

พ.ศ. 2539 กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศให้มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ใหม่ได้ โดยไม่เสียภาษีอากรขาเข้า แต่ไม่รวมถึงรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์น้อยกว่า 150 ซี.ซี.

พ.ศ. 2540 ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์และเครื่องยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ แต่เครื่องยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบไม่เกิน 150 ซี.ซี ยังคงต้องใช้จากผู้ผลิตภายในประเทศอยู่ และในปีเดียวกันกระทรวงการคลังได้ประกาศเก็บภาษีสรรพสามิตร้อยละ 3 แก่รถจักรยานยนต์ทุกประเภท

พ.ศ. 2541 หลังจากอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตการทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 กระทรวงอุตสาหกรรมจึงมีนโยบายปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ จึงก่อตั้งสถาบันยานยนต์ขึ้น ตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อเป็นหน่วยงานหลักที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

พ.ศ. 2542 ทางการได้กำหนดอากรขาเข้าเครื่องยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบไม่เกิน 150 ซี.ซี. ในอัตราร้อยละ 33

พ.ศ. 2543 รัฐบาลได้ประกาศยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 และกระทรวงการคลังได้พิจารณาปรับโครงสร้างภาษี โดยได้พิจารณาการปรับลดภาษีตั้งแต่รายการวัตถุดิบ สินค้ากึ่งสำเร็จรูป จนถึงสินค้าสำเร็จรูป

พ.ศ. 2544 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์สามารถใช้ท่อไอเสียจากที่อื่นได้นอกเหนือจากที่ผลิตโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (TISI) นอกจากนั้นคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะบุคลากรเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ ผลของนโยบายนี้ทำให้อุตสาหกรรมในเขต 1[2] และ 2[3] ได้รับสิทธิเท่ากับเขต 3[4]

พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้ปรับปรุงโครงสร้างพิกัดอัตราศุลกากรตามที่กระทรวงการคลังเสนอ โดยการปรับปรุงครั้งนี้มีสินค้าในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนรวมอยู่ 79 ประเภท ซึ่งหนึ่งในนั้นมีการทยอยปรับลดอัตราอากรลงในอัตราปีละเท่าๆกัน และเข้าอัตราอากรตามโครงสร้างพิกัดอัตราศุลกากรปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ เครื่องยนต์สำหรับยานบก และส่วนประกอบรถจักรยานยนต์ เป็นต้น และในปีเดียวกันก็มีการยกเลิกการจัดเก็บอากรพิเศษแก่เครื่องยนต์ และรถจักรยานยนต์ด้วย

---

[2] กรุงเทพฯ และปริมณฑล

[3] อ่างทอง อยุธยา ฉะเชิงเทรา ชลบุรี กาญจนบุรี นครนายก ภูเก็ต ราชบุรี ระยอง สมุทรสงคราม สระบุรี และสุพรรณบุรี

[4] จังหวัดที่เหลือทั้งหมด

สำหรับสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการปรับลดอัตราภาษีอากร มีดังนี้

1. เหล็กที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมที่ใช้เหล็กแผ่นเคลือบดีบุก และเหล็กแผ่นเคลือบโครเมียม เพื่อทำกระป๋อง เข้าโครงสร้างอัตราอากรร้อยละ 5 ทันที จำนวน 83 ประเภทย่อย

2. ปรับลดปัจจัยการผลิตเหล็ก พลาสติก และยาง ที่ใช้ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เข้าโครงสร้างอัตราอากรร้อยละ 5 ทันที จำนวน 52 ประเภทย่อย และเข้าอัตราอากรร้อยละ 10 ทันทีจำนวน 73 ประเภทย่อย

พ.ศ. 2547 ในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2547 BOI ได้เห็นชอบให้ปรับปรุงเงื่อนไขการส่งเสริมกิจการประกอบรถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ โดยกิจการดังกล่าวต้องมีกำลังการผลิตต่อปีไม่น้อยกว่า 50,000 คัน มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 มีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเชื่อมประกอบโครงรถและพ่นสี รวมทั้งจะต้องเสนอแผนการลงทุนผลิตชิ้นส่วนและการใช้ชิ้นส่วนอย่างชัดเจนและต้องมีแผนการช่วยพัฒนาทักษะผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยด้วย ซึ่งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับนั้น หากลงทุนในเขต 1 หรือเขต 2 จะได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร โดยไม่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับการลงทุนในเขต 3 จะได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี และถ้าหากเป็นกิจการที่มีคนไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ซึ่งได้มีการเสนอแผนการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศโดยผ่านความเห็นชอบของ BOI ด้วยแล้ว จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนการลงทุนของคนไทยและเพื่อกระจายการลงทุนไปยังเขต 3

จากนโยบายของรัฐบาลที่มีบทบาทต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้สามารถสรุปนโยบายหลักที่มีการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรม ได้แก่ นโยบายการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสูง นโยบายการบังคับและการกำหนดใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ นโยบายการห้ามและการควบคุมการนำเข้า นโยบายการห้ามโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใหม่ และนโยบายการให้การส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น แม้ว่านโยบายการปกป้องอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนไทยของรัฐบาลดังกล่าว มีส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์สามารถประกอบ และผลิตชิ้นส่วน จากเพียง

จำหน่ายในประเทศ จนกระทั่งส่งออกไปต่างประเทศได้ แต่ในทางตรงกันข้ามยังส่งผลทางด้านลบต่อความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของอุตสาหกรรมอย่างมาก เพราะเมื่อรัฐบาลมีนโยบายในการเปิดการค้าเสรี และมีการยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2543 ส่งผลให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศเริ่มประสบปัญหาการแข่งขันกับชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์นำเข้าที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์มีการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศมากขึ้น และลดการสั่งซื้อชิ้นส่วนในประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องเร่งกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยอย่างจริงจัง

2.2 โครงสร้างอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนทั้งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ซึ่งทำให้เกิดอุตสาหกรรมเชื่อมโยง และสร้างงานในประเทศเป็นจำนวนมากโดยในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยสามารถผลิตรถยนต์อยู่ใน 20 อันดับแรกของโลก และรถจักรยานยนต์อยู่ใน 5 อันดับแรกของโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะที่มีราคาไม่สูง และประหยัดเชื้อเพลิงมากกว่ารถยนต์ ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นอุตสาหกรรมเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมผลิตรถจักรยานยนต์มีการขยายตัวตามไปด้วย แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทของชาวญี่ปุ่น หรือเข้ามาในรูปแบบของการร่วมทุน และผู้ประกอบการเหล่านี้ได้นำผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จากประเทศตนเข้ามาผลิต เพื่อป้อนให้กับโรงงานของตน ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างชาติเหล่านี้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าผู้ผลิตไทย โดยจะผลิตชิ้นส่วนที่มีความซับซ้อน และชิ้นส่วนที่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงป้อนให้กับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์อีกทอดหนึ่ง ดังนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยส่วนใหญ่จึงได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ประกอบรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างชาติ

ปัจจุบันมีผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในไทยปี พ.ศ. 2548 ได้แก่

1. ฮอนด้า ปริมาณการผลิต 1,400,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 49.93
2. ซูซูกิ ปริมาณการผลิต 550,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 19.61
3. ยามาฮ่า ปริมาณการผลิต 450,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.02
4. คาวาซากิ ปริมาณการผลิต 200,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7.13

5. เจอาร์ดี ปริมาณการผลิต 144,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.14

6. ไทเกอร์ ปริมาณการผลิต 60,000 คัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.14

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ 4 รายเป็นชาวญี่ปุ่น ได้แก่ ฮอนด้า ซูซูกิ ยามาฮ่า และคาวาซากิ ส่วนเจอาร์ดี เป็นผู้ผลิตมาเลเซียและไต้หวัน และไทเกอร์เป็นผู้ผลิตไทย

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต จากบริษัทแม่ในต่างประเทศโดยเฉพาะญี่ปุ่น โดยการนำเข้าชิ้นส่วนที่ยังไม่สามารถผลิตได้เองในประเทศ เข้ามาจากต่างประเทศในลักษณะถอดแยกออกจากกัน แล้วนำมาประกอบกับส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ผลิตเองภายในประเทศ ร่วมกับส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ผลิตได้เอง ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ตัวถังรถ โดยกระบวนการผลิตดังกล่าวสามารถแบ่งตามลำดับขั้นของผู้ผลิต ดังนี้

1) ผู้ผลิตอยู่ในลำดับที่ 1 (First-Tier: 1st Tier) ผู้ผลิตในชั้นนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตมากกว่าลำดับชั้นอื่น เพราะได้รับการถ่ายทอดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ที่ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ในการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบส่งแก่โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์โดยตรง ประเทศไทยมีผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในลำดับชั้นนี้ประมาณ 314 ราย (สถาบันยานยนต์, 2548)

2) ผู้ผลิตอยู่ในลำดับที่ 2 (Second-Tier: 2nd Tier) ผู้ผลิตในลำดับชั้นนี้โดยทั่วไปมีศักยภาพใกล้เคียงกับลำดับชั้นแรก แต่จะมีความใกล้ชิดกับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์น้อยกว่า เพราะไม่มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ผลิตในชั้นนี้จะป้อนชิ้นส่วนให้กับผู้ผลิตในชั้นที่ 1 อีกทอดหนึ่ง แต่ประเทศไทยผู้ผลิตที่อยู่ในลำดับชั้นนี้จะผลิตชิ้นส่วนเพื่อป้อนให้กับผู้ผลิตที่อยู่ชั้นที่1 และโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ด้วย โดยมีผู้ผลิตในลำดับชั้นนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตไทยทั้งสิ้น มีประมาณ 700-800 ราย (Faculty of Economics, Chulalongkorn University, 2006) ซึ่งบางส่วนมีการพัฒนาจนสามารถเป็นผู้ผลิตในลำดับที่ 1 ด้วย และยังมีผู้ผลิตในลำดับที่ 3 (Third-Tier: 3rd Tier) และลำดับรองลงมา จนกระทั่งถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นๆ (Supporting Industry)

นอกจากการแบ่งลำดับขั้นการผลิตตามลักษณะของผู้ประกอบการข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งโครงสร้างการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยตามลักษณะของตลาดได้ 2 ประเภท คือ

1) ชิ้นส่วนเพื่อใช้ในการประกอบรถจักรยานยนต์สำเร็จรูป (Original Equipment Manufacturer: OEM) เป็นชิ้นส่วนที่ผู้ประกอบยานยนต์ลงทุนผลิตเอง หรือจ้างผู้ผลิตรายอื่น เป็นผู้ผลิต เพื่อส่งมอบให้แก่โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ จากผู้รับจ้างช่วงในลำดับที่ 1(1st Tier) ซึ่งมีการนำชิ้นส่วนจากผู้รับจ้างช่วงในลำดับรองลงไป (2nd Tier & Lower) และยังมีการส่งออกไปต่างประเทศในรูปของรถจักรยานยนต์สำเร็จรูป และชุดชิ้นส่วนประกอบ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทแม่จากญี่ปุ่น และจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตชั้นสูง ผู้ผลิตกลุ่มนี้มักจะมีข้อได้เปรียบมากเนื่องจากบริษัทแม่ในญี่ปุ่นของทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนเองและผู้ผลิตรถจักรยานยนต์มักจะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกันอยู่ และเป็นผู้ผลิตในลำดับที่ 1 (1st Tier) ซึ่งมาลงทุนอยู่ในไทยเป็นเวลานาน

2) ชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับการทดแทน (Replacement Equipment Manufacturer: REM) เป็นการผลิตชิ้นส่วนแล้วส่งไปขายตามร้านค้าอะไหล่ในลำดับต่างๆ เพื่อใช้เปลี่ยน หรือทดแทนชิ้นส่วนเดิมของรถจักรยานยนต์ที่ชำรุด หรือหมดอายุการใช้งานไป โดยมีการผลิตทั้งอะไหล่แท้ (อะไหล่ที่ได้รับลิขสิทธิ์ในการผลิตจากบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์: Original Part) และอะไหล่เทียม (อะไหล่ที่ผลิตเลียนแบบอะไหล่แท้โดยไม่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์) ซึ่งผู้ผลิตไทย ที่ประกอบธุรกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตในกลุ่ม REM นี้ และมีการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทั้งในเอเชีย ยุโรป รวมทั้งสหรัฐอเมริกา และโดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคอาเซียนที่ชิ้นส่วนอะไหล่จากประเทศไทยได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพ

ด้านความร่วมมือและการให้ความช่วยเหลือระหว่างผู้ประกอบรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนในอดีตนั้น ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์จะมีบทบาทอย่างมากในการให้ความช่วยเหลือและพัฒนากลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนให้สามารถผลิตได้คุณภาพตามความต้องการของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องมาจากนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ ที่กำหนดให้ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศร้อยละ 70 ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ทั้งหมด แต่เมื่อนโยบายการบังคับใช้ดังกล่าวได้ถูกยกเลิกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 ทำให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนสามารถใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตได้จากทั้งภายในและภายนอกประเทศ หรือนโยบาย Global Sourcing เพื่อแสวงหา

ชิ้นส่วนที่มีราคาถูก และมีคุณภาพมากที่สุด นำมาซึ่งการลดต้นทุนการผลิต (สถาบันยานยนต์, 2545)

ดังนั้นความสัมพันธ์ของผู้ประกอบรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนในปัจจุบัน จึงเป็นแบบการกำหนดให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทำตามแบบที่ตนต้องการ (Captive Relationship) โดยการกำหนดคุณลักษณะของสินค้าให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทำหน้าที่ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เอง ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนต้องแบกรับต้นทุนดังกล่าว รวมทั้งต้องพยายามพัฒนาคุณภาพ และควบคุมต้นทุนการผลิตเพื่อสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตต่างชาติได้ อย่างไรก็ตาม รูปแบบการให้ความช่วยเหลือเช่นในอดีตยังมีในกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตของผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ด้วยกันเอง หรือผู้ผลิตไทยที่ร่วมทุนกับต่างชาติ ซึ่งลักษณะการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวเป็นการส่งผู้เชี่ยวชาญไปให้คำแนะนำและการช่วยแก้ปัญหาด้านวิศวกรรม ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่สำคัญต่อผู้ผลิตที่เป็นคนไทยอย่างมาก เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านเทคโนโลยี และการทำวิจัยและพัฒนาเองได้ ดังนั้น ผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่จำเป็นต้องถูกควบรวมกิจการ หรือลดตนเองลงเป็นผู้ผลิตในลำดับรองลงไป หรือต้องร่วมทุนกับผู้ผลิตต่างชาติในที่สุด

จากการสำรวจจำนวนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของสถาบันยานยนต์ในปี พ.ศ. 2548 พบว่า ด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยรวมจำนวนผู้ผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิม 1,709 ราย ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 2,289 ราย ในปี พ.ศ. 2548 ทั้งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 และ 3 โดยจำนวนที่เพิ่มขึ้นเป็นไปตามภาวการณ์ขยายตัวของตลาดอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เนื่องจากชิ้นส่วนยานยนต์เป็น อุปสงค์ต่อเนื่อง (Derived Demand) ของการผลิตยานยนต์ในประเทศที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ดังกล่าว ถ้าแบ่งตามลำดับขั้นการผลิต โดยผู้ผลิตอยู่ในลำดับที่ 1 (First-Tier :1st Tier) มีจำนวนลดลงจาก 709 รายในปี พ.ศ. 2545 ลดลงเหลือ 648 รายในปี พ.ศ. 2548 ในจำนวนนี้มีผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 314 ราย (ตารางที่ 2.1) ซึ่งสาเหตุจำนวนผู้ผลิตในลำดับนี้ลดลงส่วนใหญ่พบว่า ส่วนหนึ่งมาจากการควบรวมกิจการเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ และสาเหตุอื่นมาจากการเลิกกิจการ เนื่องจากสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และการลดระดับตนเองเป็นผู้ผลิตลำดับรองลงมา

ตารางที่ 2.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย

โครงสร้าง	จำนวนบริษัท	
	2545	2548
1. ผู้ประกอบยานยนต์	22	22
a. รถยนต์ (รถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์)	17	17
b. รถจักรยานยนต์	5	5
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1,709	2,289*
a. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (1st Tier)	709	648
- รถยนต์นั่งและรถกระบะ 1 ตัน	N/A	444
- รถยนต์บรรทุก	N/A	75
- รถจักรยานยนต์	N/A	314
b. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 และ 3	1,000	1,641*

หมายเหตุ : * เป็นตัวเลขประมาณการ

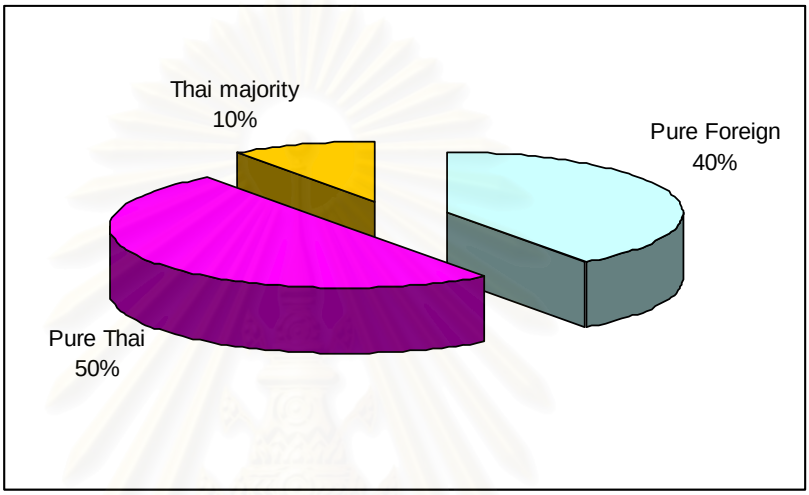
N/A คือ ไม่มีการเก็บข้อมูล

ที่มา : สถาบันยานยนต์ และสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างผู้ถือหุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วน 1st Tier ไทยปี พ.ศ. 2545 มีบริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นสัญชาติไทยทั้งหมด (Pure Thai) ถึงร้อยละ 50 สัดส่วนผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยเป็นส่วนใหญ่ (Thai Majority) ร้อยละ 10 และสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่มีต่างชาติทั้งหมด (Pure Foreign) ร้อยละ 40 ดังแผนภาพที่ 2.1 แต่เมื่อพิจารณาปี พ.ศ. 2548 มีบริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นสัญชาติไทยทั้งหมด (Pure Thai) ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 23 และสัดส่วนผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยเป็นส่วนใหญ่ (Thai Majority) เพิ่มเป็นร้อยละ 30 และสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่มีต่างชาติทั้งหมด (Pure Foreign) ลดลงเหลือ ร้อยละ 22 และมีรูปแบบการถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นมา คือ ผู้ถือหุ้นต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ (Foreign Majority) ร้อยละ 25 (สถาบันยานยนต์, 2548) ดังแผนภาพที่ 2.2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตไทย และผู้ผลิตต่างชาติมีการร่วมทุนกัน ทำให้ผู้ผลิตไทยได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต ตลอดจนการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของตนเองกับ

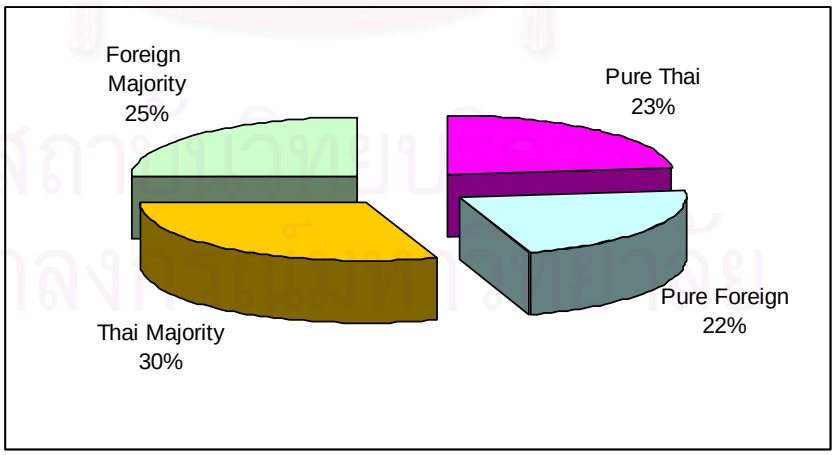
ต่างประเทศได้ จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้แนวโน้มความร่วมมือและการช่วยเหลือระหว่างผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็นการพัฒนาไปตาม supply chain[5] มากขึ้น

แผนภาพที่ 2.1 โครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 ของไทย ปี พ.ศ. 2545



ที่มา : จากการสำรวจของสถาบันยานยนต์ พ.ศ. 2545

แผนภาพที่ 2.2 โครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 ของไทย ปี พ.ศ. 2548

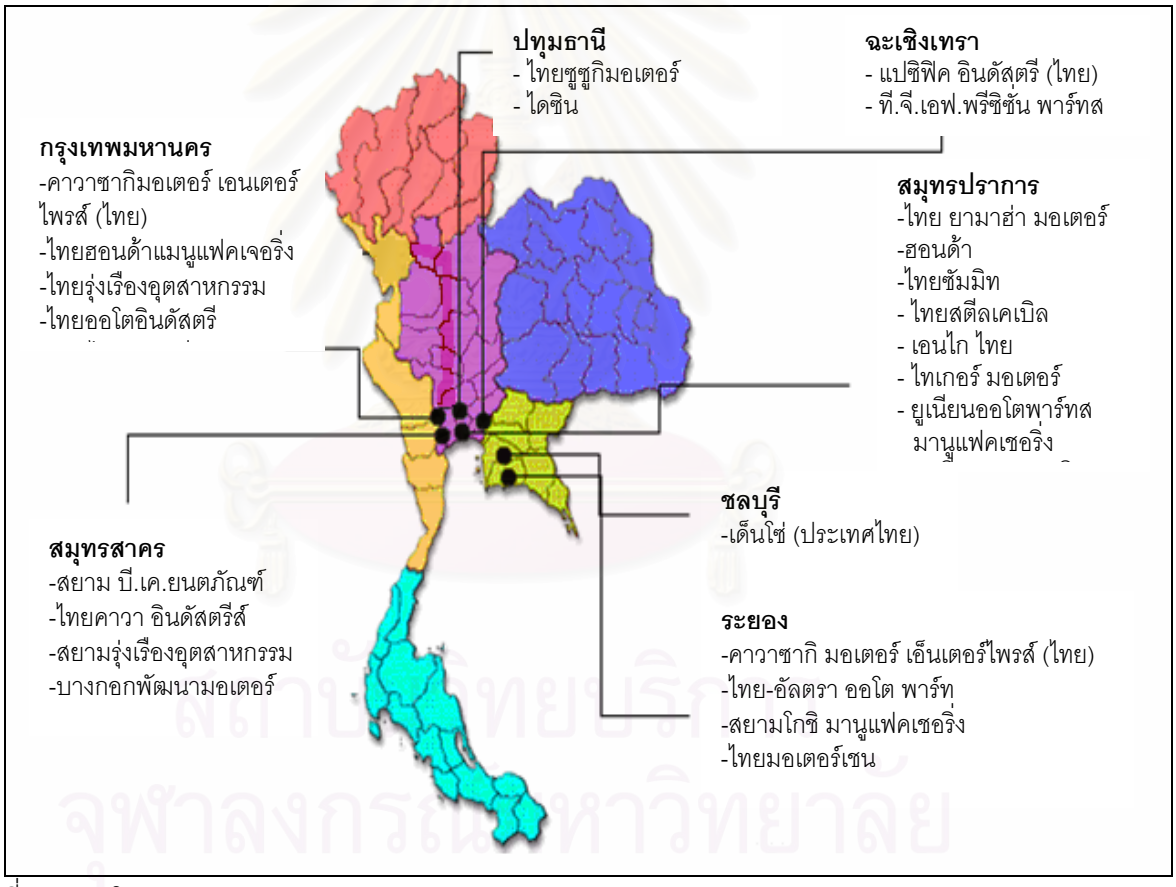


ที่มา : จากการสำรวจของสถาบันยานยนต์ ณ มกราคม พ.ศ. 2548

[5] Supply Chain หรือ ห่วงโซ่อุปทานหมายถึง การเชื่อมโยงขบวนการต่างๆ ของแต่ละกระบวนการให้ประสานกัน ตั้งแต่การออกแบบสินค้า การสั่งซื้อ การผลิต การจัดเก็บ ไปจนถึงการส่งมอบระหว่างธุรกิจหนึ่งไปยังอีกธุรกิจหนึ่ง ตลอดทั้งต้นน้ำไปถึงปลายน้ำเพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในเรื่องของคุณภาพ ราคา เวลา สถานที่ และอื่นๆ

จากข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการผลิตรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วน ทั้งที่เป็นแบบ OEM และ REM นั้น พบว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนเหล่านี้ ส่วนใหญ่แล้ว ตั้งสถานประกอบการอยู่ในบริเวณใกล้กันและใกล้กับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ และบางรายตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกับโรงงานประกอบ โดยอยู่ในบริเวณกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครปฐม นครนายก ปราจีนบุรี และระยอง ก่อนที่จะส่งต่อให้กับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก (สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง และเขตที่ติดต่อ) ดังแผนภาพที่ 2.3

แผนภาพที่ 2.3 สถานที่ตั้งโรงงานผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์



ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม

ปัจจุบันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยต้องแข่งขันกับต่างประเทศอย่างมาก และในขณะเดียวกันก็มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมที่รวดเร็ว ซึ่งถ้าเป็นผู้ประกอบการไทยล้วนจะลำบาก และไม่สามารถแข่งขันได้ ซึ่งผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนไทย ส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศโดยเฉพาะญี่ปุ่น ร้อยละ 90 ของผู้ผลิต OEM

ในประเทศไทยเป็นการร่วมทุน หรือได้รับลิขสิทธิ์จากเจ้าของเทคโนโลยี ผู้ผลิตเหล่านี้สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีในการผลิต แต่ไม่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์เองได้

ผู้ผลิตทั้ง OEM และ REM ต้องประสบกับปัญหาด้านราคาสินค้าในตลาดที่ผลิตจากประเทศจีน ไต้หวัน และอินเดีย เป็นต้น ทำให้ผู้ผลิตต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เนื่องจากภายหลังการประกาศยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศเมื่อ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 ทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศมีการแสวงหาวัตถุดิบ และชิ้นส่วนที่มีราคาถูกและมีคุณภาพจากต่างประเทศ (Global Sourcing) ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชาวญี่ปุ่น จึงมีการนำเข้าวัตถุดิบ และชิ้นส่วนจากประเทศตนมากขึ้น ประกอบกับชิ้นส่วนจากจีน และไต้หวันที่มีราคาถูก จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องประสบปัญหาภาวการณ์แข่งขันที่สูงขึ้น และต้องลดตัวเองจาก 1st Tier เป็น 2nd Tier หรือต่ำกว่าในที่สุด

2.3 เครือข่ายการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน

นอกเหนือจากโครงสร้างภายในอุตสาหกรรมที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนยังประกอบด้วยอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น ปัจจัยสนับสนุน ซึ่งเป็นแหล่งที่ป้อนวัตถุดิบ ให้แก่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน โดยอุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้ มีดังนี้

<u>เหล็ก</u> เป็นวัตถุดิบสำคัญอันดับแรก ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจีน และไต้หวัน เหล็กที่จะนำมาใช้นั้นมีทั้งเหล็กก้อน (เหล็กดิบ) และเศษเหล็กที่นำมาหลอมผสมลงไปกับเหล็กดิบ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน และยังช่วยให้เหล็กมีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานมากกว่าการใช้เหล็กดิบทั้งหมด

<u>พลาสติก</u> ปัจจุบัน ส่วนใหญ่สามารถผลิตได้เองในประเทศ โดยการใช้เม็ดพลาสติกซึ่งได้มาจากน้ำมัน ดังนั้น ในภาวะที่น้ำมันมีราคาสูงขึ้นมากในขณะนี้จึงส่งผลให้ราคาเม็ดพลาสติกสูงขึ้นตามไปด้วย

ยาง มี 2 ประเภท คือ ยางธรรมชาติหรือยางพารา และยางสังเคราะห์ ซึ่งเป็นยางที่มีส่วนผสมของพลาสติกด้วย เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตรถจักรยานยนต์

แก้วและกระจก ซึ่งได้มาจากทรายที่นำไปผ่านกระบวนการทำให้เป็นแผ่นกระจก ก่อนที่จะนำมาตัดเป็นชิ้นส่วนต่างๆ เช่น กระจกส่องทั้งสองข้าง

ผ้าและเครื่องหนัง เป็นวัตถุดิบที่นำไปใช้หุ้มเบาะรถ สามารถผลิตได้ในประเทศ

อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่สารกึ่งตัวนำชนิดต่างๆ ที่จะนำมาทำเป็นแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์

อุปกรณ์ที่ช่วยในการผลิต มีทั้งที่เป็นอุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ และที่เป็นเครื่องจักรขนาดใหญ่ สำหรับอุปกรณ์ทั่วๆ ไปนั้นบางอย่างสามารถประดิษฐ์ขึ้นมาใช้งานเองได้ เช่น อุปกรณ์จับยึดชิ้นงาน หรือแม่พิมพ์ แต่สำหรับเครื่องจักรติดตั้งในโรงงานนั้นต้องนำเข้าหรือสั่งทำจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อจากประเทศ จีน ไต้หวัน เกาหลี เนื่องจากมีประสิทธิภาพพอใช้งานได้และราคาไม่แพงมากนัก แต่หากเป็นเครื่องจักรจากประเทศญี่ปุ่น หรือเยอรมนี จะมีประสิทธิภาพสูงกว่า แต่ราคาก็สูงกว่าเช่นกัน

การส่งรถจักรยานยนต์ไปจำหน่าย อาจส่งจากโรงงานถึงร้านจำหน่ายเองโดยตรง หรืออาจส่งผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือธุรกิจกระจายสินค้า ซึ่งจะขนส่งสินค้าไปยังศูนย์ใหญ่ แล้วจึงส่งต่อไปยังร้านจำหน่ายย่อยๆ อีกทอดหนึ่งก็ได้ ดังนั้น ระบบการขนส่งและการกระจายสินค้า (Logistics) จึงถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ นอกจากนี้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ต่างๆ ก็ต้องผ่านการทดสอบด้วยเช่นเดียวกับชิ้นส่วนรถยนต์ ดังนั้น หากบริษัทใดไม่สามารถทดสอบคุณสมบัติของสินค้าได้เองก็จะต้องนำไปทดสอบกับสถาบันที่รับทดสอบ อาจเป็นสถาบันของรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้ ซึ่งปัจจุบันสถาบันยานยนต์ได้เปิดให้บริการทดสอบดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานบางอย่างจะต้องอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญพิเศษที่มากพอ ดังนั้น หากบริษัทใด ไม่สามารถวางแผนหรือดำเนินการเองได้ ก็จะใช้บริการจากบริษัทที่บริการให้คำปรึกษาเฉพาะด้านมาช่วยในการตัดสินใจดำเนินงานด้วย เช่น มีวิศวกรพิเศษเพื่อให้คำปรึกษา รวมทั้งบริการอื่นๆ ตามความจำเป็น และที่เกี่ยวข้องอย่างมาก ก็คือ สถาบันการเงิน เนื่องจากเงินทุนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ และสำหรับในอุตสาหกรรมนี้ต้องใช้เงินทุนสูง เพราะวัตถุดิบเกือบทุกชนิดมี

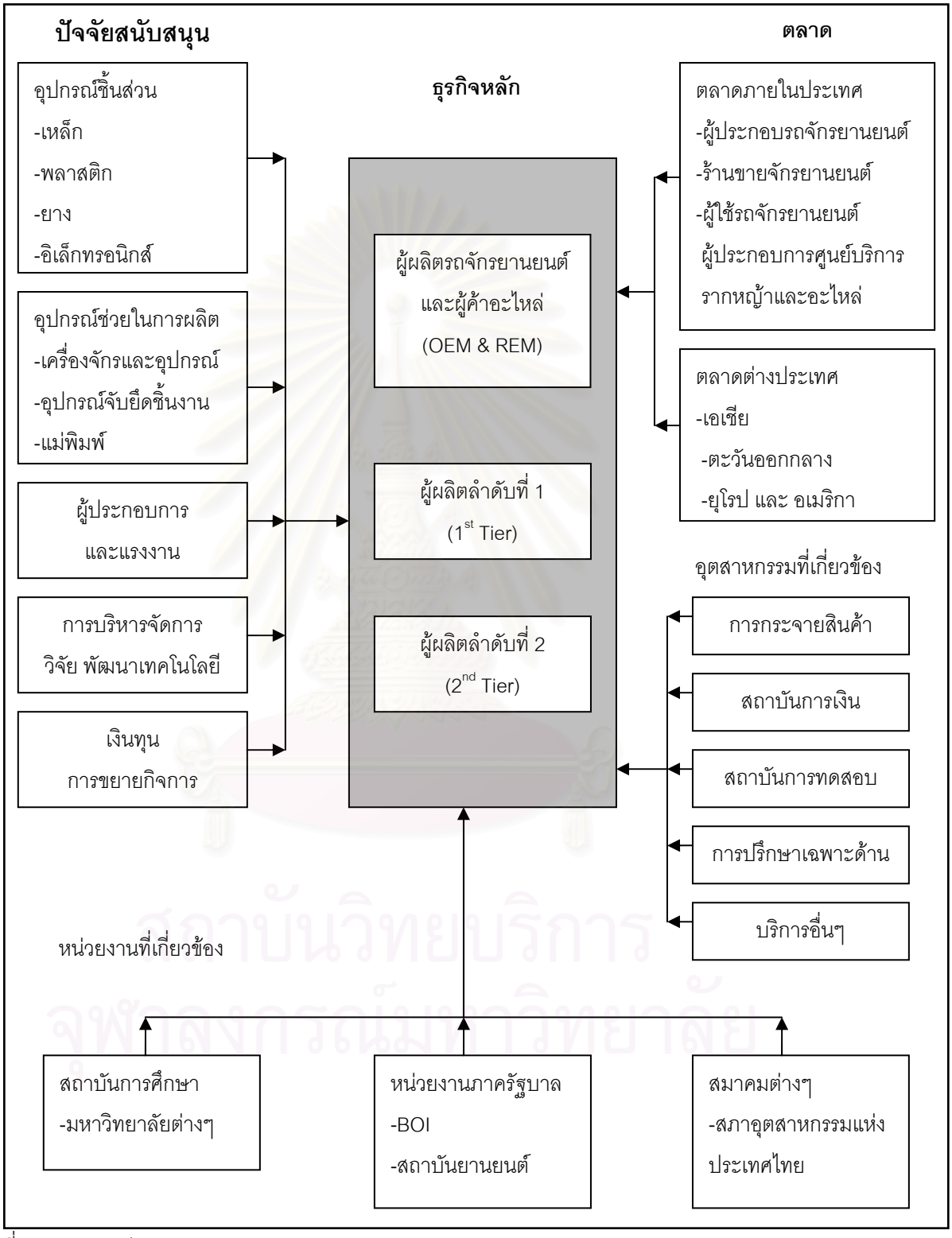
ราคาสูง และต้องนำมาใช้ในการผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการให้ความช่วยเหลือ และการพัฒนาการผลิตต่างๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐบาล และสมาคมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ดังแผนภาพที่ 2.4

นอกจากคุณภาพของอุตสาหกรรมเชื่อมโยงและอุตสาหกรรมสนับสนุนดังกล่าวแล้ว ประสิทธิภาพในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ทั้งระบบเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนและโรงงานประกอบ เนื่องจากช่วยลดต้นทุนด้านขนส่ง ด้านบรรจุภัณฑ์ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการผลิตด้วยระบบ just-in-time (JIT)[6] ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลา อีกทั้งสร้างความพอใจแก่ลูกค้าตั้งแต่กระบวนการผลิต ต้นน้ำ กระบวนการค้าส่ง และกระบวนการค้าปลีก จนถึงมือผู้บริโภค ระบบการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ดังแผนภาพที่ 2.5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

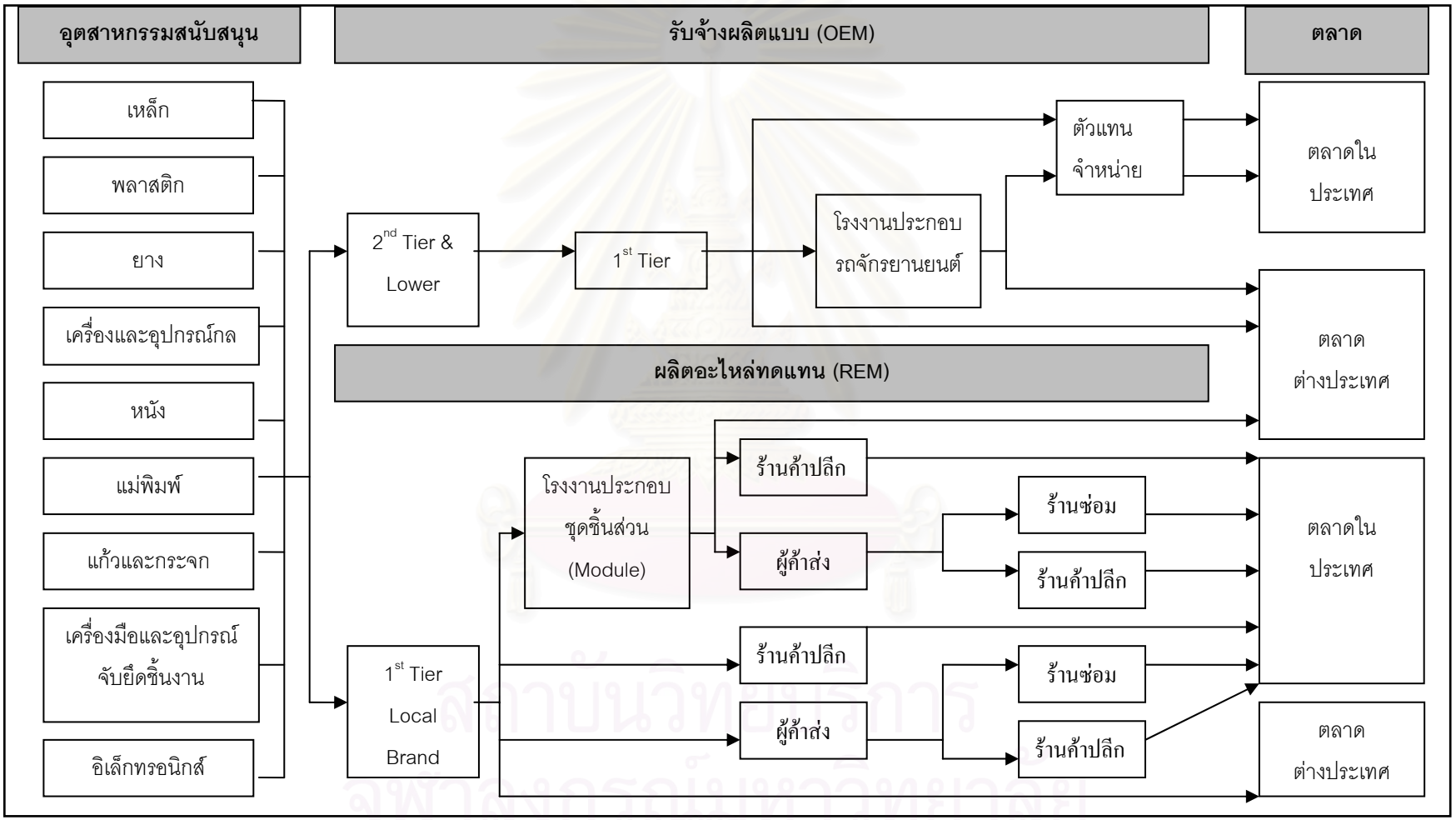
[6] ระบบทันเวลาพอดี โดยทั่วไปมักเรียก JIT คือ เป็นเทคนิคการลดต้นทุนในการเก็บสินค้าคงคลัง โดยมีระบบการขนส่งชิ้นส่วนที่รวดเร็ว

แผนภาพที่ 2.4 เครือข่ายการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน



ที่มา : คลัสเตอร์ SMEs007PLUS

แผนภาพที่ 2.5 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์



ที่มา : คลัสเตอร์ SMEs007PLUS

จากเครือข่ายการผลิตและระบบการบริหารห่วงโซ่อุปทานข้างต้น และจากการศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ที่ชี้ให้เห็นอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนนั้นส่วนใหญ่ถูกดำเนินการโดยชาวต่างชาติ หรือร่วมทุนกับต่างชาติ มีการดำเนินการแบบเครือข่ายการผลิต ซึ่งถ้าผู้ผลิตไทยล้วนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในเครือข่ายการผลิตนั้นจะต้องมีเงินทุนเป็นจำนวนมาก มีความสามารถในการจัดการบุคลากร มีการเชื่อมโยงกับรัฐบาล และที่สำคัญถ้าเคยทำงานกับบริษัทประกอบรถจักรยานยนต์นั้นมา ก็จะมีโอกาสในการได้เข้าร่วมในเครือข่ายการผลิตมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมด้วย

ระบบ Subcontracting[7] ของญี่ปุ่นในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย

ลักษณะพื้นฐานของผู้จัดส่งชิ้นส่วน (Supplier) ที่ผู้ผลิตญี่ปุ่นให้ความสำคัญ (Somsupa Nopprach, 2006) ได้แก่

1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ชาวญี่ปุ่น และ supplier เป็นระยะเวลานาน ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่น และจดจำในความสามารถและเทคโนโลยีของ supplier นั้น และ supplier เองยังได้รับความช่วยเหลือในการลงทุนทำวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาคุณภาพชิ้นส่วนและยังช่วยให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ประหยัดต้นทุนด้วย

2) ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ใช้หลักคุณภาพ (Quality) ต้นทุน (Cost) การจัดส่ง (Delivery) วิศวกรรม (Engineering) และ การจัดการ (Management) หรือรวมเรียกว่า QCDEM เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการผลิตมาก และในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต และความสามารถในการจัดส่งสินค้าเพื่อประหยัดต้นทุนในการเก็บสินค้าด้วย โดยผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นมักจะนำเทคนิคการผลิตแบบ Lean[8] และ just-in-time (JIT) มาใช้ในการจัดส่งชิ้นส่วน ซึ่งประสิทธิภาพในการผลิต ความสามารถในการออกแบบ และการควบคุมคุณภาพตลอดจนการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา ขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ทางด้านวิศวกรรม และการบริหารการจัดการ ในส่วนของความสามารถทางด้านวิศวกรรมนั้น จะรวมถึงความสามารถในการออกแบบและการลดต้นทุนการผลิต โดย การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis: VA)[9] และ วิศวกรรมคุณค่า

---

[7] การว่าจ้างผู้รับช่วงการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

[8] ขบวนการพัฒนาในสายการผลิตยานยนต์ ซึ่งมีต้นแบบมาจากโตโยต้า

[9] ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก., หน้า 144.

(Value Engineering: VE)[10] เป็นเทคนิคที่นิยมใช้กันในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากชาวญี่ปุ่น ส่วนด้านการบริหารและการจัดการระบบ ได้แก่ kaizen[11] kanban[12] และ TQM (Total Quality Management) เป็นต้น

3) การรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมของ suppliers ด้วยกัน หรือระหว่างผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ด้วยกัน หรือทั้ง 2 อย่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาความสามารถในการแข่งขันและความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่าง suppliers ด้วยกัน โดยจะร่วมมือกันแก้ปัญหา แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยี ตลอดจนสร้างนวัตกรรมใหม่ๆขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน ในประเทศไทย suppliers ต่างๆ เป็นสมาชิกมากกว่า 1 สมาคม เพื่อแลกเปลี่ยนหลากหลายองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพการผลิตของตนเอง เช่น กลุ่มคลัสเตอร์ SMEs 007 PLUS เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยมีเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ผลิตไทย และต้องการสร้างชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ภายใต้ยี่ห้อของตนเอง เพื่อเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากองค์ประกอบในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ข้างต้นแล้ว ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี (Technical Capability) ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ซึ่งผู้ผลิตไทยยังขาดความสามารถในด้านนี้ เนื่องจากขาดเงินลงทุน ประกอบกับขาดบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญในด้านวิศวกรรม จึงทำให้ความสามารถในด้านนี้ยังต้องอาศัยการพัฒนา และการถ่ายทอดจากต่างชาติอยู่มาก

2.4 การผลิตและการค้ารถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน

2.4.1 รถจักรยานยนต์

ในปี พ.ศ. 2548 ภาวะตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศมีความผันผวนค่อนข้างมาก อันเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัวลง สถานการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ที่ยังคง

---

[10] ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก., หน้า 144.

[11] ระบบการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนานำมาซึ่งการประหยัดเวลาและต้นทุนการผลิตในขบวนการผลิต

[12] เป็นเครื่องมือหนึ่งที่นำไปใช้ในการบริหารแบบทันเวลาพอดี just in time (JIT) หรือ Toyota production System (TPC)

รุนแรง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤติการณ์ราคาน้ำมันที่ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและตลาดยานยนต์ทั้งระบบ (ทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์) ประกอบกับสภาวะที่ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศกำลังเข้าสู่จุดอิ่มตัว ทำให้ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในปี พ.ศ. 2548 ค่อนข้างซบเซา โดยเฉพาะในช่วงครึ่งแรกของปี ซึ่งภาครัฐได้มีการประกาศลอยตัวราคาขายปลีกน้ำมันดีเซลหลังจากได้พยายามตรึงราคามาหลายปี ในขณะที่น้ำมันเบนซินได้ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2548 จึงมีการชะลอตัวและสะดุดลงอย่างเห็นได้ชัด

ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในปี พ.ศ. 2545-2548 มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตรถจักรยานยนต์แบบครอบครัว พิจารณาได้จากปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวน 1,977,144 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 2,424,676 คัน (ร้อยละ 22.64) ในปี พ.ศ. 2546 และ 2,907,878 คัน (ร้อยละ 19.93) ในปี พ.ศ. 2547 และปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 3,533,706 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 35.06 (ตารางที่ 2.2)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.2 การผลิตยานยนต์ในประเทศไทย พ.ศ. 2545-2548

ประเภทยานยนต์	ปริมาณการผลิต (คัน)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
	2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548
รถยนต์	**584,951**	**750,512**	**928,081**	**1,125,316**	**28.30**	**23.66**	**21.25**
รถยนต์นั่ง	189,880	260,649	304,349	277,555	37.27	16.77	-8.80
รถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน	382,297	468,938	597,914	822,867	22.66	27.50	37.62
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ	12,774	20,925	25,818	24,894	63.81	23.38	-3.58
รถจักรยานยนต์	**1,977,144**	**2,424,676**	**2,907,878**	**3,533,706**	**22.64**	**19.93**	**35.06**
ครอบครัว	1,903,302	2,368,270	2,825,101	2,265,888	24.43	19.29	-19.79
สปอร์ต	73,842	56,406	82,777	92,622	-23.61	46.75	11.89

หมายเหตุ: [1] เป็นตัวเลขผลิตรวมรถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน, Double Cab และรถยนต์ PPV ที่สร้างมาจากฐานของรถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และสถาบันยานยนต์

สำหรับการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของไทยมีปริมาณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากตารางที่ 2.3 ในปี พ.ศ. 2545 มีปริมาณ 1,332,744 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,755,297 คัน (ร้อยละ 31.71)ในปี พ.ศ. 2546 และเป็น 2,033,766 คัน (ร้อยละ 15.86) ในปี พ.ศ. 2547 และในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 2,108,078 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 3.65 โดยเป็นการจำหน่ายรถจักรยานยนต์แบบครอบครัว และรถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.52 และ 19.89 ตามลำดับ และจากตารางที่ 2.2 และ 2.3 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์มีมากกว่าปริมาณการผลิตรถยนต์เป็นปริมาณมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคและความนิยมของรถจักรยานยนต์ที่มากกว่า เนื่องจากมีราคาประหยัด และประกอบกับค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีราคาสูงดังเช่นในปัจจุบัน

ตารางที่ 2.3 การจำหน่ายยานยนต์ในประเทศไทย พ.ศ. 2545-2548

ประเภทยานยนต์	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)				อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548
รถยนต์	**409,362**	**533,176**	**626,039**	**703,437**	**30.25**	**17.42**	**12.36**
รถยนต์นั่ง	126,353	179,005	209,042	188,211	41.67	16.78	-9.96
รถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน [1]	241,266	309,114	368,911	469,657	28.12	19.34	27.31
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ	41,743	45,057	48,086	45,569	7.94	6.72	-5.23
รถจักรยานยนต์	**1,332,744**	**1,755,297**	**2,033,766**	**2,108,078**	**31.71**	**15.86**	**3.65**
ครอบครัว [2]	1,301,621	1,735,446	2,017,319	2,088,360	33.33	16.24	3.52
สปอร์ต	31,123	19,851	16,447	19,718	-36.22	-17.15	19.89

หมายเหตุ: [1] เป็นตัวเลขจำหน่ายรวมรถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน, Double Cab และรถยนต์ PPV ที่สร้างมาจากฐานของรถยนต์ปิกอัพ 1 ตัน

[2] เป็นตัวเลขจำหน่ายรวมรถจักรยานยนต์แบบครอบครัว แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต และแบบสกู๊ตเตอร์

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และกรมการขนส่งทางบก

ด้านการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2548 มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี พ.ศ. 2545 มีปริมาณการส่งออก 585,320 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 604,995, 831,287 และ 1,337,586 คัน ในปี พ.ศ. 2546, 2547 และ 2548 ตามลำดับ หรือ ร้อยละ 3.36, 37.40 และ 60.91 ส่งผลให้ชิ้นการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นตามลำดับ และเริ่มลดลงในปี พ.ศ. 2548 เนื่องจากการแข่งขันกับชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์จากจีนที่มีราคาถูกกว่า (ตารางที่ 2.4)

สำหรับประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถจักรยานยนต์จากประเทศไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.4 การส่งออกยานยนต์ของไทย พ.ศ. 2545-2548

ประเภทยานยนต์	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)				อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548
รถยนต์ (CBU) **(คัน)**	**181,471**	**235,022**	**332,053**	**440,715**	**29.51**	**41.29**	**32.72**
รถยนต์	82,825.94	102,208.06	149,232.80	203,025.09	23.40	46.01	36.05
ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ (OEM)	14,196.28	27,720.03	43,873.39	76,790.69	95.26	58.27	75.03
เครื่องยนต์	6,094.10	5,290.96	4,316.07	7,903.79	-13.18	-18.43	83.12
ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์	1,789.59	2,182.00	2,909.43	4,100.47	21.93	33.34	40.94
รถจักรยานยนต์ (CBU&CKD) **(คัน)**	**585,320**	**604,995**	**831,287**	**1,337,586**	**3.36**	**37.40**	**60.91**
รถจักรยานยนต์	8,318.58	8,732.62	14,006.93	22,768.99	4.98	60.40	62.56
ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ (OEM)	4,269.81	6,634.37	13,353.27	11,428.22	55.38	101.27	-14.42
ชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์	1,425.30	2,221.19	2,099.23	729.56	55.84	-5.49	-65.25

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

สำหรับการนำเข้ารถจักรยานยนต์ของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย โดยพิจารณาในปี พ.ศ. 2546 มีมูลค่า 1,347.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,548.9 ล้านบาท (ร้อยละ 14.94) ในปี พ.ศ. 2547 และ เพิ่มขึ้นเป็น 1,806.3 ล้านบาท (ร้อยละ 16.62) ในปี พ.ศ. 2548 (ตารางที่ 2.6) ในขณะที่อัตราการขยายตัวการนำเข้าชิ้นส่วน อุปกรณ์และอะไหล่รถจักรยานยนต์มีอัตราสูงกว่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งแหล่งนำเข้ารถจักรยานยนต์ของไทยที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น

ตารางที่ 2.5 ตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

รายการ		มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว : ร้อยละ				สัดส่วน : ร้อยละ				
		2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
1	สหรัฐอเมริกา	1,146.60	1,438.10	1,549.00	2,180.50	2,653.00	25.42	7.71	40.77	21.67	26.75	30.78	27.08	26.4	22.41
2	อินโดนีเซีย	290.70	402.10	451.00	493.00	1,862.20	38.32	12.16	9.31	277.73	6.78	8.61	7.88	5.97	15.73
3	ฟิลิปปินส์	0.70	73.80	368.50	961.90	1,318.50	10,442.86	399.32	161.03	37.07	0.02	1.58	6.44	11.64	11.14
4	กัมพูชา	832.30	1,054.60	375.10	184.40	753.20	26.71	-64.43	-50.84	308.46	19.41	22.57	6.56	2.23	6.36
5	เบลเยียม	0.10	N/A	171.60	780.60	686.50	-100.00	N/A	354.90	-12.05	N/A	N/A	3.00	9.45	5.80
6	ญี่ปุ่น	133.10	115.50	547.60	655.80	663.70	-13.22	374.11	19.76	1.20	3.10	2.47	9.57	7.94	5.61
7	โคลัมเบีย	284.30	330.10	208.90	496.10	627.80	16.11	-36.72	137.48	26.55	6.63	7.06	3.65	6.01	5.30
8	กรีซ	0.10	219.30	493.90	518.70	533.00	219,200.00	125.22	5.02	2.76	N/A	4.69	8.63	6.28	4.50
9	ตุรกี	N/A	2.20	10.80	20.30	335.60	N/A	390.91	87.96	1,553.20	N/A	0.05	0.19	0.25	2.84
10	สิงคโปร์	298.00	401.40	332.00	273.70	324.00	34.70	-17.29	-17.56	18.38	6.95	8.59	5.80	3.31	2.74
รวม 10 รายการ		2,986.00	4,037.10	4,508.50	6,565.00	9,757.60	35.20	11.68	45.61	48.63	69.65	86.4	78.8	79.47	82.43
อื่นๆ		1,301.20	635.3	1,212.60	1,696.00	2,079.20	-51.17	90.87	39.86	22.59	30.35	13.6	21.2	20.53	17.57
มูลค่ารวม		4,287.10	4,672.40	5,721.10	8,261.00	11,836.80	8.99	22.44	44.40	43.29	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: N/A คือ ไม่มีการส่งออก

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.6 การนำเข้ายานยนต์ของไทย พ.ศ. 2545-2548

ประเภทยานยนต์	มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
	2546	2547	2548	2547	2548
รถยนต์นั่ง	16,090.00	15,012.10	13,466.50	-6.70	-10.30
รถยนต์โดยสารและรถบรรทุก	4,704.80	6,487.40	10,992.00	37.89	69.44
ส่วนประกอบและอุปกรณ์	104,058.80	120,667.80	129,319.00	15.96	7.17
รถจักรยานยนต์	1,347.60	1,548.90	1,806.30	14.94	16.62
ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน	4,199.50	4,978.30	6,036.30	18.55	21.25

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ปัจจุบันตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยค่ายรถต่างๆ พยายามใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาหรือช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดระหว่างกัน ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่ๆที่ครองตลาดอยู่จะเป็นค่ายรถจักรยานยนต์ญี่ปุ่น ได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ คาวาซากิ รวมแล้วกว่าร้อยละ 90 ของยอดขายทั้งหมดในประเทศซึ่งมีประมาณ 2 ล้านคันต่อปี อย่างไรก็ตาม ค่ายผู้ผลิตรายอื่นๆ ทั้งจากภายในประเทศ คือรถจักรยานยนต์ไทเกอร์ของคนไทย และจากประเทศเพื่อนบ้านคือมาเลเซียที่ผลิตรถจักรยานยนต์เจอาร์ดี อีกทั้งรถจักรยานยนต์จากประเทศจีน ต่างกำลังเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทย ซึ่งขณะนี้การรุกตลาดของรถจักรยานยนต์ราคาถูกจากจีนกำลังเป็นที่จับตามองจากผู้ประกอบการเดิมในตลาด และได้มีค่ายรถจักรยานยนต์จากจีนคือ เฮ็นซิม (Hensim) ก็ได้เปิดโครงการเพื่อผลิตรถจักรยานยนต์ในไทย ภายใต้ชื่อ แพล็ททินัม นอกจากนี้ ก็ยังมีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ราคาถูกหลายรุ่นจากจีนเพื่อมาจำหน่ายในประเทศไทยโดยส่วนหนึ่งผ่านการค้าชายแดน ส่งผลกระทบต่อภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาด ซึ่งการนำเข้านี้มีทั้งในลักษณะรถจักรยานยนต์สำเร็จรูป (CBU) แบบนำชิ้นส่วนเข้ามาประกอบ (CKD) และนำเข้าชิ้นส่วนมาเป็นอะไหล่ทดแทน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรถจักรยานยนต์รายเดิมในตลาดมองว่า รถจักรยานยนต์จากจีนเหล่านี้ส่วนใหญ่น่าจะเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดในบางส่วน โดยเฉพาะในตลาดล่างเป็นหลัก นอกจากจำนวนผู้ประกอบการในตลาดที่เพิ่มขึ้นแล้ว

การพัฒนาเทคโนโลยีรถจักรยานยนต์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ก็จะเพิ่มระดับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นด้วย

แม้ว่าโดยทั่วไปวิกฤตการณ์ราคาน้ำมันจะได้ส่งผลกระทบต่อตลาดยานยนต์ในประเทศทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทำให้ยอดขายชะลอตัวลงไม่เติบโตมากเหมือนในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา แต่ก็มีผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์บางรายมองว่า ภาวะราคาน้ำมันที่รุนแรงขึ้นเมื่อถึงจุดหนึ่ง น่าจะกระทบตลาดรถยนต์มากกว่าตลาดรถจักรยานยนต์ ซึ่งจัดเป็นยานพาหนะที่สิ้นเปลืองต้นทุนค่าเชื้อเพลิงต่ำกว่ายานยนต์ประเภทอื่นๆ ตลาดรถจักรยานยนต์จึงสามารถปรับตัวจากวิกฤตการณ์ราคาน้ำมันและภาวะเศรษฐกิจได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งอาจทำให้แนวโน้มตลาดรถจักรยานยนต์ไม่ชะลอตัวลงมากนัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549)

2.4.2 ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

<u>การส่งออกและการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์</u>

ปริมาณการส่งออกส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ (OEM) และชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ (REM) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2548 มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นโดยตลอด เนื่องจากมีผู้ผลิตต่างชาติได้ย้ายฐานการผลิตมาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก จากตารางที่ 2.4 แสดงให้เห็นว่าในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่าการส่งออกส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ (OEM) 4,269.8 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 6,634.37 และ 13,353.27 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2546 และ 2547 ตามลำดับ และมูลค่าดังกล่าวเริ่มลดลงในปี พ.ศ. 2548 เป็นมูลค่า 11,428.22 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 14.42 และชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีมูลค่า 1,425.30, 2,221.19 และ 2,099.23 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2545, 2546 และ 2547 ตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าลดเหลือ 729.56 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 65.25 ทั้งนี้ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2548 การส่งออกส่วนประกอบและชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ของไทยได้รับผลกระทบจากการที่จีนได้มีการปรับเป้าหมายที่จะส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ให้เร็วขึ้น จากเป้าหมายเดิมที่กำหนดไว้ 10 ปี เป็นภายใน 5 ปี โดยในปี พ.ศ. 2548 จีนได้เริ่มมีการผลิตอะไหล่รถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้น ส่งออกเพิ่มขึ้น โดยได้มีการส่งออกเข้าไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย และเวียดนามด้วย นอกจากนี้ จีนยังลดการนำเข้าอะไหล่รถจักรยานยนต์ด้วย ซึ่งจากเหตุดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ทั่วโลก โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออก

สำคัญของส่วนประกอบรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ อินโดนีเซีย (ร้อยละ 31.78) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 20.63) และเวียดนาม (ร้อยละ 13.24) (ตารางที่ 2.7) เป็นต้น

การนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ปี พ.ศ. 2546-2548 มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นโดยตลอด พิจารณาจากตารางที่ 2.6 ในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่าการนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน 4,199.50 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 4,978.30 หรือ ร้อยละ 18.55 ปี พ.ศ. 2547 โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการนำเข้า 6,036.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 21.25 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการนำเข้าจากประเทศจีน โดยแหล่งนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทยปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 31.13) จีน (ร้อยละ 20.41) และอินโดนีเซีย (ร้อยละ 20.11) (ตารางที่ 2.8)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.7 ตลาดส่งออกส่วนประกอบรถจักรยานยนต์ของไทยปี พ.ศ. 2544-2548

รายการ		มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว : ร้อยละ				สัดส่วน : ร้อยละ				
		2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
1	อินโดนีเซีย	283.20	1,384.10	2,308.60	3,340.00	4,607.90	388.74	66.79	44.68	37.96	4.28	19.53	24.99	27.06	31.78
2	เวียดนาม	2,501.10	2,196.00	1,669.60	2,322.80	2,991.40	-12.20	-23.97	39.12	28.78	37.78	30.98	18.07	18.82	20.63
3	ฟิลิปปินส์	812.50	893.80	856.30	1,303.10	1,920.00	10.01	-4.20	52.18	47.34	12.27	12.61	9.27	10.56	13.24
4	มาเลเซีย	210.50	335.80	521.10	924.80	1,136.80	59.52	55.18	77.47	22.92	3.18	4.74	5.64	7.49	7.84
5	ญี่ปุ่น	685.90	362.00	1,380.40	904.80	960.00	-47.22	281.33	-34.45	6.10	10.36	5.11	14.94	7.33	6.62
6	กัมพูชา	453.20	653.00	1,264.70	1,684.40	757.90	44.09	93.68	33.19	-55.00	6.85	9.21	13.69	13.65	5.23
7	สหราชอาณาจักร	135.60	128.50	163.60	501.00	569.40	-5.24	27.32	206.23	13.65	2.05	1.81	1.77	4.06	3.93
8	อิตาลี	38.30	123.90	201.40	305.70	380.30	223.50	62.55	51.79	24.40	0.58	1.75	2.18	2.48	2.62
9	บราซิล	99.80	33.70	30.60	51.30	166.80	-66.23	-9.20	67.65	225.15	1.51	0.48	0.33	0.42	1.15
10	ลาว	989.80	325.30	161.20	134.80	165.80	-67.13	-50.45	-16.38	23.00	14.95	4.59	1.74	1.09	1.14
รวม 10 รายการ		6,209.90	6,436.10	8,557.50	11,472.60	13,656.10	3.64	32.96	34.06	19.03	93.80	90.80	92.63	92.95	94.17
อื่นๆ		410.90	652.40	680.80	870.30	845.40	58.81	4.37	27.82	-2.86	6.20	9.20	7.37	7.05	5.83
มูลค่ารวม		6,620.70	7,088.50	9,238.40	12,342.90	14,501.50	7.07	30.33	33.60	17.49	100	100	100	100	100

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.8 ตลาดนำเข้ารถจักรยานยนต์และส่วนประกอบของไทย พ.ศ. 2546-2548

รายการ		มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว : ร้อยละ				สัดส่วน : ร้อยละ				
		2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
1	ญี่ปุ่น	2,721.90	1,976.40	1,786.90	1,867.00	1,879.20	-27.39	-9.59	4.48	0.65	74.33	53.99	42.55	37.50	31.13
2	จีน	211.50	278.10	547.20	675.00	1,232.10	31.49	96.76	23.36	82.53	5.78	7.60	13.03	13.56	20.41
3	อินโดนีเซีย	41.40	523.10	551.20	980.60	1,213.60	1,163.53	5.37	77.90	23.76	1.13	14.29	13.13	19.70	20.11
4	มาเลเซีย	122.40	230.30	285.20	375.70	455.30	88.15	23.84	31.73	21.19	3.34	6.29	6.79	7.55	7.54
5	ไต้หวัน	291.20	343.60	524.50	464.10	363.40	17.99	52.65	-11.52	-21.70	7.95	9.39	12.49	9.32	6.02
6	เวียดนาม	5.20	22.70	89.60	149.00	226.50	336.54	294.71	66.29	52.01	0.14	0.62	2.13	2.99	3.75
7	ฟิลิปปินส์	39.90	42.40	100.20	118.30	142.40	6.27	136.32	18.06	20.37	1.09	1.16	2.39	2.38	2.36
8	สหราชอาณาจักร	1.20	39.70	80.10	41.20	104.10	3,208.33	101.76	-48.56	152.67	0.03	1.08	1.91	0.83	1.72
9	สหรัฐอเมริกา	37.70	31.00	54.60	49.20	64.00	-17.77	76.13	-9.89	30.08	1.03	0.85	1.30	0.99	1.06
10	ออสเตรเลีย	0.10	0.20	0.20	2.30	63.6	100.00	N/A	1,050.00	2,665.22	N/A	0.01	N/A	0.05	1.05
รวม 10 รายการ		3,472.50	3,487.60	4,019.50	4,722.40	5,744.10	0.43	15.25	17.49	21.64	94.82	95.27	95.71	94.86	95.16
อื่นๆ		189.70	173.10	180.00	255.90	292.10	-8.70	3.99	42.17	14.19	5.18	4.73	4.29	5.14	4.84
มูลค่ารวม		3,662.10	3,660.70	4,199.50	4,978.30	6,036.30	-0.04	14.72	18.55	21.25	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : N/A คือ ไม่มีการส่งออก

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

2.4.3 ยางนอกรถจักรยานยนต์

ตลาดส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศส ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกรวมทั้ง 3 ประเทศร้อยละ 39.64 ของการส่งสินค้านี้ออกไปยังตลาดโลก โดยมีรายละเอียดแต่ละตลาด ดังนี้

ตลาดญี่ปุ่น

ไทยส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ไปตลาดญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2548 มีสัดส่วนร้อยละ 14.58 ของการส่งออกไปตลาดโลก โดยการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 91.24 สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ไต้หวัน เยอรมนี สเปน และจีน เป็นต้น

ญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกในปี พ.ศ. 2544-2548 ที่เคลื่อนไหวเพิ่มขึ้นและลดลง โดยปี พ.ศ. 2544 และ 2545 มีมูลค่าการนำเข้า 1,387.29 และ 1,169.82 ล้านบาท ตามลำดับ หรือลดลงร้อยละ 12.79 ในปี พ.ศ. 2545 และมูลค่าการนำเข้าได้เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2546-2548 โดยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,280.28, 1,316.89 และ 1,436.41 ล้านบาท ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.33, 6.08 และ 9.09 ในปี พ.ศ. 2546, 2547 และ 2548 ตามลำดับ ซึ่งปี พ.ศ. 2548 ญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์จากไทยเป็นอันดับแรก มูลค่า 291.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.32 ในปี พ.ศ. 2548 และไทยครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20.32 รองลงมา คือ ไต้หวัน เยอรมนี สเปน และจีน ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 18.71, 15.17, 12.77 และ 9.67 ตามลำดับ โดยในจำนวนประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้ จีน และไต้หวัน เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากญี่ปุ่นมีอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าจาก 2 ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 2.9)

ตลาดมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นตลาดส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทยรองจากญี่ปุ่น โดยปี พ.ศ. 2548 ไทยส่งออกไปมาเลเซียเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.09 ของการส่งออกไปตลาดโลก ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 95.31 สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดมาเลเซีย ได้แก่ เวียดนาม ญี่ปุ่น จีน และเยอรมนี เป็นต้น

ตารางที่ 2.9 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่นจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ไทย	127.78	153.57	144.69	159.26	291.93	9.21	13.13	11.30	12.09	20.32	24.30	-2.43	13.53	83.32
ไต้หวัน	294.84	251.93	274.07	234.37	268.69	21.25	21.54	21.41	17.80	18.71	-11.63	12.66	-11.80	14.65
เยอรมนี	204.11	160.91	170.61	249.44	217.86	14.71	13.75	13.33	18.94	15.17	-18.46	9.80	50.79	-12.66
สเปน	426.71	342.27	348.09	262.29	183.45	30.76	29.26	27.19	19.92	12.77	-17.04	5.32	-22.29	-30.05
จีน	8.45	15.31	68.10	103.06	138.95	0.61	1.31	5.32	7.83	9.67	87.53	360.53	56.07	34.84
รวม 5 รายการ	1,061.88	923.98	1,005.56	1,008.41	1,100.88	76.54	78.98	78.54	76.58	76.64	-10.00	12.70	3.43	9.18
อื่น ๆ	325.41	245.84	274.72	308.42	335.52	23.46	21.02	21.46	23.42	23.36	-21.86	15.72	15.79	8.79
รวมทั้งหมด	1,387.29	1,169.82	1,280.28	1,316.83	1,436.41	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-12.79	13.33	6.08	9.09

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มาเลเซียมีมูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกในปี พ.ศ. 2548 มูลค่า 295.7 ล้านบาท ในจำนวนนี้ได้นำเข้าจากไทยมากที่สุดมูลค่า 273.86 ล้านบาท และสามารถครองส่วนแบ่งตลาด 92.61 รองลงมา คือ เวียดนาม ญี่ปุ่น จีน และเยอรมนี ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.61, 1.94, 0.74 และ 0.52 ตามลำดับ ซึ่งไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดมาเลเซียเป็นอันดับหนึ่งมาตลอด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมาเลเซียเป็นตลาดที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทยมากที่สุด จึงมีความสะดวกในการลำเลียงสินค้า และอาจมีการส่งต่อไปยังประเทศอื่นๆ ต่อไป (ตารางที่ 2.10)

ตลาดฝรั่งเศส

ด้านการส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ไปฝรั่งเศสมีสัดส่วนร้อยละ 11.97 ในปี พ.ศ. 2548 โดยมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 64.40 สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดฝรั่งเศส ได้แก่ สเปน เนเธอร์แลนด์ บราซิล และไต้หวัน เป็นต้น

ฝรั่งเศสเป็นประเทศหนึ่งที่มีมูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์ในมูลค่าที่สูงมาก พิจารณาจากปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการนำเข้าถึง 5,025.53 ล้านบาท มากกว่าญี่ปุ่นประมาณ 4 เท่า โดยนำเข้าจากญี่ปุ่นมากที่สุดมูลค่า 2,785.52 ล้านบาทครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 55.43 รองลงมาคือ สเปน และเนเธอร์แลนด์ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.11 และ 7.46 ตามลำดับ ในขณะที่นำเข้าจากไทยมูลค่า 282.70 ล้านบาท และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 5.63 และประเทศคู่แข่งอีก 2 ประเทศ คือ บราซิล และไต้หวันครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.55 และ 2.99 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 2.11 พบว่า ฝรั่งเศสมีการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์จากไต้หวันที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากถึงร้อยละ 58.67

2.4.4 ยางในรถจักรยานยนต์

ตลาดส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ลาว ญี่ปุ่น และกัมพูชา ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกรวมทั้ง 3 ประเทศร้อยละ 38.42 ของการส่งสินค้านี้ออกไปยังตลาดโลก แต่เนื่องจากความจำกัดทางด้านข้อมูลของลาว กัมพูชา จึงทำการศึกษาในตลาดส่งออกที่มีความสำคัญลำดับถัดไป ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 2.10 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์ของมาเลเซียจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ไทย	24.96	28.81	67.25	121.03	273.86	49.31	61.45	81.44	75.48	92.61	15.42	133.47	79.96	126.27
เวียดนาม	N/A	0.06	0.41	12.39	7.71	N/A	0.14	0.50	7.73	2.61	N/A	535.69	2913.97	-37.74
ญี่ปุ่น	14.98	10.40	8.24	3.38	5.74	29.61	22.18	9.97	2.11	1.94	-30.60	-20.80	-59.00	69.86
จีน	0.07	0.79	2.13	7.73	2.20	0.14	1.68	2.58	4.82	0.74	994.33	171.69	262.22	-71.53
เยอรมนี	1.71	1.89	0.06	1.69	1.54	3.38	4.03	0.07	1.06	0.52	10.57	-96.83	2727.87	-8.92
รวม 5 รายการ	41.72	41.95	78.10	146.22	291.05	82.44	89.48	94.57	91.19	98.43	0.54	86.18	87.24	99.04
อื่น ๆ	8.89	4.93	4.49	14.12	4.65	17.56	10.52	5.43	8.81	1.57	-44.53	-9.00	214.78	-67.10
รวมทั้งหมด	50.61	46.88	82.58	160.35	295.70	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-7.38	76.17	94.17	84.41

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.11 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดฝรั่งเศส ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางนอกรถจักรยานยนต์ของฝรั่งเศสจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
สเปน	526.09	339.21	550.12	497.41	407.62	15.59	9.92	12.43	10.24	8.11	-35.52	62.18	-9.58	-18.05
เนเธอร์แลนด์	11.91	11.67	129.68	382.50	374.85	0.35	0.34	2.93	7.88	7.46	-2.05	1,011.27	194.96	-2.00
ไทย	56.88	140.99	183.71	199.05	282.70	1.69	4.12	4.15	4.10	5.63	147.87	30.30	8.35	42.02
บราซิล	89.14	135.48	154.30	205.83	178.40	2.64	3.96	3.49	4.24	3.55	51.99	13.89	33.40	-13.33
ไต้หวัน	43.48	56.38	80.51	94.58	150.06	1.29	1.65	1.82	1.95	2.99	29.68	42.78	17.48	58.67
รวม 5 รายการ	727.50	683.73	1,098.31	1,379.37	1,393.63	21.56	19.99	24.82	28.41	27.73	-6.02	60.63	25.59	1.03
อื่นๆ	2,647.31	2,736.07	3,327.35	3,476.13	3,631.90	78.44	80.01	75.18	71.59	72.27	3.35	21.61	4.47	4.48
รวมทั้งหมด	3,374.81	3,419.80	4,425.66	4,855.50	5,025.53	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1.33	29.41	9.71	3.50

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดญี่ปุ่น

ไทยส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ไปตลาดญี่ปุ่นมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 12.97 ของการส่งออกไปตลาดโลก ในปี 2548 โดยลดลงร้อยละ 0.6 สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ไต้หวัน จีน เวียดนาม และบราซิล เป็นต้น มีรายละเอียด ดังนี้

ปี พ.ศ. 2548 ญี่ปุ่นนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกมูลค่า 128.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 8.20 โดยนำเข้าจากไทยมูลค่า 86.53 ล้านบาท และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดในตลาดญี่ปุ่นเป็นอันดับแรกอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดปี พ.ศ. 2548 มากถึงร้อยละ 65.30 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการครองส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวเริ่มมีสัดส่วนที่ลดลง เนื่องจากปัจจุบันมีประเทศผู้ผลิตยางในรถจักรยานยนต์ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและมีราคาถูกกว่าไทย ในขณะที่ไต้หวันมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 17.79 ในปี พ.ศ. 2548 เป็นอันดับ 2 รองลงมา คือ จีน เวียดนาม และบราซิล โดยมีส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 4.27, 2.79 และ 2.74 ตามลำดับ (ตารางที่ 2.12) เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าและการครองส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่แข่งแต่ละประเทศแล้ว พบว่า ญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์จากจีนมากที่สุด รองลงมาคือ ไต้หวัน ซึ่งสอดคล้องกับการรัฐบาลจีนและไต้หวันมีการสนับสนุนในด้านการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบ

ตลาดมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นตลาดส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทยเป็นอันดับ 4 ในปี พ.ศ. 2548 โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 9.31 ของการส่งออกไปตลาดโลกรองจากกัมพูชา สำหรับประเทศส่งออกที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดมาเลเซีย ได้แก่ จีน เวียดนาม ไต้หวัน และเกาหลีใต้ เป็นต้น

มาเลเซียมีมูลค่าการนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกมูลค่า 75.65 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 75.7 ในจำนวนนี้ได้นำเข้าจากไทยเป็นอันดับหนึ่งด้วยมูลค่า 34.75 ล้านบาท สามารถครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 45.94 รองลงมาคือ จีน เวียดนาม ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 37.26, 5.39, 4.37 และ 3.31 ตามลำดับ (ตารางที่ 2.13)

ตารางที่ 2.12 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่นจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ไทย	65.67	104.97	94.58	86.21	86.53	63.91	76.03	71.34	72.37	67.14	65.30	-6.69	-6.00	0.38
ไต้หวัน	19.71	14.51	20.75	14.88	22.15	19.18	10.51	15.65	12.49	17.19	-23.85	48.10	-26.03	48.85
จีน	2.53	0.71	1.44	1.29	5.50	2.46	0.52	1.09	1.08	4.27	-70.78	109.34	-7.77	325.59
เวียดนาม	4.27	3.85	2.50	2.86	3.60	4.15	2.79	1.89	2.40	2.79	-6.82	-32.60	17.94	25.72
บราซิล	1.21	4.55	4.65	5.45	3.53	1.18	3.30	3.51	4.58	2.74	287.96	5.75	20.99	-35.30
รวม 5 รายการ	93.40	128.59	123.94	110.70	121.31	90.88	93.14	93.47	92.93	94.13	42.40	-0.19	-7.88	9.59
อื่น ๆ	9.37	9.47	8.65	8.43	7.57	9.12	6.86	6.53	7.07	5.87	4.50	-5.31	0.40	-10.15
รวมทั้งหมด	102.77	138.06	132.59	119.13	128.88	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	38.95	-0.54	-7.33	8.20

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.13 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์ของมาเลเซียจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ไทย	2.58	0.75	3.74	7.85	34.75	5.25	3.00	13.80	18.24	45.94	-70.96	399.20	109.79	342.45
จีน	1.99	0.63	6.76	14.27	28.19	4.05	2.50	24.93	33.13	37.26	-68.59	980.91	110.93	97.61
เวียดนาม	0.53	0.33	0.75	1.94	4.07	1.07	1.32	2.75	4.52	5.39	-37.76	126.84	160.36	109.49
ไต้หวัน	0.01	N/A	0.06	0.24	3.08	0.02	0.00	0.22	0.56	4.07	-100.00	N/A	297.48	1175.93
เกาหลีใต้	36.86	15.51	9.48	11.95	2.50	74.89	61.99	34.95	27.76	3.31	-57.92	-38.88	26.06	-79.05
รวม 5 รายการ	41.97	17.22	20.79	36.26	72.60	85.27	68.80	76.66	84.21	95.97	-58.98	20.79	74.36	100.23
อื่นๆ	7.25	7.81	6.33	6.80	3.05	14.73	31.20	23.34	15.79	4.03	7.66	-18.89	7.39	-55.11
รวมทั้งหมด	49.22	25.02	27.13	43.06	75.65	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-49.17	8.41	58.73	75.70

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญหนึ่งของไทย โดยปี พ.ศ. 2548 ไทยส่งออกไปสหรัฐอเมริกาเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.44 ของการส่งออกไปตลาดโลก และมีประเทศคู่แข่งในตลาดนี้ ได้แก่ แคนาดา อิตาลี ฮังการี และเยอรมนี เป็นต้น พิจารณาจากปี พ.ศ. 2548 สหรัฐอเมริกานำเข้ายางในรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกมูลค่า 1,457.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.97 จากปี พ.ศ. 2547 โดยนำเข้าจากเกาหลีใต้เป็นอันดับหนึ่งด้วยมูลค่า 594.93 ล้านบาท ในขณะที่นำเข้าจากไทย เพียงมูลค่า 29.79 ล้านบาท และส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.04 ส่วนประเทศคู่แข่งสำคัญที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้า ได้แก่ แคนาดา และอิตาลี มีส่วนแบ่งร้อยละ 2.32 และ 2.14 ตามลำดับ และประเทศคู่แข่งสำคัญที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทยอีก 2 อันดับ ได้แก่ ฮังการี และเยอรมนี มีส่วนแบ่งร้อยละ 1.44 และ 0.99 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ในจำนวนประเทศคู่แข่งนี้ อิตาลีมีการขยายตัวมากที่สุด รองลงมาคือ เยอรมนี ในขณะที่แคนาดา ไทย และฮังการีมีแนวโน้มที่ลดลง (ตารางที่ 2.14)

2.4.5 อานรถจักรยานยนต์

ตลาดส่งออกอานรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหราชอาณาจักร อิตาลี อิหร่าน ลาว และ ญี่ปุ่น แต่เนื่องจากมีความจำกัดด้านข้อมูลของอิหร่าน และลาว จึงทำการศึกษาในตลาดสหราชอาณาจักร อิตาลี และญี่ปุ่นเท่านั้น โดยสัดส่วนการส่งออกไปยัง 3 ประเทศนี้ร้อยละ 68.13 ของการส่งสินค้านี้ออกไปยังตลาดโลก โดยมีรายละเอียดแต่ละตลาด ดังนี้

ตลาดสหราชอาณาจักร

ไทยส่งออกอานรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2548 เป็นอันดับหนึ่ง โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 40.25 ของการส่งออกไปยังตลาดโลก ซึ่งมูลค่าการส่งออกลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 77.36 สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหราชอาณาจักร ได้แก่ อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี เป็นต้น

ตารางที่ 2.14 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้ายางในรถจักรยานยนต์ของสหรัฐอเมริกาจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
แคนาดา	100.67	101.17	80.92	93.12	33.79	8.85	9.45	7.20	6.64	2.32	0.50	-20.01	15.08	-63.71
อิตาลี	26.80	17.36	26.31	24.13	31.19	2.36	1.62	2.34	1.72	2.14	-35.22	51.54	-8.31	29.27
ไทย	18.34	35.36	26.65	34.22	29.79	1.61	3.30	2.37	2.44	2.04	92.80	-24.64	28.43	-12.96
ฮังการี	47.59	31.24	30.67	30.13	21.04	4.19	2.92	2.73	2.15	1.44	-34.37	-1.81	-1.76	-30.18
เยอรมนี	5.52	10.02	10.06	13.35	14.45	0.49	0.94	0.90	0.95	0.99	81.59	0.40	32.77	8.25
รวม 5 รายการ	198.92	195.14	174.61	194.95	130.26	17.49	18.23	15.54	13.91	8.94	-1.90	-10.52	11.65	-33.19
อื่น ๆ	938.17	875.20	948.64	1,206.94	1,327.24	82.51	81.77	84.46	86.09	91.06	-6.71	8.39	27.23	9.97
รวมทั้งหมด	1,137.09	1,070.34	1,123.25	1,401.90	1,457.49	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-5.87	4.94	24.81	3.97

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สหราชอาณาจักรมีมูลค่าการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์จาดตลาดโลกที่เคลื่อนไหวเพิ่มขึ้น และลดลงตั้งปี พ.ศ. 2544-2548 โดยในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการนำเข้า 86.50 เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.32 จากปี พ.ศ. 2547 สำหรับประเทศผู้ส่งออกอานรถจักรยานยนต์ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้า ได้แก่ อิตาลี และเนเธอร์แลนด์ มีส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 15.36 และ 15.23 ตามลำดับ ส่วนประเทศผู้ส่งออกอานรถจักรยานยนต์ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทย 2 อันดับถัดมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี มีส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 10.34 และ 6.88 ตามลำดับ สำหรับไทยมีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 1.1 ส่วนปี พ.ศ. 2545 และ 2546 นั้นจากข้อมูลสถิติ พบว่า ไทยไม่ได้ส่งออกอานรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักรแต่อย่างใด จนกระทั่งปี พ.ศ. 2547 มีการครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.64 และปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10.91 (ตารางที่ 2.15)

ตลาดอิตาลี

การส่งออกอานรถจักรยานยนต์ไปตลาดอิตาลีในปี พ.ศ. 2548 มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 22.02 ของการส่งออกไปตลาดโลก สำหรับประเทศส่งออกที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดอิตาลี ได้แก่ เบลเยี่ยม จีน เยอรมนี และสาธารณรัฐเชก เป็นต้น

อิตาลีมีการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์จากตลาดโลกมูลค่า 108.66 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.40 จากปี พ.ศ. 2547 โดยนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์เป็นอันดับแรกด้วยมูลค่า 25.15 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 23.24 ในขณะที่นำเข้าจากไทยมูลค่า 10.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.78 และครองส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 9.77 สำหรับประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้า ได้แก่ เบลเยี่ยม และจีน มีสัดส่วนร้อยละ 16.74 และ 13.79 ตามลำดับ ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ครองส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทย 2 อันดับถัดมา ได้แก่ เยอรมนี และสาธารณรัฐเชก มีส่วนแบ่งร้อยละ 6.77 และ 6.48 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวการนำเข้าปี พ.ศ. 2548 พบว่า อิตาลีมีแนวโน้มการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์จากไทยเพิ่มขึ้นมากที่สุดใน 5 ประเทศ ในขณะที่การนำเข้าจากสาธารณรัฐเชกขยายตัวลดลงมากที่สุด (ตารางที่ 2.16)

ตารางที่ 2.15 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์ของสหราชอาณาจักรจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
อิตาลี	5.33	13.66	20.36	23.76	13.72	25.25	28.49	23.44	20.56	15.86	165.21	54.35	20.34	-42.23
เนเธอร์แลนด์	1.42	2.82	6.15	9.49	13.17	6.74	5.88	7.08	8.21	15.23	104.97	125.92	59.18	38.77
ไทย	0.23	N/A	N/A	0.48	9.43	1.10	N/A	N/A	0.64	10.91	-100.00	N/A	N/A	1,879.06
สหรัฐอเมริกา	2.75	7.31	7.15	8.75	8.95	13.04	15.25	8.23	7.57	10.34	174.82	1.29	26.18	2.28
เยอรมนี	2.18	2.48	3.63	4.80	5.95	10.34	5.17	4.18	4.16	6.88	17.49	51.69	36.50	23.85
รวม 5 รายการ	11.91	26.27	37.29	47.28	51.22	56.48	54.79	42.93	41.14	59.22	128.03	47.01	30.76	8.36
อื่น ๆ	9.18	21.67	49.57	27.09	35.27	43.52	45.21	57.07	58.86	40.78	144.14	136.86	-43.64	30.21
รวมทั้งหมด	21.10	47.94	86.86	74.37	86.50	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	135.04	87.63	-11.70	16.32

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.16 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดอิตาลี ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์ของอิตาลีจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
เบลเยี่ยม	2.11	8.12	15.32	16.72	18.12	8.80	9.00	14.65	15.39	16.74	283.79	88.69	9.16	8.36
จีน	0.36	0.64	27.36	20.35	14.92	1.50	0.71	26.17	18.73	13.79	76.90	4191.33	-25.61	-26.69
ไทย	N/A	17.73	8.64	8.40	10.57	N/A	19.66	8.26	7.73	9.77	N/A	-51.28	-2.71	25.78
เยอรมนี	5.22	3.33	4.50	6.99	7.32	21.71	3.69	4.30	6.44	6.77	-36.18	34.95	55.55	4.72
สาธารณรัฐเชก	8.98	8.27	16.32	13.51	7.02	37.33	9.16	15.61	12.43	6.48	-7.92	97.42	-17.24	-48.05
รวม 5 รายการ	16.67	38.08	72.12	65.97	57.95	69.34	42.22	68.99	60.71	53.54	128.41	89.40	-8.53	-12.17
อื่น ๆ	7.37	52.12	32.42	42.69	50.28	30.66	57.78	31.01	39.29	46.46	606.98	-37.80	31.68	17.78
รวมทั้งหมด	24.04	90.20	104.55	108.66	108.23	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	275.15	15.90	3.94	-0.40

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดญี่ปุ่น

ไทยส่งออกอานรถจักรยานยนต์ไปญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.86 ซึ่งปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นร้อยละ 95.81 จากปี พ.ศ. 2547 สำหรับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ จีน ฟิลิปปินส์ อิตาลี และไต้หวัน เป็นต้น

การนำเข้าอานรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่นจากตลาดโลกในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่า 81.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.78 โดยนำเข้าจากไทยมูลค่า 5.15 ล้านบาท ครองส่องแบ่งตลาดร้อยละ 6.29 ส่วนประเทศคู่แข่งที่มีสัดส่วนการครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้า ได้แก่ จีน และฟิลิปปินส์ ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27.76 และ 15.35 ตามลำดับ ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ครองส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทย 2 อันดับถัดมา ได้แก่ อิตาลี และไต้หวัน ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 6.24 และ 2.87 ตามลำดับ โดยประเทศจีน ฟิลิปปินส์ และอิตาลี มีแนวโน้มการครองส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ไทย และไต้หวันมีแนวโน้มการครองส่วนแบ่งตลาดลดลงตามลำดับ (ตารางที่ 2.17)

2.4.6 ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ

มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2548 ของไทย เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่า 14,299.39 ล้านบาท โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย เป็นต้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.6 ของการส่งออกสินค้านี้ไปตลาดโลก มีรายละเอียดในแต่ละตลาด ดังนี้

ตลาดอินโดนีเซีย

ปี พ.ศ. 2548 ไทยส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ไปตลาดอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 37.95 โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 32.22 ของมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลก สำหรับประเทศผู้ส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดอินโดนีเซีย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน มาเลเซีย และไต้หวัน เป็นต้น

อินโดนีเซียมีมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ จากตลาดโลกที่เคลื่อนไหวเพิ่มขึ้น และลดลงตั้งปี พ.ศ. 2544-2548 โดยในปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่าการนำเข้า

ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อื่นๆ จากตลาดโลก มูลค่า 16,676.63 ล้านบาท และลดลงเป็น 15,356.69 และ 11,125.63 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 และ 2546 หรือลดลงร้อยละ 4.70 และ 25.02 ตามลำดับ และเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2547 มูลค่า 11,677.96 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 8.26 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2548 ลดลงเป็น 11,117.90 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.79 สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทย คือ ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 36.46 และประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย และไต้หวัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15.72, 7.14 และ4.67 ตามลำดับ สำหรับไทยมีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2548 ร้อยละ 7.90, 14.14, 23.98, 27.91 และ 33.45 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสัดส่วนการครองส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวแล้ว พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของไทย จีน มาเลเซีย ไต้หวัน มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นโดยตลอด ในขณะที่ ญี่ปุ่น มีแนวโน้มการครองส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงตามลำดับ (ตารางที่ 2.18)

ตลาดฟิลิปปินส์

การส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไปฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2548 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.43 ของการส่งออกสินค้านี้ไปตลาดโลก สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งขัน ที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ไต้หวัน และจีน เป็นต้น

การนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของฟิลิปปินส์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่า 1,860.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.55 จากปี พ.ศ. 2547 โดยมีการนำเข้าจากไทยมูลค่า 471.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 129.62 จากปี พ.ศ. 2547 สามารถครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 25.32 ของการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของฟิลิปปินส์จากตลาดโลก ในขณะที่ญี่ปุ่นมีการครองส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดร้อยละ 42.78 และประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ครองส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย ไต้หวัน และจีน ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.01, 7.90 และ 7.10 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าญี่ปุ่นจะมีการครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด แต่สัดส่วนการครองส่วนแบ่งดังกล่าวก็มีแนวโน้มที่ลดลง เช่นเดียวกับอินโดนีเซียและไต้หวัน ในขณะที่ไทย มีแนวโน้มการครองส่วนแบ่งมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (ตารางที่ 2.19)

ตารางที่ 2.17 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของอานรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าอานรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่นจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
จีน	2.75	2.48	1.53	11.36	22.72	6.67	4.94	2.81	18.85	27.76	-9.90	-38.34	642.77	100.00
ฟิลิปปินส์	5.09	13.05	12.42	8.25	12.56	12.35	25.98	22.86	13.68	15.35	156.21	-4.81	-33.63	52.39
ไทย	N/A	0.11	2.42	4.29	5.15	N/A	0.23	4.46	7.12	6.29	N/A	2045.74	76.87	20.04
อิตาลี	5.74	1.92	5.33	1.72	5.11	13.91	3.82	9.80	2.85	6.24	-66.57	177.79	-67.78	197.63
ไต้หวัน	5.60	2.54	2.49	4.13	2.35	13.57	5.06	4.57	6.85	2.87	-54.57	-2.19	66.10	-43.10
รวม 5 รายการ	19.18	20.10	24.19	29.74	47.89	46.51	40.03	44.51	49.34	58.52	4.82	20.33	22.94	61.03
อื่น ๆ	22.06	30.12	30.16	30.53	33.95	53.49	59.97	55.49	50.66	41.48	36.55	0.13	1.22	11.18
รวมทั้งหมด	41.24	50.23	54.35	60.27	81.84	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	21.79	8.22	10.89	35.78

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

N/A คือ ไม่มีการนำเข้า

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.18 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดอินโดนีเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของอินโดนีเซียจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)					อัตราการเปลี่ยนแปลง มูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547
ญี่ปุ่น	14,095.32	11,095.23	6,600.69	5,182.10	4,053.78	84.52	72.21	59.33	44.38	36.46	-18.59	-38.39	-19.03	-21.77
ไทย	1,316.85	2,173.42	2,667.74	3,259.10	3,719.08	7.90	14.14	23.98	27.91	33.45	70.70	27.11	26.00	14.12
จีน	646.14	1,283.63	1,231.92	1,797.36	1,748.05	3.87	8.35	11.07	15.39	15.72	105.47	- 0.62	50.48	-2.74
มาเลเซีย	113.52	187.70	171.16	487.37	793.84	0.68	1.22	1.54	4.17	7.14	71.01	-5.57	193.67	62.89
ไต้หวัน	136.01	374.91	280.33	536.42	519.05	0.82	2.44	2.52	4.59	4.67	185.09	- 22.57	97.36	-3.23
รวม 5 รายการ	16,307.84	15,114.89	10,951.83	11,262.36	10,833.81	96.97	95.93	95.92	91.85	92.78	- 4.14	-24.97	6.06	-3.80
อื่นๆ	368.49	250.80	173.80	415.60	284.10	3.0252	4.0721	4.0818	8.1523	7.2239	-29.61	-28.24	146.63	-31.64
รวมทั้งหมด	16,676.33	15,365.69	11,125.63	11,677.96	11,117.90	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-4.70	-25.02	8.26	-4.79

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.19 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของฟิลิปปินส์จากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลง ของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ญี่ปุ่น	579.61	414.92	385.31	572.55	795.88	67.54	56.98	44.96	46.03	42.78	-28.41	-7.13	48.59	39.01
ไทย	83.72	59.55	106.01	205.17	471.11	9.76	8.18	12.37	16.49	25.32	-28.87	78.02	93.54	129.62
อินโดนีเซีย	58.25	57.11	125.76	124.04	148.93	6.79	7.84	14.67	9.97	8.01	-1.94	120.19	-1.37	20.07
ไต้หวัน	62.23	82.51	75.52	115.96	147.02	7.25	11.33	8.81	9.32	7.90	32.58	-8.46	53.55	26.78
จีน	31.92	52.35	72.64	80.37	132.03	3.72	7.19	8.48	6.46	7.10	63.98	38.77	10.65	64.26
รวม 5 รายการ	815.73	666.44	765.25	1,098.09	1,694.97	95.06	91.52	89.29	88.27	91.11	-18.30	14.83	43.50	54.36
อื่นๆ	42.38	61.77	91.82	145.87	165.34	4.94	8.48	10.71	11.73	8.89	45.74	48.66	58.86	13.35
รวมทั้งหมด	858.11	728.20	857.07	1,243.96	1,860.31	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-15.14	17.70	45.14	49.55

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดมาเลเซีย

การส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ไปยังตลาดมาเลเซีย เป็นสัดส่วนร้อยละ 7.5 ของการส่งออกสินค้านี้ไปตลาดโลก สำหรับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดมาเลเซีย ได้แก่ ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย เป็นต้น

การนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของมาเลเซียในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่า 3,737.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.22 จากปี พ.ศ. 2547 โดยนำเข้าจากไทยมูลค่ามากที่สุด 2,462.12 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 65.88 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และอินโดนีเซียครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.47, 4.60, 3.10 และ 3.34 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาพบว่า สัดส่วนการครองส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวของประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญของไทยมีแนวโน้มลดลงทุกประเทศ ในขณะที่ไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 2.20)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.20 มูลค่าการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ในตลาดมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่น ๆ ของมาเลเซียจากตลาดโลก (ล้านบาท)					ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)[1/]					อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้า (ร้อยละ)[2/]			
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548
ไทย	168.61	271.12	272.65	1,504.51	2,462.12	8.52	17.18	24.08	56.05	65.88	60.80	0.57	451.81	63.65
ญี่ปุ่น	1,606.65	1,133.34	654.11	650.36	802.43	81.18	71.80	57.77	24.23	21.47	-29.46	-42.28	-0.57	23.38
เวียดนาม	1.54	2.84	41.70	147.20	171.82	0.08	0.18	3.68	5.48	4.60	84.67	1,368.36	252.96	16.73
จีน	61.56	50.16	79.22	115.41	115.87	3.11	3.18	7.00	4.30	3.10	-18.51	57.92	45.69	0.40
อินโดนีเซีย	45.70	51.13	18.11	89.56	77.84	2.31	3.24	1.60	3.34	2.08	11.88	-64.57	394.43	-13.09
รวม 5 รายการ	1,884.06	1,508.59	1,065.79	2,507.04	3,630.08	95.20	95.57	94.14	93.39	97.13	-19.93	-29.35	135.23	44.80
อื่น ๆ	95.01	69.85	66.39	177.31	107.10	4.80	4.43	5.86	6.61	2.87	-26.48	-4.95	167.08	-39.60
รวมทั้งหมด	1,979.07	1,578.44	1,132.18	2,684.36	3,737.18	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-20.24	-28.27	137.10	39.22

หมายเหตุ : [1/]และ [2/] เป็นตัวเลขจากการคำนวณ

ที่มา : Commodity Trade Statistics Series D, 2000-2006 และ World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 บทบาทของรัฐบาลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย

จากนโยบายของรัฐที่มีบทบาทต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ นโยบายการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสูง นโยบายการบังคับและการกำหนดใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ นโยบายการห้ามและการควบคุมการนำเข้า นโยบายการห้ามโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใหม่ และนโยบายการให้การส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น แม้ว่านโยบายการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนไทยของรัฐบาลดังกล่าว มีส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์สามารถประกอบ และผลิตชิ้นส่วน จากเพียงจำหน่ายในประเทศ จนกระทั่งส่งออกไปต่างประเทศได้ แต่ยังส่งผลทางด้านลบต่อความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของอุตสาหกรรมอย่างมาก และเมื่อรัฐบาลมีนโยบายในการเปิดการค้าเสรี และมีการยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2543 ส่งผลให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศเริ่มประสบปัญหากับการแข่งกับชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์นำเข้าที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์มีการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศมากขึ้น และลดการสั่งซื้อชิ้นส่วนในประเทศ

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบทบาทของภาครัฐได้เปลี่ยนจากการคุ้มครองปกป้องอุตสาหกรรมมาเป็นการหามาตรการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยสามารถสรุปกฎระเบียบ และนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ดังนี้

2.5.1 การให้สิทธิประโยชน์

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้จัดให้มีการส่งเสริมการลงทุนกิจการประกอบยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งรวมทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยให้สิทธิประโยชน์แบ่งตามเขตอุตสาหกรรมที่โรงงานประกอบยานยนต์และผลิตชิ้นส่วนตั้งอยู่ BOI ได้แบ่งเขตการลงทุนออกเป็น 3 เขต ตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยใช้รายได้และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของแต่ละจังหวัดเป็นเกณฑ์ ดังนี้

2.5.1.1 **โครงการที่ตั้งอยู่ในเขตที่** 1 (กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร)

2.5.1.1.1 โครงการที่ตั้งในนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในเขต 1

- ให้ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรกึ่งหนึ่ง เฉพาะเครื่องจักรที่ มีอากรขาเข้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี

2.5.1.1.2 โครงการที่ตั้งนอกนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในเขต 1

- ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรกึ่งหนึ่ง เฉพาะเครื่องจักรที่มีอากรขาเข้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

- ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี

2.5.1.2 **โครงการที่ตั้งอยู่ในเขตที่** 2 (จังหวัดกาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยา ภูเก็ต ระยอง ราชบุรี สมุทรสงคราม สระบุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง)

2.5.1.2.1 โครงการที่ตั้งในนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในเขต 2 (ไม่รวมนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในจังหวัดระยอง)

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร (สำหรับโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2552)

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 7 ปี (สำหรับโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2552) ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี

2.5.1.2.2 โครงการที่ตั้งนอกนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในเขต 2

- ให้ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรกึ่งหนึ่ง เฉพาะเครื่องจักรที่มีอากรขาเข้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี

2.5.1.3 **โครงการที่ตั้งอยู่ในเขตที่** 3 (36 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ กำแพงเพชร ขอนแก่น จันทบุรี ชัยนาท ชุมพร เชียงราย เชียงใหม่ ตรัง ตราด ตาก นครราชสีมา นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ ประจวบคีรีขันธ์ ปราจีนบุรี พังงา พัทลุง พิจิตร พิษณุโลก เพชรบุรี เพชรบูรณ์ มุกดาหาร แม่ฮ่องสอน ระนอง ลพบุรี ลำปาง ลำพูน เลย สงขลา สระแก้ว สิงห์บุรี สุโขทัย สุราษฎร์ธานี อุตรดิตถ์ อุทัยธานี)

2.5.1.3.1 โครงการที่ตั้งในนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในท้องที่ 3 (จังหวัด และโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2552 ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในจังหวัดระยอง

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี

- ให้ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ ที่ได้จากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

- อนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าเป็นระยะเวลา 10 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม

- อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุนแล้วในการนั้นในกิจการที่ได้รับส่งเสริม โดยผู้ได้รับการส่งเสริมจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่ง หรือหลายปีก็ได้ภายใน 10 ปี นับแต่วันที่มีรายได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ทั้งนี้ นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

- ให้ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 75 เป็นระยะเวลา 5 ปี (จะอนุมัติให้คราวละ 1 ปี) ยกเว้นนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป ที่ตั้งสถานประกอบการในนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในจังหวัดระยอง จะไม่ได้รับสิทธิข้อนี้

2.5.1.3.2 โครงการที่ตั้งนอกนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในท้องที่ 36 จังหวัด

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นสำหรับชิ้นส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี

- อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุนแล้วในการนั้นในกิจการที่ได้รับส่งเสริม โดยผู้ได้รับการส่งเสริมจะเลือกหักจาก

กำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่ง หรือหลายปีก็ได้ภายใน 10 ปี นับแต่วันที่มีรายได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ทั้งนี้ นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

2.5.1.4 **โครงการที่ตั้งอยู่ในเขตที่** 3 (22 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ นครพนม นราธิวาส น่าน บุรีรัมย์ ปัตตานี พะเยา แพร่ มหาสารคาม ยโสธร ยะลา ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สตูล สุรินทร์ หนองบัวลำภู ชัยภูมิ หนองคาย อุบลราชธานี อุดรธานี และอำนาจเจริญ)

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี

- ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี

- ให้ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ ที่ได้จากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

- อนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าเป็นระยะเวลา 10 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม

- อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุนแล้วในการนั้นในกิจการที่ได้รับส่งเสริม โดยผู้ได้รับการส่งเสริมจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่ง หรือหลายปีก็ได้ภายใน 10 ปี นับแต่วันที่มีรายได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ทั้งนี้ นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

- ให้ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 75 เป็นระยะเวลา 5 ปี (จะอนุมัติให้คราวละ 1 ปี) ทั้งนี้สำหรับโครงการที่ตั้งในนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับส่งเสริมและยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552

2.5.2 มาตรการด้านภาษี

กระทรวงอุตสาหกรรมได้ร่วมกับกระทรวงการคลัง ในการพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างภาษีศุลกากรอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน เช่น ภาษีศุลกากร CBU และ CKD ภาษีรถดัดแปลง ภาษีชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น เพื่อให้การสนับสนุนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความกระตือรือร้นในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลก ตลอดจนเพื่อเป็นแนวทางที่จะสนับสนุนให้ไทยสามารถเป็นผู้ส่งออกทั้งรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนในอนาคต และในขณะเดียวกันก็จะต้องไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อผู้บริโภค และประเทศชาติจากอัตราภาษีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยได้มีการออกประกาศกระทรวงการคลังที่ ศก.12/2543 ในเรื่อง

1. ลดอัตราภาษีศุลกากรชิ้นส่วนย่อยที่จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ จำนวน 74 รายการ ลงเหลือร้อยละ 10

2. ลดอัตราภาษีศุลกากรชิ้นส่วนย่อยที่จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตเข็มขัดนิรภัยและถุงลมนิรภัย จำนวน 21 รายการ ลงเหลือร้อยละ 5

2.5.3 การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ที่ผ่านมาสามารถแยกการดำเนินงานออกได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1: คณะรัฐมนตรี อนุมัติ 24 โครงการ เมื่อธันวาคม พ.ศ. 2541 ภายใต้มาตรการเพิ่มการใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดย 19 โครงการได้รับการจัดสรรงบประมาณ 667 ล้านบาท และเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการผ่าน บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) อีก 3,768 ล้านบาท ในจำนวนนี้มีโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ 3 โครงการ คือ

- จัดหลักสูตรและพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ดำเนินงานโดยมีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือเป็นหน่วยงาน u3627 ร่วมกับสถาบันยานยนต์และหน่วยงานร่วมปฏิบัติอื่นๆ ร่วมพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน และหลักสูตรฝึกอบรมระดับต่างๆ พร้อมสื่อในการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

- โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ ดำเนินงานโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับสถาบันไทย-เยอรมนี และหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตแม่พิมพ์ให้เพียงพอ สามารถสนองตอบต่อความต้องการภายในประเทศ และขยายผลไปสู่การส่งออกแม่พิมพ์ในอนาคต

- โครงการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วน ดำเนินงานโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับสถาบันยานยนต์และหน่วยงานอื่นๆ เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานและรักษาสถานภาพการจ้างงานของช่างฝีมือ และเพื่อพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศให้มีขีดความสามารถในการผลิตชิ้นส่วนเพื่อการส่งออก โดยให้มีระบบการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ซื้อสู่ผู้ผลิตชิ้นส่วน ตลอดจนพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกได้

ระยะที่ 2: คณะรัฐมนตรี มีมติอนุมัติ 59 โครงการ เมื่อมีนาคม พ.ศ. 2543 โดยมีวงเงินดำเนินการ 3,000 ล้านบาท และเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการอีก 8,100 ล้านบาท ในจำนวนนี้มีโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์โดยตรง 1 โครงการ คือ โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการออกแบบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ 9 โครงการ

1. โครงการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านมาตรวิทยา
2. โครงการขยายงานบริการสอบเทียบ เครื่องมือวัดอุตสาหกรรม
3. โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การบริหาร และการจัดการ
4. โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย Branding Thailand
5. โครงการพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

6. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา
7. โครงการพัฒนาวิทยากรทางด้านเทคโนโลยีการผลิต
8. โครงการสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรม 13 สาขา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
9. โครงการการประยุกต์ใช้รูปแบบพัฒนากำลังคน

ระยะที่ 3: อยู่ในระหว่างการจัดทำ โดยในส่วนของอุตสาหกรรมยานยนต์นั้น ได้มีการประชุมร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยที่ประชุมมีมติให้เสนอโครงการแก้ไขปัญหาโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ตามแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมในระยะต่อไป โดยแบ่งเป็น

1. โครงการต่อเนื่องจากแผนปรับโครงสร้างฯ ระยะที่ 1 และระยะที่ 2 คือ
- โครงการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วน
- โครงการพัฒนาศักยภาพในการออกแบบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

2. โครงการที่จะเสนอใหม่สำหรับแผนปรับโครงสร้างฯ ระยะที่ 3 คือ
- โครงการพัฒนาชิ้นส่วนประเภทใช้ทดแทน (REM) และชิ้นส่วนประเภทประดับยนต์ (Accessories) แบบครบวงจร
- โครงการพัฒนารถเพื่อการเกษตร

2.5.4 **มาตรการสนับสนุน ผู้ประกอบการระดับ** SME

SMEs นับเป็นฐานรากของโครงสร้างเศรษฐกิจไทย เนื่องจากมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนกิจการทั้งหมดในประเทศ รัฐบาลจึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องพัฒนา SMEs ให้มีประสิทธิภาพ เข้มแข็ง อยู่รอด และเจริญก้าวหน้า เพื่อให้สามารถรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการกอบกู้หรือพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย ดังนั้นนอกจากมาตรการ แผนงาน หรือโครงการต่างๆ ที่มุ่งเข้าไปดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์โดยตรงแล้ว กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้ผลักดันมาตรการให้การช่วยเหลือแก่ SMEs ในภาพรวมอีกหลายมาตรการ ซึ่งสาขาอุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมยานยนต์สามารถเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ เช่น

1. สินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อ SMEs วงเงิน 35,500 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2542 วงเงิน 50,300 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2543 วงเงิน 52,120 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2544 ผ่านสถาบันการเงินพิเศษในการกำกับของรัฐ เช่น บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2542 มียอดเงินอนุมัติเกินวงเงินเป้าหมายเล็กน้อย และสำหรับ ปี พ.ศ. 2543 ผลการอนุมัติคิดเป็นร้อยละ 66.5 ของวงเงินเป้าหมาย

2. สินเชื่อ SMEs ร่วมกับธนาคารพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนกลุ่ม SMEs ในเครือข่ายกระทรวงอุตสาหกรรม วงเงิน 45,000 ล้านบาท ในปีช่วงปี พ.ศ. 2543 และ 2544 โดยวงเงินนี้จัดไว้สำหรับ SMEs ที่ผ่านการส่งเสริมพัฒนาด้านเทคนิควิชาการจากกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงอุตสาหกรรมได้พิจารณากลั่นกรองเสนอธนาคาร 5 ธนาคาร โดยธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ให้น3629 อนุมัติแล้ว 193 ราย ในวงเงิน 2,315.3 ล้านบาท

3. โครงการจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีบทบาทหน้าที่หลักในการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ทั้งเก่าและใหม่ ให้มีความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถในการประกอบการ สถาบันนี้ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และมีเครือข่ายอยู่ตามมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั่วประเทศ

4. การดำเนินการโครงการพัฒนา SMEs ตามแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม เช่นโครงการเร่งรัดปรับปรุงประสิทธิภาพอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

5. กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs (SMEs Venture Capital Fund) มีวงเงิน 1,000 ล้านบาท โดยมอบหมายให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม วรรณ จำกัด เป็นผู้จัดการกองทุน ซึ่งขณะนี้ได้อนุมัติเข้าร่วมทุนในกิจการ SME แล้ว 1 โครงการ และอยู่ในระหว่างประเมินขั้นสุดท้ายอีก 3 โครงการ

2.5.5 ส่งเสริมการดำเนินงานของสถาบันยานยนต์

กระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดตั้งสถาบันยานยนต์ขึ้นมาเพื่อเป็นแกนหลักในการปฏิบัติงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สถาบันยานยนต์เป็นศูนย์กลางในการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าโลก ซึ่งจะเน้นการทำงานในลักษณะพันธมิตรการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่มีบทบาทส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันไทย-เยอรมนี สถาบันพัฒนา SMEs และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานและสถาบันเหล่านี้ อยู่ในกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรมทั้งสิ้น จึงเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย จะเป็นไปอย่างมีเอกภาพและประสิทธิภาพ โดยภารกิจหลักของสถาบันยานยนต์ จำแนกได้เป็น 4 ประการ ดังนี้

1. การตรวจสอบและทดสอบผลิตภัณฑ์ สถาบันยานยนต์ให้บริการตรวจสอบและทดสอบวัสดุและผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านต่างๆ เช่น ด้านคุณภาพ ด้านความปลอดภัย และด้านมลพิษ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และพัฒนาระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของสากล

2. การให้บริการข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ ให้คำแนะนำปรึกษา รวมทั้งจัดกิจกรรมอบรมและสัมมนาวิชาการในด้านต่างๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้เป็นที่ยอมรับของสากล

3. การประสานงานกับหน่วยงานและองค์การที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ โดยจะส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศเป็นไปอย่างมีระบบและมีทิศทางเดียวกัน

4. การศึกษาวิจัย ศึกษาวิจัยเพื่อเสนอแนะแนวทาง นโยบาย แผนกลยุทธ์ และมาตรการในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ตลอดจนวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมยานยนต์โดยครอบคลุมทั้งด้านการผลิต เทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ และการตลาด โครงการที่สถาบันยานยนต์กำลังดำเนินการอยู่ในปี พ.ศ. 2549 นี้ ได้แก่

- โครงการเสริมสร้างเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ทั้งที่เป็น OEM และ REM เพื่อยกระดับความสามารถทางด้านเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วน รวมไปถึงความสามารถทางด้านการจัดการ ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นภายในประเทศ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาบุคลากร ของทางบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน ซึ่งจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ จากผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น โดยการปฏิบัติงานจริง

- โครงการพัฒนาระบบรับรองความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดมาตรฐานรับรองความสามารถบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ กำหนดหลักสูตรฝึกอบรมให้เป็นไปตามมาตรฐานรับรองความสามารถบุคลากร และจัดการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อเป็นผู้ฝึกอบรมตามหลักสูตร โดยสาขาในการจัดทำระบบประกอบด้วย งานขึ้นรูปโลหะ งานฉีดพลาสติก งานหล่อเหล็ก งานกลึงและกัดโลหะ

- โครงการเครือข่ายที่ปรึกษาเพื่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ชิ้นส่วนยานยนต์) ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีทิศทางการทำธุรกิจที่เป็นสากล และเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และพัฒนามาตรฐานที่ปรึกษาอย่างมีระบบ

- โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการออกแบบ และผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ให้มีความเชื่อมั่นต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการออกแบบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงวิศวกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลที่จำเป็น เพื่อต่อไปจะได้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปแข่งขันสู่ตลาดโลก ประโยชน์ที่ได้รับ คือผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เข้าร่วมโครงการสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบชิ้นส่วนและการผลิตให้ได้ตามกำหนดของลูกค้าผู้ผลิตชิ้นส่วน สามารถลดระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกิดฐานข้อมูลที่จำเป็นในการออกแบบชิ้นส่วนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในอนาคตบุคลากร และผู้ร่วมโครงการได้รับการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

2.5.6 การจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์

จากสถานภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สถานการณ์และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกดังที่ได้กล่าวข้างต้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีแผนแม่บทอุตสาหกรรมที่ชัดเจนและเหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อชี้นำหน่วยงานของรัฐในการกำหนดนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้มีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีแผนแม่บทเป็นกรอบแนวทางที่สำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ให้มีความเข้มแข็ง และเป็นหนทางหนึ่งที่จะรักษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์องไทยให้ยั่งยืนต่อไปการดำเนินโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์นี้ เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสถาบันยานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ และกำหนดกลยุทธ์มาตรการและแผนปฏิบัติการ พัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ และสอดคล้องกับโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ สถานภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และการพัฒนาด้านอื่นๆ

2. กำหนดบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ด้านนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเชื่อมโยงประสานไปในทิศทางเดียวกัน

3. ทราบปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ผลจากการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทดังกล่าว ทำให้เกิดความคืบหน้าในการดำเนินการพัฒนา ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

2.5.7 มาตรการสนับสนุนอื่น ๆ

นอกจากนโยบายและมาตรการสนับสนุนดังที่กล่าวมาแล้ว ภาครัฐบาลยังมีมาตรการสนับสนุนอื่นๆ เช่น

1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยประเทศไทยร่วมพัฒนากลุ่มความร่วมมือในอุตสาหกรรมยานยนต์กับต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบของพหุภาคี เช่น APEC Automotive Dialogue AMEICC1 Working Group on Automobile Industry และทวิภาคี เช่น Thai-Australia Joint Working Group on Automotive Industry เป็นต้น

2. ส่งเสริมการลงทุนในกิจการประกอบยานยนต์ และกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยเฉพาะชิ้นส่วนที่เป็นพื้นฐานทางเทคโนโลยี

3. มาตรการเขตการค้าเสรี โดยจัดตั้งเขตการค้าเสรีสำหรับการลงทุนประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมส่งออก ตั้งแต่การผลิต การค้า และการบริการ โดยปลอดจากภาระภาษีอากรขาเข้าและส่งออก ให้ความสะดวกเรื่องพิธีการศุลกากร การขออนุญาตประกอบกิจการต่างๆ โครงสร้างพื้นฐานและบริการที่จำเป็นจากรัฐบาล สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว ประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

4. การส่งเสริมการประหยัดพลังงาน และการส่งเสริมการใช้พลังงานอื่นทดแทนน้ำมัน จากการที่เกิดวิกฤตราคาน้ำมันสำเร็จรูปในช่วงที่ผ่านมา ภาครัฐบาลจึงได้วางนโยบายเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยอยู่ในระหว่างพิจารณามาตรการในการส่งเสริมการประหยัดพลังงาน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการนำก๊าซธรรมชาติ และพลังงานทางเลือกอื่นๆ เช่น เอธานอลไบโอดีเซล มาใช้ในยานพาหนะ แทนน้ำมันปิโตรเลียมจากมาตรการต่างๆ ของรัฐบาล ประกอบกับความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ตลอดจนความได้เปรียบของประเทศไทย ในด้านสถานที่ตั้งอันเหมาะแก่การเป็นศูนย์กลางการผลิต การเมืองมีความมั่นคง บุคลากรที่มีศักยภาพและมีความตั้งใจทำงาน ระบบสาธารณูปโภคค่อนข้างพร้อมสมบูรณ์ และการย้ายฐานการผลิตของบริษัทยานยนต์รายใหญ่ของโลกมาในประเทศไทย ล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์แห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชียในอนาคต

บทที่ 3

กรอบความคิด ทฤษฎีบท และวรรณกรรมปริทัศน์

เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ในบทนี้จะกล่าวถึงกรอบความคิดในการวิเคราะห์ และทบทวนทฤษฎีบท ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ แนวคิดการบริหารบรรษัทข้ามชาติ และ Diamond Model ของ Michael E. Porter และท้ายสุดจะเป็นการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ และสามารถกำหนดตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ได้

3.1 กรอบความคิด

การยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 และประกอบกับนโยบายการค้าเสรี ส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยในปัจจุบัน มีระบบการผลิตแบบ Global Sourcing และมีผู้ผลิตต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประมาณร้อยละ 80 ของผู้ผลิตทั้งหมด มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างชาติโดยเฉพาะญี่ปุ่น และรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบเครือข่ายการผลิต (Production Network) เป็นการผลิตและการจัดส่งวัตถุดิบภายในเครือข่าย ที่เป็นบริษัทในเครือของประเทศแม่ ซึ่งมีเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนการทำวิจัยและพัฒนาที่ก้าวหน้า ทำให้ผู้ผลิตไทยล้วน (Pure Thai) ไม่สามารถเข้าถึงในระบบเครือข่ายการผลิตนี้ได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตไทยจึงต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับ และหาช่องทางในการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการผลิตนี้ได้

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยายนต์นั้น ผู้ผลิตไทยสามารถทำได้โดยการลดต้นทุนการผลิต (Kohei Mishima, 2005) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี (Technical Capability) ซึ่งผู้ผลิตไทยยังขาดความสามารถในด้านนี้ เนื่องจากขาดเงินลงทุน ประกอบกับขาดบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญในด้านวิศวกรรม จึงทำให้ความสามารถในด้านนี้ยังต้องอาศัยการพัฒนา และการถ่ายทอดจากต่างชาติอยู่มาก และอีกส่วน

คือ ความสามารถในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบเครือข่ายการผลิต ประกอบด้วย ความสามารถในการออกแบบ การลดต้นทุนการผลิต และการจัดการสินค้าให้ได้คุณภาพ ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นแบบระบบเครือข่ายการผลิต เพราะในระยะสั้นทำให้ผู้ผลิตไทยพัฒนาตนเอง ให้สามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายดังกล่าวได้ และในระยะยาวผู้ผลิตจะสามารถยกระดับขั้นการผลิต (Tier) เป็นลำดับที่สูงกว่าได้

ดังนั้นการศึกษาในเรื่องนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย โดยศึกษาถึงโครงสร้างตลาด และสถานะปัจจุบันของผู้ผลิตไทย และศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะการค้าในรูปของเครือข่ายการผลิต เกิดจากการลงทุนจากต่างประเทศที่เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย แสดงให้เห็นถึงข้อได้เปรียบของไทยที่ทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวได้

3.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 แนวคิดและทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ

การศึกษาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ มักจะพยายามตอบถามพื้นฐานที่ว่า อะไรเป็นเกณฑ์กำหนดการเกิดการค้าระหว่างประเทศ และผลได้จากการค้าคืออะไร ทั้งนี้โดยถือว่าประเทศหนึ่งจะทำการค้ากับต่างประเทศก็ต่อเมื่อ ประเทศนั้นจะได้รับประโยชน์จากการทำการค้านั้น ดังนั้นปัญหา ก็คือ ผลได้หรือประโยชน์จากการค้านั้นจะเกิดขึ้นอย่างไร และผลได้จะมากน้อยเพียงใด รวมทั้งการจัดสรรผลได้ไปในระหว่างประเทศต่างๆ ที่ค้าขายกันนั้นจะจัดสรรกันอย่างไร นอกจากนั้นยังมีคำถามพื้นฐานที่ต้องการคำตอบคือ แบบแผนการค้าเป็นอย่างไร นั่นคือ สินค้าที่จะมีการค้าขายกันระหว่างประเทศนั้น คือสินค้าอะไรบ้าง สินค้าชนิดใดเป็นสินค้าที่ประเทศจะส่งออก และสินค้าชนิดใดเป็นสินค้าที่ประเทศจะนำเข้าจำนวนมากน้อยเพียงใด

ความพยายามที่จะอธิบายถึงสาเหตุของการเกิดการค้าระหว่างประเทศได้เริ่มมีขึ้นตั้งแต่ยุคลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) ซึ่งมีแนวคิดหลักคือ ประเทศจะร่ำรวยได้ต้องมีทองคำสะสมไว้จำนวนมาก เน้นในเรื่องชาตินิยมเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถทำให้ประเทศเจริญก้าวหน้าได้ และในสมัยนั้นการค้าระหว่างประเทศถูกควบคุมอย่างเข้มงวด เป็นการค้าแบบผูกขาดและต้องควบคุมอย่างใกล้ชิด เพื่อทำให้การส่งออกมากกว่าการนำเข้า บุคคลไม่มีเสรีภาพในการส่งออกหรือนำเข้า และเป็นยุคสมัยของการล่าอาณานิคม เพื่อแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ ต่อมาในยุคคลาสสิก (Classical School) นำโดยนักเศรษฐศาสตร์ อดัม สมิท (Adam Smith) (ศรีวงศ์ สุมิตรและ สาลินี วรบัณฑูร, 2547: 11-23) ได้อธิบายว่า ประเทศจะได้ผลได้จากการค้าก็ต่อเมื่อมีการค้าเสรี และยังเห็นด้วยกับการที่ให้รัฐเข้ามาเกี่ยวข้องในกิจกรรมทางเศรษฐกิจน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งการค้าเสรี (Free Trade) การแบ่งแยกแรงงาน (Division of Labor) และการผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) ซึ่ง อดัม สมิท (Adam Smith) ได้แสดงแนวคิด การค้าระหว่างประเทศของสองประเทศเกิดขึ้นเนื่องจาก “การได้เปรียบอย่างสมบูรณ์” (Absolute Advantage) นั่นคือ ถ้าประเทศสองประเทศมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนมีประสิทธิภาพในการผลิตมากกว่า หรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ แล้วนำเข้าสินค้าที่ตนมีประสิทธิภาพหารผลิตน้อยกว่า หรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์ แต่ก็อาจเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งอาจไม่มีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าชนิดใดเลย ในขณะที่ประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทุกชนิด ซึ่งในกรณีนี้ ถ้าตามแนวคิดของ อดัม สมิท (Adam Smith) แล้วสองประเทศนี้ไม่สามารถทำการค้ากันได้เลย ซึ่งต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการปรับปรุงโดย เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) (ศรีวงศ์ สุมิตรและ สาลินี วรบัณฑูร, 2547: 11-23) เพื่อให้สามารถอธิบายถึงการค้าที่เกิดระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ กับประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าชนิดใดเลย โดยอาศัยแนวความคิดที่เรียกว่า “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ” (Comparative Advantage) ซึ่งอธิบายว่า การที่ประเทศจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น ขึ้นอยู่กับความเชี่ยวชาญในการผลิตระหว่างประเทศ ซึ่งประเทศแต่ละประเทศควรจะทำการผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบในการผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นมากที่สุด โดยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังกล่าว ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของ ความสามารถของผลิตภาพแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตชนิดเดียว และไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ และแต่ละประเทศมีผลิตภาพของแรงงานต่างกัน จึงทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น

เนื่องจากทฤษฎีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ของ อดัม สมิท (Adam Smith) และทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) มีข้อบกพร่องในเรื่องการสมมติให้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว และเชื่อถือมูลค่าแรงงาน ดังนั้นเพื่อเป็นการปรับปรุง ก็อตฟรีด์ ฮาร์เบอร์เลอร์ (Gottfried Harberler) นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก (Neo-classical School) ได้วิเคราะห์ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยยกเลิกข้อสมมติที่ว่าแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตชนิดเดียวในการผลิต และได้เสนอแนวความคิดในการใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาส เป็นเครื่องมือในการอธิบาย การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และการเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ แทนการใช้ต้นทุนแรงงานหรือประสิทธิภาพแรงงาน ซึ่งแต่ละประเทศควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนเสียต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตน้อยที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนเสียต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตมากที่สุด ซึ่งในที่สุดแต่ละประเทศจะได้ประโยชน์จากการทำการค้าซึ่งกันและกัน

แนวความคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวนั้น ได้รับการพัฒนาต่อมาโดยแนวความคิดของ เฮคเชอร์-โอห์ลิน (The Hecksher-Ohlin Model) (ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรบัณฑูร, 2547: 138-141) ได้อธิบายว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นจากความแตกต่างของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ของประเทศ ดังนั้นประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยผลิตที่มีอยู่มากในประเทศในการผลิต ซึ่งได้อธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน โดยมีสมมติฐานว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ โดยไม่มีต้นทุนค่าขนส่ง จากแนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยการผลิตประเภทแรงงานมากกว่าทุน จะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากกว่าทุนสินค้านำเข้าโดยเปรียบเทียบ ซึ่งจะเห็นว่าแนวความคิดของ เฮคเชอร์-โอห์ลิน (The Hecksher-Ohlin Model) สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนว่าประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าอะไร โดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ และเป็นแนวคิดที่เหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการพัฒนาการค้า และอุตสาหกรรมของประเทศมากขึ้น ต่อมา พอล เอ แซมมวลสัน (Paul A. Samuelson) ได้ปรับปรุงแนวความคิดของ เฮคเชอร์-โอห์ลิน (The Hecksher-Ohlin Model) จนเป็นแนวคิดที่เรียกว่า Hecksher-Ohlin-Samuelson Model ซึ่งอธิบายว่าประเทศต่างๆ มีปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดอยู่มากน้อยต่างกัน และประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต และจะส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศนั้น

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage)

การวิเคราะห์โดยอาศัยทฤษฎี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าของประเทศหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เรามักจะใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้านั้น โดยหลักการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือ การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตสินค้าโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิตสินค้าชนิดเดียวกันจากประเทศอื่น ซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนนั้น มีความยากลำบากในทางปฏิบัติ เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ ดังนั้นจึงมีวิธีการหาค่าดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นได้สร้างขึ้นโดย Balassa (Balassa, 1965) ซึ่งมีความคิดที่จะนำมูลค่าของสินค้ามาใช้ในการวิเคราะห์แทนต้นทุน เพราะมูลค่าสินค้าจะประกอบไปด้วยส่วนของต้นทุนและกำไร ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามวิธีของ RCA สามารถใช้มูลค่าสินค้าเป็นตัวแทนได้อย่างดีในการวิเคราะห์ เพราะมูลค่าสินค้าของทุกประเทศได้มีการรวบรวม และจดบันทึกสถิติไว้ ทำให้สะดวกต่อการนำมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) คือการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออก โดยปกติค่า RCA จะใช้ข้อมูลการส่งออกเป็นตัวอธิบาย โดยมีสูตรดังนี้

$$RCA_{ki} = \frac{X_{ki} / X_i}{X_{kw} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ki} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า k ของประเทศ i

X_{ki} = มูลค่าการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i ไปประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกของสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

ถ้าค่า $RCA_{ki} > 1$ แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้า k นั่นคือ ประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k

ถ้าค่า RCA_{ki} <1 แสดงว่าประเทศ i ไม่มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้า k นั่นคือ ประเทศ i มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k

3.2.2 แนวความคิดการบริหารบรรษัทข้ามชาติ

บรรษัทข้ามชาติเป็นรูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศที่มีการขยายตัวแพร่หลายอย่างรวดเร็วภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ด้วยการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา ยุโรปตะวันตก และญี่ปุ่น และในอนาคตธุรกิจข้ามชาติจะมีบทบาทอย่างยิ่งในสังคมโลก เนื่องจากการขยายตัวของการค้าเสรีที่เกิดขึ้นทั่วไปทุกเขตเศรษฐกิจ

คำว่า "บรรษัทข้ามชาติ" (Multinational Enterprise หรือ MNE) ได้มีผู้ให้ความหมายต่างๆ ตามความคิดเห็นของผู้ให้ความหมาย แต่อย่างไรก็ตามแต่ละความหมายก็มีความคล้ายคลึงกัน โดยสามารถสรุปได้ว่า บรรษัทข้ามชาติหมายถึง วิสาหกิจขนาดใหญ่ที่ทำการลงทุนทางตรงต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่สูงของการลงทุนทั้งหมด โดยเป็นการกระจายการลงทุนไปยังแหล่งที่เหมาะสมในต่างประเทศ ทำให้สามารถควบคุมการผลิต การจำหน่าย และทรัพย์สินในต่างประเทศได้ และมีแผนขยายการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ไปทั่วโลก เพื่อมุ่งแสวงหากำไร

เนื่องจากวิสาหกิจที่อยู่ในรูปของบรรษัทข้ามชาติมิใช่เป็นเพียงกิจการขนาดใหญ่ ที่ทำการลงทุนทางตรงต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังดำเนินการเกี่ยวกับการผลิต การค้า การเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้วย

บรรษัทข้ามชาติมีลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ มีสาขาและบริษัทในเครือกระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งขนาดจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ภาคเศรษฐกิจ และประเทศที่เข้าดำเนินการ โดยทั่วไปแหล่งกำเนิดของบรรษัทข้ามชาติส่วนใหญ่จะอยู่ในประเทศที่พัฒนาแล้ว และการขยายสาขาทั้งในประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยถ้าสาขาของบรรษัทข้ามชาติที่ดำเนินการอยู่ในประเทศกำลังพัฒนานั้น มักดำเนินการเพื่อสนองตลาดภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่สาขาของบรรษัทข้ามชาติที่ดำเนินการอยู่ในประเทศพัฒนาแล้ว จะดำเนินการเพื่อสนองต่อตลาดภูมิภาค และตลาดของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจต่างๆ ด้วย

วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของบรรษัทข้ามชาติที่สำคัญข้อหนึ่ง คือ การหาแหล่งวัตถุดิบหรือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตซึ่งมีต้นทุนต่ำจากต่างประเทศ ดังจะเห็นว่าในปัจจุบันนี้การผลิตสินค้าจะมีส่วนประกอบ และอะไหล่ของสินค้าจากต่างประเทศ และนำมาประกอบที่โรงงานประกอบอีกครั้งหนึ่ง จึงส่งต่อไปยังตัวแทนขายในประเทศต่างๆ โดยการประกอบชิ้นส่วนนี้ บางชิ้นส่วนผลิตในประเทศของบริษัทแม่ และบางชิ้นส่วนทำจากประเทศที่ใกล้ตลาด หรือมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต เช่น สินค้ากลุ่มยานยนต์ คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องจักรกล เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การผลิตชิ้นส่วนหรือการประกอบชิ้นส่วนในฐานการผลิตต่างประเทศอาจมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เช่น อาจมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าถ้าบวกค่าขนส่งด้วย การผลิตสินค้าที่มีอายุสั้นไม่สามารถส่งผ่านสายการขนส่งที่ยาวได้ การผลิตชิ้นส่วนที่ต้องดัดแปลงหรือทำซ้ำ เป็นต้น ซึ่งไม่เหมาะกับการผลิตในฐานการผลิตต่างประเทศทั้งสิ้น

ด้านการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจข้ามชาติ โดยจะเลือกประเทศที่ตลาดมีศักยภาพสูง และเป็นฐานการผลิตที่ผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำได้ในระยะยาว ตลอดจนยังสามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ด้วย ซึ่งฐานการผลิตที่ดีควรอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่ำ การเอื้ออำนวยประโยชน์ของรัฐบาล และสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ นอกจากนั้นยังมีประเด็นสำคัญอื่นๆ เช่น ระดับต้นทุนและราคาในตลาด ปฏิกิริยาของคู่แข่งขัน เทคโนโลยีที่ใช้ และจำนวนสายการผลิตที่จะผลิต เป็นต้น

3.2.3 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ของ Michael E. Porter

Porter (Porter, 1998) ได้มีการศึกษาความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศขึ้น ในหนังสือ “The Competitive Advantage of Nation” มีหัวใจของการแข่งขันก็คือ ความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ผลผลิตเป็นกุญแจสำคัญของการแข่งขันเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน โดย Porter ได้นำเสนอสิ่งที่เรียกว่า Diamond ที่เกี่ยวพันกันในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 กับบทบาทของภาครัฐบาลทั้งนโยบายที่มีผลต่อธุรกิจ และโอกาสหรือสิ่งที่ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นได้ในยุคโลกาภิวัฒน์ โดยองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ใน Diamond Model ที่เกี่ยวพันกันในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีดังนี้

3.2.3.1 **ปัจจัยการผลิต หรือ ปัจจัยด้านอุปทาน** คือ องค์ประกอบที่มีอยู่ใน แต่ละประเทศแต่ว่ามีอยู่แตกต่างกันไป เช่น

- อุปทานขั้นพื้นฐาน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทุนต่างๆ ภูมิอากาศและภูมิประเทศ โครงสร้างประชากร

- อุปทานขั้นซับซ้อน เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ระดับความรู้ของประชาชน ทักษะฝีมือแรงงาน ระบบสาธารณูปโภค (การขนส่ง โทรคมนาคม เทคโนโลยี ระบบสาธารณสุข ระบบการบริหารการจัดการ และ ระบบข้อมูลข่าวสาร) เป็นปัจจัยที่มีการพัฒนา มีความสำคัญมากในการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นสูง

Porter ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ด้วยว่าการขาดแคลนปัจจัยด้านอุปทานตามธรรมชาติ อาจช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในบางอุตสาหกรรมด้วยซ้ำ เนื่องจากว่าข้อจำกัดเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่

3.2.3.2 **ปัจจัยสนับสนุน** หรือ ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและธุรกิจต่อเนื่อง อุตสาหกรรมซึ่งแทนที่จะอยู่อย่างโดดเดี่ยว โดยคุณภาพและความพร้อมความสามารถของผู้ผลิตและบริการสนับสนุน ตลอดจนธุรกิจต่อเนื่องที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมแต่ละชนิดที่กระจุกตัวกันในแต่ละพื้นที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่ากันได้ ทั้งนี้รวมถึงความได้เปรียบจากขนาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้นสาย (Upstream) จนปลายสาย (Downstream) ในบริเวณใกล้เคียงกัน

ในการทำให้ปัจจัยสนับสนุนได้เปรียบและมีความสามารถในการแข่งขัน ต้องทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนร่วมมือประสานงานกัน โดยสืบเนื่องมาจากปัจจัย คือ

- ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

- ความร่วมมือกันระหว่างผู้ใช้กับผู้ผลิตวัตถุดิบชิ้นส่วน หรือ เครื่องจักร เนื่องจากความต่อเนื่องระหว่างโซ่คุณค่า และการที่บริษัทและผู้จัดส่งสินค้ามีสำนักงานใหญ่อยู่ประเทศเดียวกันจะทำให้มีการเจรจาต่อรองกันง่ายกว่า และทำให้เกิดการร่วมมือกันทำมากกว่า

- ร่วมมือกันแก้ไขปัญหา หรือแลกเปลี่ยนการวิจัย และพัฒนาซึ่งกันและกัน

3.2.3.3 **ปัจจัยด้านอุปสงค์** หรือความต้องการของผู้บริโภค โดยเริ่มจากในประเทศก่อน คือแรงกระตุ้นที่ชักนำให้ผู้ผลิตสินค้า และบริการพยายามแข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลา โดยการทดลองกับตลาดใกล้ตัวก่อนซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันระดับโลก ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอุปสงค์ในประเทศมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าอุปสงค์จากต่างประเทศ

3.2.3.4 **กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กร และสภาวะการแข่งขัน** เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นของประเทศ จะมีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในประเทศนั้นๆ โดยถ้าประเทศใดมีการแข่งขันในด้านราคา และการแข่งขันในด้านอื่นๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น จะนำไปสู่ความเข้มแข็งขององค์กร และมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติได้

นอกจากองค์ประกอบข้างต้นแล้ว Porter ยังเชื่อว่า บทบาทของรัฐบาล โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป จะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วย โดยบทบาทของรัฐบาล เป็นกรอบที่จะเสริมสร้าง หรือ บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศนั้นๆ โดยจะกระทบกับองค์ประกอบทั้ง 4 ข้างต้น ซึ่งบทบาทของรัฐบาลควรจะมุ่งปรับปรุงพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการกำหนดมาตรการต่างๆ เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการส่งเสริมการศึกษา ส่งเสริมเทคโนโลยีต่างๆ การส่งเสริมและอนุญาตให้มีการผลิตเพื่อตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศ การส่งเสริมให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนให้ตั้งอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยยกเลิกกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้า ส่วนด้านโอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การค้นพบเทคโนโลยีที่ยิ่งใหญ่ การเกิดสงครามหรือภัยพิบัติ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงราคาอย่างฉับพลัน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้เกิดวิกฤตและโอกาสสำหรับองค์กร และส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศนั้นๆ ด้วย

3.3 วรรณกรรมปริทัศน์

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จากงานศึกษาที่ผ่านมาพบว่ายังไม่มีงานศึกษาที่ศึกษาถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์โดยตรง โดยงานศึกษาส่วนใหญ่เป็นงานศึกษาเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น โดยจำแนกการศึกษาดังนี้

3.3.1 งานศึกษาเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและพฤติกรรมการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์

ปภัศร ชัยวัฒน์ (2543) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการประกอบการรายสำคัญในตลาดรถยนต์ของไทย ได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ และคาวาซากิ ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานของรถจักรยานยนต์ และศึกษาความรุนแรงในการกระจุกตัวของตลาดรถจักรยานยนต์ โดยวิธีการศึกษาเริ่มจากการศึกษาความเป็นมาของอุตสาหกรรม ในช่วงปี พ.ศ. 2526-2542 ทั้งทางด้านการผลิต การจำหน่าย การแข่งขัน การนำเข้าส่งออก แล้วทำการศึกษาหาอุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์โดยวิธี Two Stage-least Square แล้ววัดการกระจุกตัวโดยวิธี คือ Concentration Ratio, Herfindahl Summary Index และ Comprehensive Concentration Index และศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันในตลาดรถจักรยานยนต์ โดยใช้ Bertand Model เพื่อหา Reation Function ของผู้ประกอบการ โดยแบ่งรถจักรยานยนต์เป็น 3 ประเภท คือ แบบครอบครัว แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต และแบบสปอร์ต

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญ คือ ราคา รายได้ประชาชาติ และราคาน้ำมัน ส่วนปัจจัยทางด้านอุปทาน คือ ราคา อัตราดอกเบี้ย และดัชนีที่ผู้ผลิตคาดหวัง โดยรูปแบบสมการเป็น Logarithm ด้านการกระจุกตัวพบว่าผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่มีอำนาจผูกขาดในตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันในตลาดเป็นแบบไม่ใช้ราคา และการโฆษณาไม่มีความสำคัญในการแข่งขันด้วย

Kohei Mishima (2005) ได้ศึกษาระบบการจัดส่งสินค้าในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศเวียดนาม ไทยและอินโดนีเซีย และทำการเปรียบเทียบกันทั้ง 3 ประเทศ โดยเน้นในเรื่องนโยบายข้อกำหนดในประเทศ (Localization) รูปแบบการจัดหาชิ้นส่วน (Procurement) และวิธีการลดต้นทุนการผลิต (Cost Reduction) ที่ผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นนำมาใช้กับ 3 ประเทศนี้ ผลการศึกษา Localization แบ่งเป็น 5 ขั้น ได้แก่ ขั้นที่ 1 คือ ขั้นการผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปแบบถอดแยกออกได้ (Complete Knock Down: CKD) ขั้นที่ 2 คือ ขั้นการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ ขั้นที่ 3 คือ ขั้นแสวงหาผู้ผลิตชิ้นส่วนจากแหล่งผลิตทั่วโลก ขั้นที่ 4 คือ ขั้นการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมสนับสนุน และขั้นที่ 5 คือ ขั้นการทำวิจัยและพัฒนา และมุ่งเน้นด้านส่งออกเป็นหลัก จากการสำรวจอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ใน 3 ประเทศพบว่า อินโดนีเซียอยู่ในขั้นที่ 4 ส่วนไทยอยู่ในขั้นที่ 4 กำลังย้ายไปยังขั้นที่ 5 ในขณะที่เวียดนามนั้นยังอยู่ในขั้นที่ 2 และบางส่วนก็อยู่ในขั้นที่ 3

ผลการศึกษาด้านการจัดหาชิ้นส่วน (Procurement) ของผู้ผลิตญี่ปุ่นใน 3 ประเทศนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการว่าจ้างผู้รับเหมาทำการผลิตตามแบบที่ต้องการ และรองลงมาเป็นการจัดหาชิ้นส่วนในกลุ่มบริษัทรถจักรยานยนต์ของตน โดยผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นจะทำการผลิตชิ้นส่วนที่มีความสำคัญเอง ด้านการลดต้นทุนการผลิตของญี่ปุ่น มี 2 วิธี คือ การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตของแรงงาน และเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต เช่น การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis: VA) และการลดต้นทุนทางวัตถุดิบ เช่น วิศวกรรมคุณค่า (Value Engineering: VE) โดยไทยเป็นประเทศที่มีการเรียนรู้ในการทำ VA และ VE อย่างรวดเร็ว ทำให้มีความได้เปรียบในด้านการลดต้นทุนมากกว่า 2 ประเทศที่กล่าวมา

Somsupa Nopprach (2006) ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยตัวแปรสำคัญที่ทำการพิจารณา คือ ต้นทุนในการทำธุรกรรม การประหยัดต่อขนาดซึ่งแทนด้วยจำนวนแรงงานในโรงงาน สัญชาติและสถานที่ตั้งของผู้ผลิตชิ้นส่วน และทำการเปรียบเทียบระหว่างผู้ผลิตชาวญี่ปุ่น และอเมริกัน ทั้งอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยใช้ทฤษฎีการรวมตัวกัน (Agglomeration Theory) และทฤษฎีต้นทุนทางธุรกรรม ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์การรวมตัวในการผลิต และพฤติกรรมการเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วน

การศึกษาปัจจัยในการเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนของผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นและอเมริกันนั้น ได้ใช้แบบจำลองโลจิต (Logit Model) ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้ผลิตยานยนต์ต่างชาติจะเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนไทย คือ การประหยัดต่อขนาด และสถานที่ตั้งของผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยส่วนใหญ่จะสั่งสินค้าจากผู้ผลิตชิ้นส่วนที่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน หรือใกล้กัน เพื่อประหยัดต้นทุนในการขนส่ง และพบว่าในกรณีผู้ผลิตไทยจะไม่เลือกสั่งชิ้นส่วนจากผู้ผลิตไทยด้วยกัน เนื่องจากขาดการการวิจัยและพัฒนา และผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรระหว่างประเทศ (ISO) ประกอบกับขาดการบริหารการจัดการและการออกแบบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และเมื่อเปรียบเทียบผลระหว่างผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นและอเมริกันแล้ว ปรากฏว่าได้ผลเหมือนกัน

3.3.2 งานศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันหรือความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

รัชนี วีระวัฒนะยิ่งยง (2539) ได้ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และอุตสาหกรรมรถปิกอัพ เพื่อประเมินถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยใช้แนวคิดทฤษฎี Domestic Resource Cost (DRC) และ Shadow Exchange Rate (SER) เป็นเกณฑ์ในการตัดสิน และศึกษาปัจจัยและอุปสรรคที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ผลการศึกษา DRC ของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมจากข้อมูลในตาราง ปัจจัย-ผลผลิต พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา สำหรับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งขนาด 1,600 ซี.ซี. พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ขณะที่รถปิกอัพมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอยู่บ้าง

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์นั้น ได้แก่ การประหยัดจากขนาดภายใน นโยบายของรัฐบาล ขนาดตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก ส่วนอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ได้แก่ อุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีการออกแบบ และงานโลหะ และทักษะแรงงานซึ่งขาดบุคลากรประเภทวิศวกร และช่างเทคนิค

ประวิตร พานชูวงศ์ (2540) ศึกษาถึงการค้า การผลิตและความสามารถหรือศักยภาพในการแข่งขัน ในตลาดต่างประเทศของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ของไทย โดยดูจากส่วนแบ่งตลาดและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ตลอดจนปัญหาด้านการผลิตและการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันนั้นได้แยกชิ้นส่วนรถยนต์เป็น 5 ประเภท คือ ยางรถยนต์ใหม่สำหรับรถยนต์นั่ง ยางรถยนต์ใหม่สำหรับรถยนต์โดยสารหรือรถบรรทุก แบตเตอรี่ อุปกรณ์ไฟฟ้าของรถยนต์ และชิ้นส่วนรถยนต์อื่นๆ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด ในตลาดส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ที่สำคัญของไทย 3 อันดับแรก และเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยอีก 8 ประเทศในแต่ละตลาดส่งออก

ผลการศึกษาแยกตามประเภทชิ้นส่วนรถยนต์พบว่า 1) ยางรถยนต์ใหม่สำหรับรถยนต์นั่งไทยมีศักยภาพการแข่งมากกว่า สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และเกาหลี 2) ยางรถยนต์ใหม่สำหรับรถยนต์โดยสารหรือรถบรรทุก ไทยมีศักยภาพในตลาดฟิลิปปินส์ แต่ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันตลาดสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร 3) แบตเตอรี่ซึ่งไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเกาหลีใต้ แต่ไม่มีศักยภาพการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่นและฮ่องกง 4) อุปกรณ์ไฟฟ้าของรถยนต์ ไทยมีศักยภาพในตลาดมาเลเซีย แต่ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันตลาดสิงคโปร์ และฮ่องกง 5) ชิ้นส่วนรถยนต์อื่นๆ ไทยไม่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดมาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกงเลย ส่วนปัญหาของการผลิตและการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์คือ ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านคุณภาพของชิ้นส่วนรถยนต์ที่ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

วีรพล นิติชาคร (2544) ได้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย โดยมุ่งเน้นในด้านความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่ผลต่ออุตสาหกรรม ได้เลือกศึกษาชิ้นส่วนยานยนต์ 2 ชนิด คือ ยางรถบรรทุก ล้อและอุปกรณ์ส่วนประกอบ โดยกรอบความคิดที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ได้ใช้ RCA ประกอบกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง โดยผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยสามารถส่งออกยางรถบรรทุก ล้อและอุปกรณ์ส่วนประกอบได้เพิ่มขึ้นทุกปี เพราะมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น แต่ไทยยังไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก

รถบรรทุก ล้อและอุปกรณ์ นอกจากนี้ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย คือ ปัญหาความชำนาญของแรงงาน ปัญหาเทคโนโลยีในการผลิต และปัญหาการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ

อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์ (2544) ได้ทำการศึกษาถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของรถจักรยานยนต์ไทยในตลาดโลก รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันดังกล่าว และในการศึกษาได้ใช้ RCA และต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ (DRC) ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาค่า RCA พบว่า ไทย ญี่ปุ่น จีน และอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ขณะที่มาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมนี้ ส่วนค่า DRC พบว่า ค่า DRC ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยน้อยกว่า SER ในปี พ.ศ. 2542 แสดงว่าอุตสาหกรรมนี้มีต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรในประเทศต่ำกว่าเงินตราต่างประเทศที่ได้จากการส่งออก จึงอาจกล่าวได้ว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลของ RCA

ส่วนการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ไทยสามารถส่งออกในตลาดโลกได้ พบว่า มี 3 ปัจจัย คือ การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) การสนับสนุนและการคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศของรัฐบาล และความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องจากบริษัทแม่ ทั้งทางด้านการเงิน เทคโนโลยีการผลิต การตลาด และการพัฒนาบุคลากร

3.3.3 งานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ชโยดม สรรพศรีและคณะ (2542) ได้ทำการศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การส่งออกคอมพิวเตอร์ชิ้นส่วนและส่วนประกอบ เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดการส่งออก โดยใช้ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกในรายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528-2540 โดยมีแบบจำลอง ดังนี้

$$\log Q_t^{it} = \beta_0 + \beta_1 \log (Price_t^{ij}) + \beta_2 \log (GDP_t^{j}) + \beta_3 \log (Relative\ price_t^{ij}) + \beta_4 S_1 + \beta_5 S_2 + \beta_6 S_3 + \beta_7 trend + \beta_8 \log (FDINEW) + U_t$$

โดยที่ Q_t^{it} = อุปสงค์อาหารแปรรูปของไทยในไตรมาสที่ t

$Price_t^{ij}$ = ราคาส่งออกอาหารแปรรูปของไทยประเภท i ไปยังตลาด j ณ ไตรมาส t ซึ่งรวมมาตรการของภาษีนำเข้าในตลาดต่างๆในค่าเงินสกุลหลักของประเทศ

$Relative\ price_t^{ij}$ = ดัชนีราคาเปรียบเทียบสินค้าอาหารแปรรูปของไทยประเภท i กับคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาด j ณ ไตรมาสที่ t

GDP_t^j = ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในตลาด j ณ ไตรมาส t

S_1 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 1 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 1
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 1

S_2 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 2 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 2
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 2

S_3 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 3 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 3
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 3

trend = แนวโน้มเวลา

FDINEW = การเพิ่มทุนของ 10 บริษัทใหญ่ในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อนสินค้า i ณ เวลา t

ผลการศึกษาพบว่า ระดับราคาสินค้ามีความสำคัญต่ออุปสงค์การส่งออก และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม อย่างไรก็ตาม งานศึกษานี้มีข้อจำกัดด้านข้อมูลราคาของประเทศคู่แข่ง และขาดข้อมูลบางตัวเกี่ยวกับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ

อรพรรณ อุษณาสุวรรณกุล (2543) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย โดยใช้ดัชนี RCA ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน และได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยสมการถดถอย โดยได้ใช้ตัวแปรส่วนแบ่งตลาดเป็นตัวแปรตามที่ใช้แทนความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูล จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Pooling Estimate[13] โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2542 โดยใช้แบบจำลอง ดังนี้

[13] Pooling Estimate คือ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบภาคตัดขวางและอนุกรมเวลาพร้อมกัน

$$\log (SH^{j}_{t,1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (GDPCAP_{j,t}) + \beta_2 \log (REER^{j}_{t}) + \beta_3 \log (FDI_{t-1}) + \beta_4 \log (WAGE_t) + \beta_5 \log (ER_t) + \beta_6 \log (SH^{j}_{t-1,i}) + \beta_7 DUMMY + U_t$$

โดยที่ $SH^{j}_{t,1}$ = ระดับความสามารถในการแข่งขัน ใช้ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าในตลาดส่งออกที่สำคัญมาเป็นตัวแปรแทนตัวแปรระดับความสามารถในการแข่งขัน

$GDPCAP_{j,t}$ = ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก j ณ เวลา t

$REER^{j}_{t}$ = ราคาเปรียบเทียบของประเทศคู่แข่งขันกับประเทศไทยในตลาด j ณ เวลา t

FDI_{t-1} = การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI สำหรับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์

$WAGE_t$ = ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของประเทศไทย

ER_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินสหรัฐอเมริกา

$SH^{j}_{t-1,i}$ = ระดับความสามารถในการแข่งขันในช่วงเวลาก่อนของสินค้า i ในเวลา t-1

DUMMY = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แสดงถึง ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย

DUMMY = 1 เมื่อ t = 9, 10

DUMMY = 2 เมื่อ t = 1, 2,…, 8

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลา t

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องรับโทรทัศน์ คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าในช่วงเวลาก่อน และตัวแปรหุ่นที่แสดงถึง ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของไทย ส่วนการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันจากดัชนี RCA พบว่าไทยอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการส่งออกคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบไปยังทุกตลาด แต่ค่า RCA ดังกล่าวมีแนวโน้มลดลง

นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณา (2543) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋องของประเทศไทย การประมาณค่าแบบจำลองมูลค่าการส่งออกเนื้อปลาแช่แข็งของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นและการส่งออกปูกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง คือในช่วงปี พ.ศ. 2534-2540 ทำการศึกษาเป็นรายไตรมาส โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) ดังนี้

$$V_t^{ij} = \beta_0 + \beta_1 P_t^{ij} + \beta_2 F_t^i + \beta_3 E_t^{฿/j} + \beta_4 Y_t^j + \beta_5 W_t + \beta_6 S_1 + \beta_7 S_2 + \beta_8 S_3 + U_t$$

โดยที่ V_t^{ij} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิด i ของไทยไปยังตลาด j ณ ไตรมาสที่ t

P_t^{ij} = ราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิด i ของไทยที่ส่งออกไปยังตลาด j ณ ไตรมาสที่ t

F_t^i = ปริมาณสัตว์น้ำที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิด i ที่นำมาจำหน่าย ณ ท่าขึ้นปลาในไตรมาสที่ t

$E_t^{฿/j}$ = อัตราแลกเปลี่ยนในหน่วยเงินบาทต่อสกุลเงิน j ที่ใช้ในตลาด j ในเดือนที่ t

Y_t^j = ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศผู้นำเข้า j ณ ไตรมาส t

W_t = อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยทั่วประเทศ ณ ไตรมาส t

S_1 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 1 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 1
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 1

S_2 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 2 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 2
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

S_3 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 3 =1 เมื่ออยู่ในไตรมาสที่ 3
=0 เมื่อไม่อยู่ในไตรมาสที่ 3

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง ณ ไตรมาส t

และช่วงที่ 2 ใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2542 ซึ่งเป็นช่วงที่ไทยเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงในรูปลอกการิทึ่ม (Log-Linear Regression Model) มีแบบจำลอง ดังนี้

$$V_t^{ij} = \delta_0 + \delta_1 P_t^{ij} + \delta_2 E_t^{฿/j} + \delta_3 R_t^{฿/j} + U_t$$

โดยที่ V_t^{ij} = มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิด i ของไทยไปยังตลาด j ณ ไตรมาสที่ t

P_t^{ij} = ราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิด i ของไทยที่ส่งออกไปยังตลาด j ณ ไตรมาสที่ t

$E_t^{฿/j}$ = อัตราแลกเปลี่ยนในหน่วยเงินบาทต่อสกุลเงิน j ที่ใช้ในตลาด j ในเดือนที่ t

$R_t^{฿/j}$ = ระดับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนรายวันในหน่วยเงินบาทต่อสกุลเงิน j ที่ใช้ในตลาด j ในเดือนที่ t

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง ณ ไตรมาส t

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรราคา และอัตราแลกเปลี่ยน เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อมูลค่าการส่งออกต่อเนื้อปลาแล่แช่แข็ง เนื้อปลาอื่นๆ และปูกระป๋องในตลาดส่งออกของไทยแต่ละตลาด ทั้งสมการที่ศึกษาในช่วงที่ 1 และที่ 2

จากงานศึกษาที่ผ่านมา พบว่างานศึกษาเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์มีผู้ศึกษาคือ **ปภัศร ชัยวัฒน์** (2543) **อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์** (2544) และ Kohoi Mishima (2005) ส่วนงานศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้เป็นจำนวน เช่น **วีรพล นิติชาคร** (2544) และ Somsupa Nopprach (2006) เป็นต้น โดยการศึกษาความสามารถในการแข่งขันนั้นจากการทบทวนงานศึกษาที่ผ่านมา ได้มีวิธีการศึกษาความสามารถในการแข่งขันหลายวิธีด้วยกัน เช่น การคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) การคำนวณดัชนีความสามารถใน

การแข่งขันด้านราคา (Price Competitiveness Index) การคำนวณแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) การคำนวณหาค่าดัชนีมูลค่าการส่งออกต่อหน่วย (XUVI) การคำนวณหาค่าการใช้ต้นทุนทรัพยากรภายในประเทศ (DRC)

จากวิธีการศึกษาทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ซึ่งมักมีข้อจำกัดต่างๆ ในการวิเคราะห์ ทำให้ผลของแบบจำลองไม่เป็นไปตามสถานการณ์ที่เป็นจริง โดยวิธีที่นิยมนำมาใช้ในการวัดความสามารถในการแข่งขันนั้นคือ การคำนวณหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) เพราะเป็นวิธีที่ง่ายต่อการคำนวณ และไม่ซับซ้อนมาก แต่การคำนวณโดยค่า RCA นั้นก็มีข้อเสียคือ เนื่องจากไม่สามารถแยกความได้เปรียบที่เกิดจากความสามารถในการผลิต และที่เกิดจากการใช้นโยบายการค้าของรัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามยังเป็นวิธีที่นิยมกันมาก และเนื่องจากการหาความสามารถในการแข่งขันโดยการคำนวณค่า RCA นั้นมีข้อจำกัดดังกล่าว ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้มีการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยอาศัยแนวคิดตาม Diamond Model ซึ่งเป็นวิธีการพรรณนา โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ซึ่งปัจจุบันวิธีนี้เป็นวิธีที่ได้รับความนิยม เพื่อเป็นแนวทางและประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและประเทศ

งานศึกษาที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันนั้น ซึ่งงานศึกษาที่ผ่านมามีทั้งการศึกษาแบบ เชิงพรรณนา และแบบเชิงปริมาณ โดยงานศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแบบเชิงพรรณนา ได้แก่ งานศึกษาของ **รัชนี วีระวัฒนะยิ่งยง** (2539) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นได้แก่ การประหยัดจากขนาดภายใน นโยบายของรัฐบาล ขนาดตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก และ**อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์** (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ โดยได้พบผลการศึกษาเพิ่มเติมจากงานของ **รัชนี วีระวัฒนะยิ่งยง** (2539) พบว่า ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องจากบริษัทแม่ ทั้งทางด้านการเงิน เทคโนโลยีการผลิต การตลาด และการพัฒนาบุคลากร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ด้วย ส่วนงานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออก และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในเชิงปริมาณนั้น ได้แก่ **ชโยดม สรรพศรีและคณะ** (2542) **อรพรรณ อุษณาสุวรรณกุล** (2543) และ**นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณา** (2543) เป็นต้น ได้

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) ซึ่งตัวแปรที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ราคาสินค้าของประเทศไทย รายได้ประชาชาติ ค่าจ้างขั้นต่ำของไทย อัตราแลกเปลี่ยนบาท เป็นต้น และตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกสินค้า และความสามารถในการแข่งขันอีกด้วย

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้นำตัวแปรที่คาดว่าจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ทำการศึกษา คือ รายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ ค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยของไทย อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของคู่แข่งส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อน และตัวแปรหุ่นที่คาดว่าจะส่งผลได้แก่ นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศไทย การลงทุนทางตรงผ่าน BOI ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ และวิกฤติการณ์ทางการเงินของไทย เป็นต้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

วิธีการศึกษา

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มีวิธีการศึกษา ประกอบด้วยแหล่งที่มาของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสมมติฐานของการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางและพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ในการศึกษาโครงสร้างตลาดได้อาศัยข้อมูลจากหน่วยงานเกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สถาบันยานยนต์ สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ กรมส่งเสริมการส่งออก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวบรวมจากสื่อต่างๆ เช่น วารสารยานยนต์สาร อุตสาหกรรมสาร ผู้ส่งออก ตลอดจนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในส่วนของ Diamond Model ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ 2 ลักษณะคือ เชิงพรรณนา (Descriptive Method) และเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาด้านโครงสร้างของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ของไทย จะพิจารณาถึงวิวัฒนาการ การผลิต การค้า การตลาดและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับ

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยอาศัยข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยต่างๆ ที่ได้เคยศึกษาไว้ ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ชัดเจนยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 การศึกษาถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนจักรยานยนต์ในตลาดต่างประเทศ จะอาศัยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) เป็นตัววัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของชิ้นส่วนจักรยานยนต์แต่ละประเภทในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยอีก 4 ประเทศ คือประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากว่าไทย 2 อันดับก่อนหน้าไทย และประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าไทย 2 อันดับถัดมา และทำการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2548 ทั้งนี้การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยค่า RCA มีข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากไม่สามารถแยกความได้เปรียบที่เกิดจากความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตไทยและผู้ผลิตต่างชาติ ดังนั้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยมากขึ้น จึงได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้การวิเคราะห์ตามทฤษฎี Diamond Model ของ Porter ควบคู่กันไปด้วย โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ เป็นการวิเคราะห์ตามปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยของ Diamond Model คือ ปัจจัยการผลิต หรือ ปัจจัยด้านอุปทาน ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยด้านอุปสงค์ และกลยุทธ์โครงสร้างองค์กรและสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จะทำการวิเคราะห์ในตลาดสำคัญของสินค้าส่งออกแต่ละชนิด ดังกล่าวข้างต้น

การวิเคราะห์อาศัยข้อมูลแบบอนุกรมเวลา (Time Series) ในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2548 โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอย (Regression Model) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ และใช้ตัวแปรส่วนแบ่งตลาดของสินค้าที่ทำการศึกษา เป็นตัวแปรแทน (Proxy Variable) ของความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์นั้น โดยมีแบบจำลองที่ทำการศึกษา ดังนี้

$$\log (SH^{j}_{t,1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (GDPCAP^{j}) + \beta_2 \log (WAGE_t) + \beta_3 \log (ER_t^{฿/j}) + \beta_4 \log (SH^{j}_{t-1,i}) + \beta_5 D_{1t} + \beta_6 D_{2t} + \beta_7 D_{3t} + U_t$$

โดยที่

$SH^{i}_{j,t}$ = ระดับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าในตลาดส่งออกที่สำคัญมาเป็นตัวแปรแทนตัวแปรระดับความสามารถในการแข่งขัน

$GDPCAP_j$ = ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก j ณ เวลา t

$WAGE_t$ = ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (บาท/วัน)

$ER_t^{฿/j}$ = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก j ณ เวลา t

$SH^{i}_{j,t-1}$ = ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของสินค้า i ในเวลา t-1

D_{1t} = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แสดงถึง นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศของรัฐบาล โดย

ตัวแปรหุ่น = 0 เมื่อไม่มีนโยบายจากรัฐบาล

ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อมีนโยบายจากรัฐบาล

D_{2t} = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แสดงถึง การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดย

ตัวแปรหุ่น = 0 เมื่อไม่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI

ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI

D_{3t} = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แสดงถึง ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย โดย

ตัวแปรหุ่น = 0 เมื่อไม่มีภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ

ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อมีภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ

U_t = ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง ณ ปีที่ t

β = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ได้จากการประมาณ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เมื่อ

i = ผลิตภัณฑ์ที่ศึกษา

j = ตลาดสำคัญที่นำเข้าผลิตภัณฑ์

t = ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

4.3 สมมติฐานการศึกษา

ตัวแปรที่นำมาสร้างแบบจำลอง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย มีสมมติฐาน ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออกที่สำคัญ** ซึ่งเป็นตัวชี้อำนาจซื้อของประชาชน ถ้ารายได้ของผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้าเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้ความต้องการสินค้าส่งออกของไทยเพิ่มมากขึ้น และถ้ารายได้ลดลงก็จะส่งผลในทางตรงกันข้าม ดังนั้นจึงคาดว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของประเทศนำเข้า จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย แต่ถ้ารายได้ของผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้าเพิ่มสูงขึ้น แล้วทำให้ส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยลดลง ซึ่งในกรณีนี้แสดงว่าสินค้าของไทยเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ

2. **ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย** เนื่องจากค่าจ้างแรงงานเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นตัวแปรที่สะท้อนถึงราคาได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้นจากกฎของอุปสงค์ ถ้าค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น และทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าส่งออกลดลง และทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดส่งออกลดลงด้วย และถ้าค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำลดลง ก็จะส่งผลในทางตรงกันข้าม ดังนั้นจึงคาดว่าอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกของไทย

3. **อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยเงินสกุลของประเทศคู่แข่ง** เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศจำเป็นต้องอาศัยอัตราการแลกเปลี่ยนระหว่าง 2 ประเทศนั้นในการแปลงค่าเงินระหว่างกัน ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของประเทศนั้นสูงขึ้น จะทำให้ค่าเงินของประเทศเราลดลง ส่งผลให้สินค้าของถูกลงในสายตาของต่างประเทศ ดังนั้น จาก

กฎอุปสงค์ในกรณีนี้เมื่อสินค้าของประเทศเราถูกลง จึงสามารถส่งออกได้มากขึ้น ดังนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยเงินสกุลของประเทศคู่แข่ง จึงส่งผลในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาด และถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง ก็จะเกิดผลในทางตรงกันข้าม

4. **ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของสินค้า i ในเวลาก่อน** จากงานศึกษาของ อรพรรณ อุษณาสุวรรณกุล (2543) พบว่าการปรับตัวของส่วนแบ่งตลาดไม่ได้เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียว แต่มีความล่าช้าในการปรับตัว จึงได้กำหนดให้แบบจำลองมีลักษณะการปรับตัวเชิงพลวัต ดังนั้นจึงคาดว่าส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกของไทย ณ เวลาปัจจุบัน

5. **ตัวแปรหุ่น** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนของรัฐบาล ถ้ารัฐบาลมีการกำหนดนโยบายโยบาลการบังคับใช้ชิ้นส่วน ก็จะทำให้ส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกของไทย และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการสะสมทุน และการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพดีขึ้น ดังนั้น การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI จึงน่าจะส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย และอีกตัวแปรหนึ่งคือ วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย น่าจะส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ผลการศึกษาประกอบด้วย การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนนั้นส่วนใหญ่ถูกดำเนินการโดยชาวต่างชาติ หรือร่วมทุนกับต่างชาติ มีการดำเนินการแบบเครือข่ายการผลิต ซึ่งถ้าผู้ผลิตไทยล้วนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในเครือข่ายการผลิตนั้นจะต้องมีเงินทุนเป็นจำนวนมาก มีความสามารถในการจัดการบุคลากร มีการเชื่อมโยงกับรัฐบาล และที่สำคัญถ้าเคยทำงานกับบริษัทประกอบรถจักรยานยนต์นั้นมาก่อน ก็จะมีโอกาสในการได้เข้าร่วมในเครือข่ายการผลิตมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมด้วย ปัจจุบันผู้ผลิตไทยมีหน้าที่ในการผลิตชิ้นส่วนที่มีการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก เช่น การตัด พิมพ์ชิ้นส่วน การเชื่อมโลหะ เป็นต้น ส่วนการผลิตที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่สูงขึ้น เช่น เกี่ยวกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องยนต์ เป็นต้น โดยชิ้นส่วนเหล่านี้ผู้ผลิตญี่ปุ่นจะเป็นผู้ผลิตเอง

ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตไทยจำเป็นต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายการผลิตของผู้ผลิตต่างชาติเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของตน โดยการที่จะสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายการผลิตได้นั้น ผู้ผลิตไทยต้องมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ผลิตต่างชาตินั้น หรือเคยทำงานร่วมกันมาก่อน และผู้ผลิตไทยต้องใช้หลักคุณภาพ (Quality) ต้นทุน (Cost) การจัดส่ง (Delivery) วิศวกรรม (Engineering) และ การจัดการ (Management) หรือรวมเรียกว่า QCDEM เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการผลิตมาก และในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตด้วย และความสามารถในการจัดส่งสินค้าเพื่อประหยัดต้นทุนในการเก็บสินค้า และความสามารถในการออกแบบและการลดต้นทุนการผลิต โดย VA และ VE ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากชาวญี่ปุ่น

จากเครือข่ายการผลิตดังกล่าวสามารถแบ่งกลุ่มผู้ผลิตไทยได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่สามารถปรับตัวตามระบบ QCDEM ได้ ก็จะถูกคัดเลือกโดยผู้ผลิตต่างชาติ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มต่างชาติ ซึ่งมีโอกาสได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่แล้ว และกลุ่มสุดท้าย คือ กลุ่มผู้ผลิตไทยที่ไม่สามารถปรับตัวได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม SMEs ซึ่งยังขาดเงินทุน และยังไม่สามารถเข้าถึงในขบวนการลดต้นทุนการผลิตตามที่ผู้ผลิตต่างชาติต้องการได้ โดยแนวโน้มผู้ผลิต SMEs เหล่านี้อาจมีการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ หรือมีการร่วมทุนกับต่างชาติ เพื่อรับองค์ความรู้ดังกล่าว ในการลดต้นทุนการผลิตในระยะสั้นทำให้ผู้ผลิตไทยพัฒนาตนเอง ให้สามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายดังกล่าวได้ และในระยะยาวผู้ผลิตจะสามารถยกระดับขั้นการผลิต (Tier) เป็นลำดับที่สูงกว่าได้

นอกจากการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตในการเข้าร่วมเครือข่ายการผลิตของต่างชาติแล้ว ไทยยังต้องมีความพร้อมต่างๆ หลายด้าน เพื่อที่จะสามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวได้ ซึ่งได้วิเคราะห์โดย การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน ดังต่อไปนี้

5.1 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน

การวิเคราะห์การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ตามกรอบแนวความคิดของ Michael E. Porter โดยอาศัยข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อบ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ให้มากขึ้น โดยแสดงรายละเอียดตามหลักทฤษฎีในแต่ละปัจจัย ดังนี้

5.1.1 เงื่อนไขและปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

<u>จุดแข็ง</u>

1. ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานในการขนส่งที่มีคุณภาพ เนื่องจากระบบการขนส่งที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ ช่วยให้ผู้ผลิตส่งมอบวัตถุดิบและชิ้นส่วนระหว่างกันได้รวดเร็วและตรงเวลา ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของการ

บริหารการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) โดยอาศัยโครงสร้างพื้นฐานหลัก คือ ถนน และท่าเรือน้ำลึกที่มีคุณภาพ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในด้านนี้มาก

2. จากการที่ประเทศไทยมีที่ตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางเชิงภูมิศาสตร์ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ไทยมีข้อได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของภูมิภาค เช่น มีระยะทางเฉลี่ยระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกันที่สั้นที่สุด และมีช่องทางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งทางเรือและทางบก ประเทศที่มีการผลิตสินค้ายานยนต์ในภูมิภาคส่วนใหญ่ต้องอาศัยการขนส่งทางเรือไปยังประเทศอื่นเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศมีชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ สามารถลำเลียงสินค้าไปยังตลาดต่างๆ ด้วยการขนส่งได้ดี เช่น กัมพูชา พม่า ลาว และมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนที่สำคัญของไทยด้วย

<u>จุดอ่อน</u>

1. ประเทศไทยมีบุคลากรเป็นจำนวนมาก แต่บุคลากรเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นระดับแรงงาน ซึ่งการผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนนั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรระดับวิศวกร ช่างเทคนิค และบุคลากรที่มีความชำนาญในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่เนื่องจากไทยขาดวิศวกร ช่างเทคนิค และแรงงานฝีมือในระดับปฏิบัติการ ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และวิศวกรไทยส่วนใหญ่ไม่มีความรู้และทักษะในการรองรับงานด้านออกแบบ วิจัยและพัฒนา หรือการออกแบบชิ้นส่วนที่มีความซับซ้อนได้ ปัญหานี้ส่วนหนึ่งเกิดจากความจำกัดในการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ และขาดกลไกในการดูดซับเทคโนโลยี เช่น ความรู้ด้านภาษา ทำให้วิศวกรไทยมีช่องทางน้อยในการพัฒนาทักษะและความรู้ของตนในสูงขึ้น ประกอบกับค่าตอบแทนและความก้าวหน้าในอาชีพในสายงานเทคนิคทั้งระดับวิศวกรและช่างเทคนิคไม่จูงใจเท่าที่ควร ทำให้มีบุคลากรในสาขาอาชีพนี้น้อย

2. อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ค่อนข้างเร็ว ผู้ผลิตชิ้นส่วนต้องมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพการผลิตของตน และติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีตลอดเวลา การวิจัยและพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการผลิต และการออกแบบของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ได้ ผู้ผลิตข้ามชาติจึงให้ความสนใจกับการทำวิจัยและพัฒนามาก ในขณะที่บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยยังไม่ค่อยให้

ความสำคัญด้านนี้เท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากประเทศไทยยังไม่มีการจัดตั้งศูนย์การวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์โดยตรง ในขณะที่ประเทศจีนมี 2 แห่ง และไต้หวันมี 1 แห่ง โดยปัจจุบันประเทศไทยพึ่งการทำวิจัยและพัฒนาจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนต่างชาติเป็นหลัก ซึ่งการช่วยเหลือดังกล่าวปัจจุบันลดน้อยลงหรืออยู่ในรูปแบบของการร่วมทุนมากขึ้น หากผู้ผลิตไม่ให้ความสนใจในการทำวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนต่างๆ ไม่มีมาตรฐาน และรูปแบบไม่ตรงตามบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ต้องการ

3. อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เครื่องจักร และเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่ประเทศไทยยังไม่สามารถคิดค้นพัฒนาเองได้ ยังต้องพึ่งพานำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตให้สูงขึ้น

4. ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการ การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผลิตสินค้าไม่ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ หรือมีการผลิตสินค้าคราวละมากๆ เก็บไว้ในคลังสินค้า ทำให้สินค้าเสียหายหรือไม่เปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าให้ทันสมัย ทำให้เกิดการผลิตส่วนเกิน ประกอบกับผู้ประกอบการบางรายไม่มีทักษะด้านภาษา จึงเป็นอุปสรรคต่อการค้าขายกับลูกค้าชาวต่างชาติ

5. ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ขนาดกลางและเล็ก (SMEs) บางรายมีปัญหาเรื่องการผลิต เนื่องจากขาดเงินทุนในการขยายกำลังการผลิตและปรับเปลี่ยนเครื่องจักรให้ทันสมัย

5.1.2 **อุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน** (Related and Supporting Industries)

<u>จุดแข็ง</u>

1. ปัจจุบันผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของโลก ที่ย้ายฐานการผลิตเข้ามาในประเทศไทย โดย 4 รายเป็นผู้ผลิตชาวญี่ปุ่น และผู้ผลิตชาวมาเลเซีย 1 ราย โดยผู้ผลิตเหล่านี้ได้นำผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จากประเทศตนเข้ามาด้วย อีกทั้งยังส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับด้วย จากการที่มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากนี้

ส่งผลให้เกิดการสร้างสภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตชิ้นส่วนด้วยกัน ก่อให้เกิดการสะสมทักษะแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในที่สุด

2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตั้งโรงงานผลิตอยู่ในพื้นที่เดียว หรือพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ที่ตนจัดส่งชิ้นส่วนให้ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเฉพาะเขตภาคตะวันออก ซึ่งมีโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ตั้งอยู่มากกว่าร้อยละ 60 ของทั้งประเทศ การที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนหลายรายตั้งโรงงานอยู่ใกล้กับโรงงานประกอบ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ทั้งระบบให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนและโรงงานประกอบ ช่วยลดต้นทุนด้านขนส่ง ด้านบรรจุภัณฑ์ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการผลิตด้วยระบบ Just-In-Time (JIT) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลา

<u>จุดอ่อน</u>

1. ประเทศไทยมีองค์กรที่ให้การสนับสนุน และส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งองค์กรที่มีหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น และกลุ่มสถาบันและองค์กรเฉพาะทาง เช่น สถาบันยานยนต์ สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย เป็นต้น ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และที่สำคัญคือสถาบันการเงิน ที่บทบาทในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ และสถาบันที่ให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการด้วย ซึ่งสถาบันเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม องค์กรและสถาบันต่างๆ เหล่านี้ในประเทศไทยยังไม่สามารถดำเนินการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ เนื่องจากขาดการประสานงานและความร่วมมือกัน และบทบาทหน้าที่ที่จำกัด จึงทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิผล

2. อุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ แยกเป็น 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ได้แก่ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมหนัง อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมแก้วและกระจก เป็นต้น โดยประเทศไทยมีอุตสาหกรรมเหล่านี้ในปริมาณที่เพียงพอ แต่บางอุตสาหกรรมมีคุณภาพไม่คงที่

และไม่ได้มาตรฐานในการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมหนัง และอุตสาหกรรมยางสังเคราะห์ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ถึงแม้ว่าไทยจะสามารถปลูกยางได้มากที่สุดของโลก แต่ในอุตสาหกรรมยานยนต์จำเป็นต้องใช้ยางสังเคราะห์ จึงต้องส่งไปแปรรูปในต่างประเทศ แล้วจึงนำมาใช้เป็นวัตถุดิบได้ ส่วนอุตสาหกรรมสนับสนุนการผลิต เช่น เครื่องจักรกล เครื่องมือและอุปกรณ์กล แม่พิมพ์ ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากผู้ผลิตไทยยังไม่มีความสามารถและความชำนาญในการผลิตเท่าที่ควร ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตอย่างมาก

3. การทำวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม และการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นส่วนที่ผลิต จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัย เครื่องมือและอุปกรณ์ทดสอบที่เหมาะสม และสามารถใช้งานได้ดี แต่พบว่าผู้ประกอบการบางรายไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทดสอบ และบางรายขาดผู้เชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทดสอบดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถใช้งานให้เกิดประสิทธิผลได้ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีศูนย์บริการเครื่องมือและอุปกรณ์ทดสอบโดยสถาบันยานยนต์ที่ให้บริการได้มาตรฐาน อย่างไรก็ตามยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักวิจัย เพื่อวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ จึงทำให้ต้องส่งชิ้นส่วนไปทดสอบต่างประเทศ ปัญหานี้มีผลให้นักวิจัยไม่สามารถทดสอบชิ้นส่วนที่ตนพัฒนาขึ้นได้อย่างเต็มที่ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการวิจัยและพัฒนา และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

5.1.3 **เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์** (Demand Conditions)

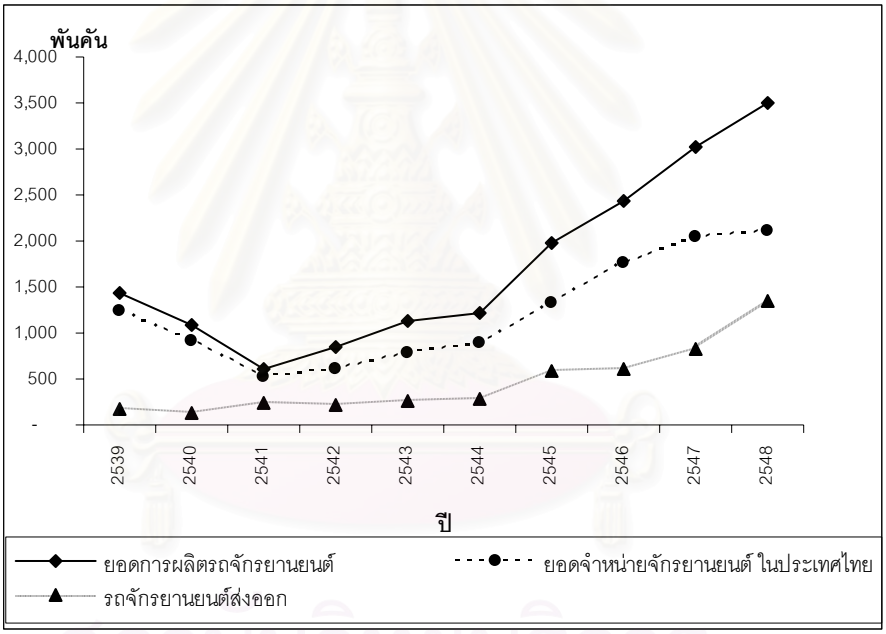
<u>จุดแข็ง</u>

1. อุปสงค์รถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมีตลาดขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย และแอฟริกา ที่มีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มหลากหลาย เช่น กลุ่มรถจักรยานยนต์ตกแต่ง กลุ่มรถจักรยานยนต์สำหรับการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีโอกาสทางการตลาดในประเทศที่กำลังพัฒนา และประเทศโลกที่สาม โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ดังแผนภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่ายอดการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศ และส่งออกมีแนวโน้มที่สูงขึ้นตามลำดับ ส่งผลต่อยอดการจำหน่ายชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นอุปสงค์ต่อเนื่องด้วย

<u>จุดอ่อน</u>

1. เนื่องจากชิ้นส่วนอุปกรณ์ และอะไหล่ทดแทนรถจักรยานยนต์จากจีน ไต้หวัน และอินเดียมีราคาถูกกว่าดังเช่นในปัจจุบัน ส่งผลให้ยอดการส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ดังกล่าวของไทยมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง ดังแผนภาพ 5.2 ที่มูลค่าการส่งออกเริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และถ้าไทยยังไม่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี เพื่อลดต้นทุนในการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นรูปธรรม จะส่งผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างแน่นอน

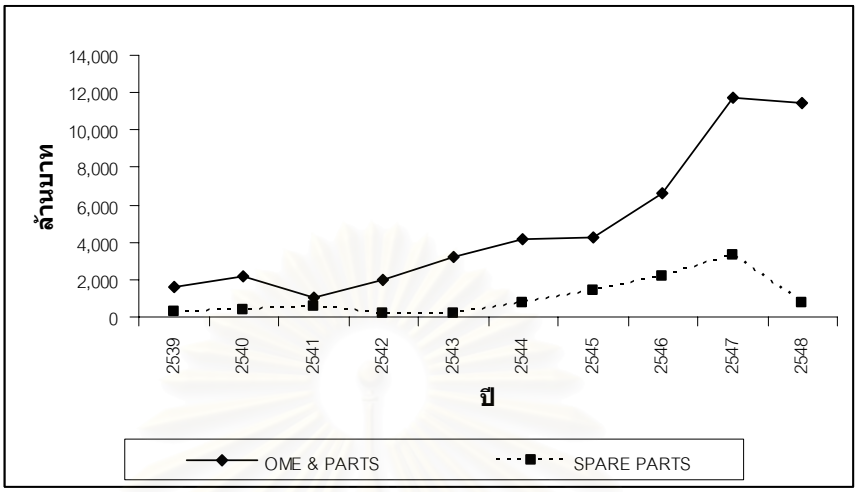
แผนภาพที่ 5.1 ยอดการผลิต และจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของไทย ปี พ.ศ. 2539-2548



ที่มา : สถาบันยานยนต์

2. ประเทศไทยยังขาดกฎระเบียบด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวด ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานด้านความปลอดภัย ด้านคุณภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม ที่จะสร้างแรงกดดันให้ผู้ผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีมาตรฐาน ทำให้สินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่ผู้บริโภคต่างประเทศต้องการ และนับวันมาตรฐานต่างๆ ที่กำหนดโดยต่างประเทศยิ่งสูงขึ้น ถ้าผู้ผลิตไทยไม่ให้ความสนใจอย่างจริง จะส่งผลให้ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยอาจหันไปนำเข้าสินค้าจากประเทศอื่นที่มีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ดีกว่าได้

แผนภาพที่ 5.2 ยอดการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ของไทย ปี พ.ศ. 2539-2548



ที่มา : สถาบันยานยนต์

5.1.4 **บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ** (Context for Firm Strategy and Rivalry)

<u>จุดแข็ง</u>

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยมีบริบทที่เอื้ออำนวยประโยชน์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

1. จากการยกเลิกนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 ทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในไทยปัจจุบัน สามารถซื้อชิ้นส่วนโดยใช้ระบบ Global Sourcing เพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนที่มีคุณภาพ และราคาถูกที่สุด ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ผลกระทบนี้สร้างแรงกดดันให้ผู้ผลิตไทยต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักยานยนต์ไทย

2. บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะญี่ปุ่น ได้ย้ายฐานการผลิตมาผลิตในประเทศไทย และได้นำผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของประเทศตนเข้ามาตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วน เพื่อป้อนให้แก่โรงงาน โดยรูปแบบการบริหารจัดการมีทั้งแบบเจ้าของโดยคนต่างชาติ คนไทย และร่วมทุน ทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับผู้ผลิตไทย ประกอบกับการแข่งขันที่

ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นระหว่างผู้ผลิตไทยและต่างชาติ จึงเกิดการพัฒนาศักยภาพในการผลิตของผู้ผลิตไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเอง

ตารางที่ 5.1 ส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์ ปี พ.ศ. 2548

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งทางการตลาด
1	ฮอนด้า	1,407,733	66.64%
2	ยามาฮ่า	394,164	18.66%
3	ซูซูกิ	195,689	9.26%
4	ไทเกอร์	67,055	3.17%
5	คาวาซากิ	27,973	1.32%
6	เจอาร์ดี	12,018	0.57%
7	อื่นๆ	7,794	0.37%
รวม		**2,112,426**	**100%**

ที่มา : สถาบันยานยนต์

ตารางที่ 5.1 แสดงส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งรถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดในลำดับแรกๆ ของไทยมี 6 ยี่ห้อ ได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ ไทเกอร์ คาวาซากิ และ เจอาร์ดี เป็นต้น ในจำนวนนี้เป็นผู้ผลิตชาวญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด ยกเว้นเจอาร์ดี ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตมาเลซีย และไทเกอร์ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่นเกือบทั้งสิ้น

3. ปัจจุบันอุตสาหกรรมต่างในประเทศไทยมีการร่วมกลุ่มกันเป็น “เครือข่ายวิสาหกิจ” หรือเป็นที่ทราบกันในนามของ “คลัสเตอร์” (Cluster) เป็นการรวมกลุ่มทางธุรกิจ เพื่อร่วมมือเกื้อหนุน และเชื่อมซึ่งกันและกันให้บรรลุถึงการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมของประเทศ โดยการรวมกลุ่มนั้นไม่ใช่เพื่อการผูกขาดหรือกีดกันทางธุรกิจ ปัจจุบันประเทศไทยมีคลัสเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์สมุทรปราการ คลัสเตอร์ชิ้นส่วนยานยนต์และเครื่องจักรกลชลบุรี (CAMC) คลัสเตอร์ชิ้นส่วนยานยนต์ CTAP และที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์โดยตรง คือ คลัสเตอร์

รถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน SMEs007PLUS โดยคลัสเตอร์เหล่านี้ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตไทย และมีทัศนคติที่ดีในการรวมตัวกัน ไม่มีการแข่งขันกันด้านราคา ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน จนกลายเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ที่แข็งแกร่ง เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ผลิตต่างชาติได้

<u>จุดอ่อน</u>

1. ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลก ทำให้บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่รวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อร่วมวิจัยและพัฒนาในการเป็นผู้นำเทคโนโลยี เพื่อขยายตลาดโดยอาศัยตลาดซึ่งกันและกัน และเพื่อการผลิตที่ประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) การรวมตัวดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั่วโลกทั้งในทางบวกและลบ โดยช่วยเพิ่มการประหยัดต่อขนาดการผลิต แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตชิ้นส่วนลดลงด้วย

นอกจากนี้ การย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ต่างชาติเข้ามาในไทยนอกจากจะเกิดผลดีกับประเทศแล้ว ในทางตรงกันข้ามยังส่งผลทางด้านลบด้วย กล่าวคือ บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ต่างชาติ จะเป็นผู้กำหนดนโยบายการแข่งขัน มีการสร้างเงื่อนไขทางการค้ามากขึ้น และบางส่วนมีนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนหลักในกลุ่มประเทศตน (Global Sourcing) ผู้ผลิตไทยจึงสามารถส่งได้เฉพาะสินค้าที่มีเทคโนโลยีต่ำ และเป็นสินค้าราคาถูกเท่านั้น

2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาสินค้ากับประเทศจีน ไต้หวัน และอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากรัฐบาลของประเทศเหล่านี้ได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น และจีนมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น

3. ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยยังไม่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดโลก

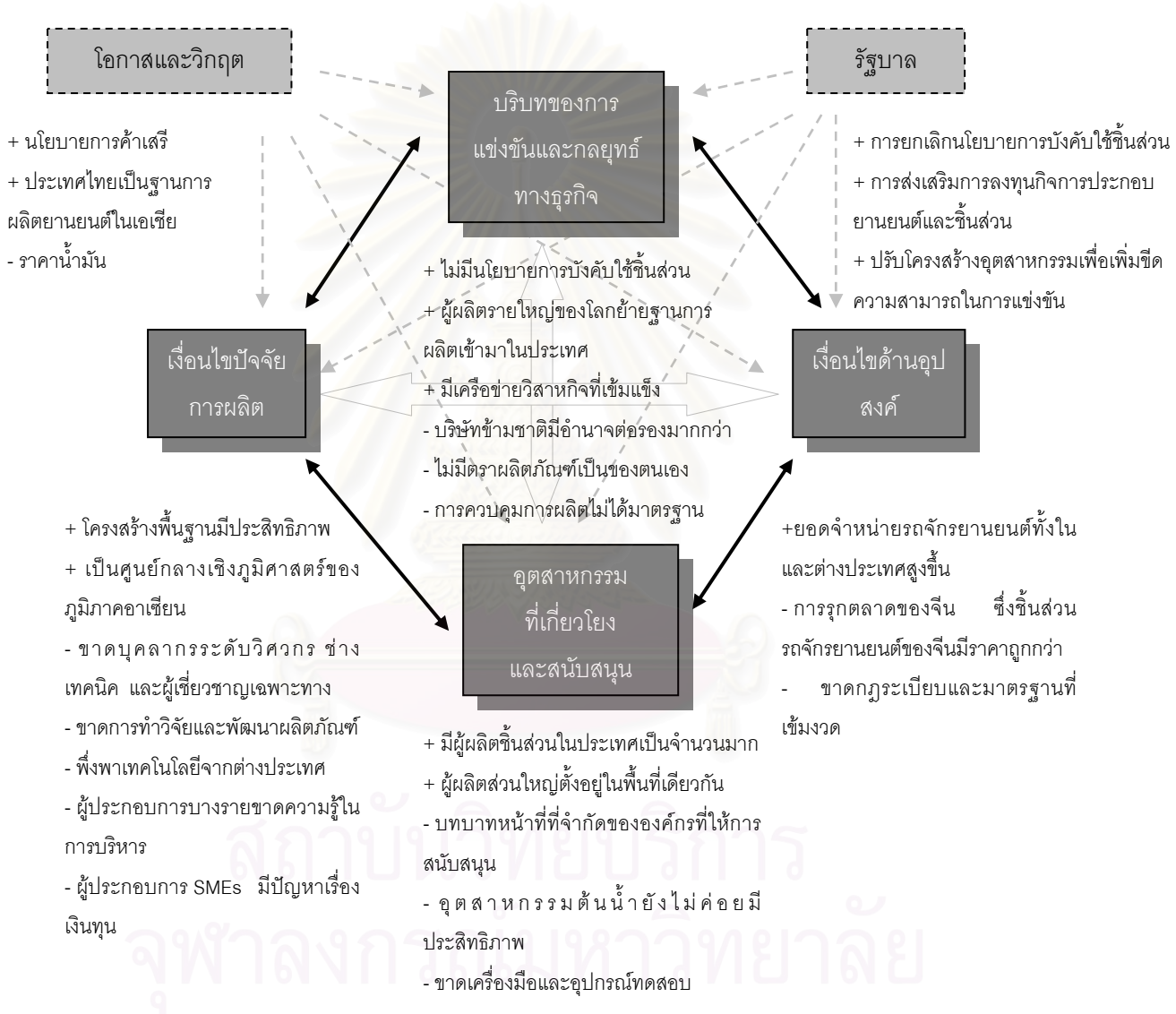
4. เมื่อมีการผลิตสินค้าในปริมาณมาก มีปัญหาเรื่องการควบคุมการผลิตไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ไม่ได้มาตรฐานตามที่ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ หรือตลาดต้องการ และทำให้ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตสูงขึ้นด้วย

นอกจากองค์ประกอบข้างต้นแล้ว Porter ยังเชื่อว่า บทบาทของรัฐบาล โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป จะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วย โดยบทบาทของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนไทย เช่น การยกเลิกนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 การส่งเสริมการลงทุนกิจการประกอบยานยนต์และชิ้นส่วน โดยแบ่งตามเขตอุตสาหกรรมที่โรงงานตั้งอยู่ การพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างภาษีศุลกากรอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มาตรการสนับสนุน ผู้ประกอบการระดับ SME ตลอดจนมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งนโยบายเหล่านี้ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมมาก อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ พบว่า นโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมานั้น แม้ว่าจะพยายามช่วยเหลือ และสนับสนุนอุตสาหกรรมดังกล่าว แต่นโยบายดังกล่าวยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร ประกอบกับยังไม่มีความต่อเนื่อง และชัดเจนเพียงพอที่จะยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้

ส่วนด้านโอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น นโยบายการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ของรัฐบาล ช่วยสร้างโอกาสและความมั่นใจให้แก่ผู้ลงทุนจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งก่อให้เกิดการลงทุนทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ และการกำหนดให้ยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ยานยนต์ของประเทศที่มุ่งส่งเสริมให้ “ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ โดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่ง” อันจะส่งผลให้เกิดโครงการเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดใหญ่ และต่อเนื่องหลายปี (พ.ศ. 2549 - 2553) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นโอกาสที่ดีที่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยจะสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้ และวิกฤติการณ์ราคาน้ำมันในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อตลาดยานยนต์ในประเทศ ทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ส่งผลให้ยอดจำหน่ายยานยนต์ชะลอตัวลง

จากการวิเคราะห์การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยตามองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านของ Diamond ข้างต้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 5.3 ดังนี้

แผนภาพที่ 5.3 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model)



ที่มา : จากการสำรวจข้อมูลระหว่าง เดือนสิงหาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2549

5.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยนั้น จะพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 4 ประเภท ได้แก่ ยางนอกรถจักรยานยนต์ ยางในรถจักรยานยนต์ อานรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนประเภทอื่นๆ ของรถจักรยานยนต์ ไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย อีก 4 ประเทศในแต่ละตลาดส่งออก โดยเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออก ส่วนแบ่งตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ทั้ง 4 ประเภทของไทย กับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยดังกล่าว ซึ่งส่วนแบ่งตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ โดยค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่ได้จะนำไปเปรียบกับค่าเฉลี่ยของโลกที่มีค่าเท่ากับ 1 เสมอ ดังนั้น ถ้าค่า RCA ของประเทศใดมากกว่า 1 แสดงว่า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น และถ้าค่า RCA ของประเทศใดน้อยกว่า 1 แสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น

5.2.1 ประเภทยางนอกรถจักรยานยนต์

ยางนอกรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีความชำนาญในการผลิตค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น เนื่องจากมีแหล่งวัตถุในปริมาณ และมีราคาถูกกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับตลาดส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศส ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 39.64 ของการส่งสินค้านี้ออกไปยังตลาดโลก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.2 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ (HS 401140) ในตลาดญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศสระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ตลาดญี่ปุ่น					
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	5.0977	7.7331	5.3804	4.3369	7.6998
ไต้หวัน	6.3213	6.5563	7.4244	6.4006	6.8346
เยอรมนี	5.6205	4.4165	4.0045	7.4088	5.4157
สเปน	96.0363	88.1306	93.2232	45.8429	47.5698
จีน	0.0549	0.0777	0.3002	0.4256	0.3858
ตลาดมาเลเซีย					
ไทย	13.7448	27.1647	25.8931	18.4904	19.8430
เวียดนาม	N/A	0.3359	1.0959	13.9398	2.9158
ญี่ปุ่น	3.6212	1.6236	0.8760	0.6020	0.7873
จีน	7.8674	3.8935	3.7283	3.9063	3.0850
เยอรมนี	5.0877	3.6383	1.5257	0.7489	0.7627
ตลาดฝรั่งเศส					
สเปน	2.2355	1.3792	1.6336	1.2947	1.1288
เนเธอร์แลนด์	0.0635	0.0490	0.1378	0.1745	0.3048
ไทย	12.8845	12.1310	12.9042	13.1006	20.4591
บราซิล	4.1463	6.8748	6.4992	5.4389	3.9636
ไต้หวัน	3.6868	5.5307	5.0368	4.9780	5.9722

หมายเหตุ : N/A คือ ไม่มีการส่งออก

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกยางนอกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าในปี พ.ศ. 2548 ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA > 1) ได้แก่ ไทย ไต้หวัน เยอรมนี และสเปน โดยมีค่า RCA เท่ากับ 7.6998, 6.8346, 5.4157 และ 47.5698 ตามลำดับ ส่วนประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA < 1) ได้แก่ จีน มีค่า RCA เท่ากับ 0.3853 (ตารางที่ 5.2) ส่วนในตลาดมาเลเซียพบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA > 1) ได้แก่ ไทย เวียดนาม และจีน มีค่า RCA เท่ากับ 19.8430, 2.9158 และ 3.0850 ตามลำดับ และประเทศที่ไม่มีความ

ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA < 1) ได้แก่ ญี่ปุ่น และเยอรมนีมีค่าเท่ากับ 0.7873 และ 0.7627 ด้านตลาดฝรั่งเศสพบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA > 1) ได้แก่ สเปน ไทย บราซิล และไต้หวัน มีค่าเท่ากับ 1.1288, 20.4591, 3.9630 และ 5.9722 ตามลำดับในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่า RCA < 1) ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ มีค่าเท่ากับ 0.3048

จากค่า RCA ดังกล่าวพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ทั้ง 3 ตลาด โดยเฉพาะในตลาดมาเลเซียและฝรั่งเศสที่มีค่า RCA สูงกว่าประเทศคู่แข่ง และค่า RCA ดังกล่าวของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้ง 3 ตลาด อย่างไรก็ตามเยอรมนี ไต้หวัน และจีน ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย มีค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นอย่างชะลอตัวเช่นกัน ดังนั้นหากไทยต้องการรักษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ได้ ควรมีการพัฒนา และวิจัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อลดต้นทุนและยกระดับความสามารถในการแข่งขันในสินค้าชนิดนี้

5.2.2 ประเภทยางในรถจักรยานยนต์

ยางในรถจักรยานยนต์มีตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย คือ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากค่า RCA ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของผู้ส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าในปี พ.ศ. 2548 ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ในการผลิตยางในรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ไทย ไต้หวัน เวียดนาม และบราซิล โดยมีค่า RCA เท่ากับ 23.0297, 10.3903, 5.9388 และ 4.0339 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA < 1) ในการผลิตสินค้านี้ ได้แก่ มีค่า RCA เท่ากับ 0.3208 และในตลาดมาเลเซียพบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ได้แก่ ไทย จีน และเวียดนาม มีค่าเท่ากับ 16.5032, 5.6516 และ 6.0192 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA < 1) ได้แก่ ไต้หวัน และเกาหลีใต้ มีค่าเท่ากับ 0.0474 และ 0.8239 ตามลำดับ ด้านตลาดสหรัฐเมริกา พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ได้แก่ ไทย และ ฮังการี มีค่าเท่ากับ 1.2510 และ 14.4066 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA < 1) ได้แก่ แคนาดา อิตาลี และเยอรมนี มีค่าเท่ากับ 0.1413, 0.2427 และ 0.1202 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.3) จากค่า

RCA แสดงให้เห็นว่า ไทยมีค่า RCA ที่สูงกว่าคู่แข่งทั้ง 3 ตลาด ยกเว้นตลาดสหรัฐอเมริกาที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าฮังการี ถึงแม้ว่าไทยจะมีค่า RCA ที่สูงกว่าประเทศอื่น แต่ค่า RCA ในตลาดญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้มที่ลดลง และประเทศคู่แข่งใน 2 ตลาดนี้มีการพัฒนาเทคโนโลยีและวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถรักษาระดับค่า RCA ให้คงที่ หรือเพิ่มขึ้น ควรมีการพัฒนาความสามารถในการผลิต และพัฒนาด้านแรงงานให้มีความชำนาญ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางในรถจักรยานยนต์ของไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกยางในรถจักรยานยนต์ (HS 401390) ในตลาดประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ตลาดญี่ปุ่น					
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	15.4289	4.1141	4.4925	24.5363	23.0297
ไต้หวัน	8.8753	6.5319	9.6042	9.6784	10.3903
จีน	0.3439	0.1660	0.1420	0.1531	0.3208
เวียดนาม	2.9613	1.9468	2.3791	5.5087	5.9388
บราซิล	2.8597	3.8268	6.7348	6.7847	4.0339
ตลาดมาเลเซีย					
ไทย	1.3687	8.8075	13.5939	11.0621	16.5032
จีน	0.5499	2.1736	3.8210	9.9291	5.6516
เวียดนาม	2.5024	3.2042	6.0624	8.1484	6.0192
ไต้หวัน	0.0548	0.3734	0.6649	0.3450	0.0474
เกาหลีใต้	21.0483	15.3891	7.2790	6.5295	0.8239
ตลาดสหรัฐอเมริกา					
แคนาดา	0.4603	0.5130	0.4030	0.3828	0.1413
อิตาลี	1.8176	0.7005	0.8002	3.1225	0.2427
ไทย	0.8906	1.5987	1.2223	1.5423	1.2510
ฮังการี	34.7233	32.3138	30.5710	15.8947	14.4066
เยอรมนี	0.1279	0.2686	0.3616	0.1224	0.1202

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2.3 ประเภทอานรถจักรยานยนต์

อานรถจักรยานยนต์มีตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหราชอาณาจักร อิตาลี และสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากค่า RCA ดังนี้

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของผู้ส่งออกอานรถรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดสหราชอาณาจักร พบว่าในปี พ.ศ. 2548 ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ในการผลิตอานรถจักรยานยนต์ ได้แก่ อิตาลี และเนเธอร์แลนด์ มีค่า RCA เท่ากับ 10.4846 และ 2.33 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA < 1) ในการผลิตสินค้านี้ ได้แก่ ไทย สหรัฐอเมริกา และ เยอรมนี มีค่า RCA เท่ากับ 0.124, 0.5847 และ 0.4083 ตามลำดับ ด้านตลาดอิตาลี ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ในการผลิตอานรถจักรยานยนต์ ได้แก่ เบลเยี่ยม จีน ไทย และสาธารณรัฐเชก มีค่า RCA เท่ากับ 4.1124, 1.6207, 15.0537 และ 24.8395 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.4)

ในขณะที่เยอรมนีมีค่า RCA เท่ากับ 0.2934 ซึ่งไม่มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้านี้ และความได้เปรียบในการผลิตในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ได้แก่ จีน ฟิลิปปินส์ และอิตาลี มีค่า RCA เท่ากับ 1.5732, 11.1762 และ 3.8871 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA < 1) ได้แก่ ไทย และไต้หวัน มีค่าเท่ากับ 0.5781 และ 0.4063 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยทั้ง 3 ตลาดแล้ว พบว่า ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตอานรถจักรยานยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาเลย ในขณะที่มีค่า RCA ของไทยค่อนข้างสูงในตลาดอิตาลี อย่างไรก็ตามค่า RCA ในตลาดอิตาลีก็มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างช้าๆ และประเทศคู่แข่งในตลาดทั้ง 3 นั้นเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องให้ความสำคัญและพัฒนาในเรื่องนี้ด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกอานรถรถจักรยานยนต์ (HS 871411) ในตลาดสหราชอาณาจักร อิตาลี และสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ตลาดสหราชอาณาจักร					
ประเทศ	**2544**	**2545**	**2546**	**2547**	**2548**
อิตาลี	29.0336	7.8504	4.2958	11.8372	10.4846
เนเธอร์แลนด์	0.9246	0.7826	0.9522	1.6539	2.3267
ไทย	0.0111	N/A	N/A	0.5604	0.1224
สหรัฐอเมริกา	0.5374	1.1743	0.9370	0.9688	0.5847
เยอรมนี	0.6037	0.3032	0.2230	0.2480	0.4083
ตลาดอิตาลี					
เบลเยี่ยม	1.9576	2.1537	3.4015	3.6427	4.1124
จีน	N/A	0.0046	N/A	1.2762	1.6207
ไทย	N/A	43.5526	22.1435	22.6828	15.0537
เยอรมนี	0.9006	0.2065	0.2476	0.3047	0.2934
สาธารณรัฐเชก	43.8859	13.7339	21.3476	17.7257	24.8395
ตลาดสหรัฐอเมริกา					
จีน	0.3144	0.2729	0.1373	0.9109	1.5732
ฟิลิปปินส์	8.5440	16.6378	15.2403	7.8125	11.1762
ไทย	0.5735	0.3492	0.8558	0.3937	0.5781
อิตาลี	8.4725	5.0042	17.6192	3.7019	3.8871
ไต้หวัน	0.1303	0.2005	0.2929	0.5380	0.4063

หมายเหตุ : N/A คือ ไม่มีการส่งออก

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2.4 ประเภทชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ

ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆของไทยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย โดยพิจารณาจากค่า RCA ของผู้ส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ไปยังตลาดอินโดนีเซีย พบว่าในปี พ.ศ. 2548 ประเทศคู่แข่งขันในตลาดนี้ทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ในการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ได้แก่

ญี่ปุ่น ไทย จีน มาเลเซีย และไต้หวัน มีค่า RCA เท่ากับ 2.1096, 6.0215, 2.3612, 1.1824 และ 2.4259 และในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่า ทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA > 1) ในการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ เช่นกัน โดยไทยมีค่า RCA มากที่สุด รองลงมาคือ อินโดนีเซีย จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น มีค่า RCA เท่ากับ 4.1817, 2.5019, 1.2052 และ 1.1858 ตามลำดับ ส่วนตลาดมาเลเซีย พบว่า เกือบทุกประเทศ ยกเว้นญี่ปุ่นที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านี้เลย โดยไทยมีค่า RCA มากที่สุด เท่ากับ 6.1415 จากค่า RCA ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ มากที่สุดใน 3 ตลาด ซึ่งค่า RCA ของไทยในตลาดอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ RCA ของไทยในตลาดมาเลเซียมีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับ ดังนั้นไม่เพียงแต่ไทยจะต้องเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้า เพื่อยกระดับความได้เปรียบโดยเปรียบในการผลิตสินค้าในตลาดมาเลเซียเท่านั้น แต่ยังต้องรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวในตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ด้วย (ตารางที่ 5.5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.5 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศผู้ส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ (HS 871419) ไปประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ตลาดอินโดนีเซีย					
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548
ญี่ปุ่น	2.4572	2.6366	2.4701	1.7479	2.1096
ไทย	0.3863	1.6570	2.9240	4.1541	6.0215
จีน	1.0322	1.1906	1.6153	2.2372	2.3612
มาเลเซีย	0.1507	0.1448	0.2506	0.9202	1.1824
ไต้หวัน	0.6405	1.0855	1.2043	2.3163	2.4259
ตลาดฟิลิปปินส์					
ญี่ปุ่น	1.7688	3.3343	3.1930	1.9714	1.1858
ไทย	26.7558	37.7978	21.7398	22.1997	22.2316
อินโดนีเซีย	4.8712	3.8403	12.3084	5.4104	4.1817
ไต้หวัน	4.0583	5.1008	3.6862	1.5419	1.2052
จีน	7.9527	9.6573	6.4472	3.6562	2.5019
ตลาดมาเลเซีย					
ไทย	2.8931	6.0149	9.5692	6.8635	6.1415
ญี่ปุ่น	2.2870	2.2701	1.8983	1.7678	0.8583
เวียดนาม	0.1809	0.4381	8.1093	9.8920	5.1386
จีน	3.0603	4.5427	12.4609	3.7188	2.9186
อินโดนีเซีย	3.1192	9.8701	5.5854	5.0551	3.8863

ที่มา : จากการคำนวณ

จากผลการศึกษาค่า RCA ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ทำการศึกษา คือ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย และเป็นตลาดที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตด้วย (RCA > 1) และจากการศึกษา พบว่า ญี่ปุ่น และมาเลเซียยังเป็นประเทศที่มี FDI ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น นั่นแสดงว่ามูลค่าการส่งออกในตลาดส่งออกที่สำคัญเหล่านี้ เป็นกลไกที่ตอบสนองการผลิตในเครือข่ายการผลิตของประเทศนั้นเป็นหลัก

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆทั่วโลก โดยใช้ดัชนีหลายตัวประกอบกัน เช่น ดัชนีด้านเศรษฐกิจมหภาค ดัชนีคุณภาพของหน่วยงานของรัฐ ดัชนีความสามารถทางเทคโนโลยี และดัชนีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ดัชนีทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ดัชนีด้านสุขภาพอนามัยและการศึกษาขั้นต้นและขั้นสูง ดัชนีประสิทธิภาพการทำงานของตลาด เป็นต้น ผลการศึกษาพบว่า ไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 125 ประเทศในปี พ.ศ. 2549 (The Global Competitiveness Report, 2006) ยังตามหลังสิงคโปร์ (อันดับที่ 5) และมาเลเซีย (อันดับที่ 26) แต่สูงกว่าจีน (อันดับที่ 54) และอินเดีย (อันดับที่ 43) สาเหตุที่ไทยถูกจัดไว้ต่ำกว่าเพื่อนบ้านของเราทั้ง 2 ประเทศ คือ ขาดการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยี และการไม่สนใจอย่างจริงจังในการสร้างนวัตกรรม ปัญหาด้านการคอรัปชั่น และการขาดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นต้น ในขณะที่จีนและอินเดีย ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งในตลาดชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย โดยจีนนั้นถึงแม้จะอยู่ในอันดับที่ต่ำกว่าไทยแต่จีนมีความได้เปรียบไทยในด้านเศรษฐกิจมหภาค และสุขอนามัยและการศึกษาขั้นต้นของประชากร ส่วนอินเดียนั้นมีความได้เปรียบด้านประสิทธิภาพการทำงานของตลาด และไต้หวันซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งอีกประเทศหนึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 โดยมีความได้เปรียบมากกว่าไทยทุกด้าน และเวียดนามถึงแม้ว่าจะอยู่ในอันดับที่ 77 แต่ก็มีความได้เปรียบไทยในด้านสุขอนามัยและการศึกษาขั้นต้นของประชากร จากการจัดความสามารถในการแข่งขันของ The Global Competitiveness Report แสดงให้เห็นว่าไทยยังมีจุดบกพร่องในหลายด้านที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างยิ่ง เพราะประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยอย่างเช่นจีนนั้น มีการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดังเช่นปัจจุบัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.6 การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน ปี พ.ศ. 2548

รายการ	อันดับความสามารถในการแข่งขัน						
	สิงคโปร์	ญี่ปุ่น	ไต้หวัน	มาเลเซีย	ไทย	อินเดีย	จีน
ภาพรวมของประเทศ	5	7	13	26	35	43	54
สถาบัน	4	22	32	18	40	34	80
โครงสร้างพื้นฐาน	6	7	16	23	38	62	60
เศรษฐกิจมหภาค	8	91	27	31	28	88	6
สุขอนามัย และการศึกษา	20	1	25	42	84	93	55
การศึกษาขั้นสูงและการอบรม	10	15	7	32	42	49	77
ประสิทธิภาพตลาด	4	10	22	9	31	21	56
การเรียนรู้ทางเทคโนโลยี	2	19	14	28	48	55	75
ความสามารถทางธุรกิจ	23	2	15	20	40	25	65
นวัตกรรม	9	1	8	21	33	26	46

ที่มา: The Global Competitiveness Report, 2006

5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวามสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ยางนอก ยางใน และชิ้นส่วนประเภทอื่นๆ ของรถจักรยานยนต์ได้ทำการศึกษาในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของยางนอก และยางในรถจักรยานยนต์ของไทย คือ ญี่ปุ่น และตลาดส่งออกที่สำคัญของชิ้นส่วนประเภทอื่นๆ ของรถจักรยานยนต์ของไทย คือ อินโดนีเซีย ในเบื้องต้นได้มีการคาดการณ์ตัวแปรที่น่าจะมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าดังกล่าว ตามแบบจำลองทางเศรษฐมิติในสมการที่ 1.1 ดังนี้

<u>สมการที่ 1.1</u>

$$\log (SH^{j}_{t,i}) = \beta_0 + \beta_1 \log (GDPCAP^{j}) + \beta_2 \log (WAGE_t) + \beta_3 \log (ER_t^{฿/j}) + \beta_4 \log (SH^{j}_{t-1,i}) + \beta_5 D_{1t} + \beta_6 D_{2t} + \beta_7 D_{3t} + U_t$$

จากสมการที่ 1.1 ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งของแต่ละสินค้า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวามสามารถในการแข่งขันของยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทย

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยนั้น ในเบื้องต้นได้มีนำตัวแปรที่คาดการณ์ ดังสมการที่ 1.1 มาวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ แต่จากผลการศึกษาสมการที่ 1.1 พบว่าตัวแปรหลายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) ตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึงนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศของรัฐบาล (D_{1t}) และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ (D_{2t}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ ในขณะที่ R^2 ของสมการที่ 1.1 มีค่าสูง จากการทดสอบพบว่า ตัวแปรในสมการมีปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) จึงแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการตัดตัวแปรอิสระที่มีปัญหาออกไป ได้ผลดังสมการ 1.2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>สมการที่ 1.2</u>

$$\log (SH_{j,t}^{\ i}) = -27.654 + 1.719 \log (GDPCAP^{\ j}) - 2.866 \log (WAGE_{\ t})^{**}$$
$$(-0.843) \qquad (1.719) \qquad (-3.811)$$
$$+ 1.096 \log (ER_{\ t}^{\ ฿/j}) + 0.501 \log (SH^{\ j}_{\ t-1,i})^{*} - 0.063\ D_{2t} - 0.558\ D_{3t}^{*}$$
$$(1.543) \qquad (2.616) \qquad (-0.412) \qquad (-2.743)$$
$$+ U_t$$

$R^2 = 87.61\ \%$ Adjusted $R^2 = 80.18\%$

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ค่าสถิติ t (t-statistics)

** = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

* = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากสมการที่ 1.2 พบว่าปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ยางนอกรถจักรยานยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับที่ทำการทดสอบ คือ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย ($WAGE_t$) ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของยางนอกรถจักรยานยนต์ในเวลา t-1 ($SH^{\ j}_{\ t-1,i}$) และตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึง ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย (D_{3t}) ซึ่งสมการที่ 1.2 สามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดของยางนอกรถจักรยานยนต์ร้อยละ 87.61 ($R^2 = 87.61\ \%$ และ Adjusted $R^2 = 80.18\%$) อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ โดยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทย เช่นเดียวกับตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยเช่นเดียวกัน ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของยางนอกรถจักรยานยนต์ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์

5.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวามสามารถในการแข่งขันของยางในรถจักรยานยนต์ของไทย

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันยางในรถจักรยานยนต์ของไทยนั้นในเบื้องต้นได้นำตัวแปรตามที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันดังกล่าว

ของไทย โดยใช้ตัวแปรส่วนแบ่งตลาดยางในรถจักรยานยนต์แทนตัวแปรระดับความสามารถในการแข่งขัน ดังสมการที่ 1.1 จากผลการวิเคราะห์ พบว่าตัวแปรหลายตัวไม่มีระดับนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) และตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึงการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศผ่าน BOI ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ (D_{2t}) ในขณะที่ R^2 มีค่าสูง จากการทดสอบพบว่า ตัวแปรในสมการมีปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) จึงแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการตัดตัวแปรอิสระที่มีปัญหาออกไป ได้ผลดังสมการที่ 1.3

<u>สมการที่ 1.3</u>

$$\log (SH^{j}_{t-1,i}) = -563.857 + 35.186 \log (GDPCAP^{j})^{**} - 15.321 \log (WAGE_t)^{**}$$
$$(-2.453) \qquad (2.318) \qquad (-2.241)$$
$$+ 10.871 \log (ER^{฿/j})^{*} - 0.141 \log (SH^{j}_{t-1,i}) - 0.005\, D_{2t} + 1.642\, D_{3t}$$
$$(2.057) \qquad (-0.425) \qquad (-0.006) \qquad (1.262)$$
$$+ U_t$$

$$R^2 = 81.1\ \% \qquad \text{Adjusted } R^2 = 69.76\%$$

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ค่าสถิติ t (t-statistics)

** = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

* = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 90%

จากสมการที่ 1.3 สามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอานรถจักรยานยนต์ไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) สามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดได้ร้อยละ 81.1 (R^2 = 81.1 % และ Adjusted R^2 = 69.76%) อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ นอกจากนี้สัมประสิทธิ์ของตัวแปรดังกล่าวยังสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) ส่งผลในทิศทางเดียวกับ

ส่วนแบ่งตลาดอานรถจักรยานยนต์ของไทย ในขณะที่ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดอานรถจักรยานยนต์

5.3.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของไทย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ของไทยนั้น ในเบื้องต้นได้นำตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลต่อตัวแปรตามดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ แต่ผลปรากฏว่าตัวแปรเกือบทุกตัว ยกเว้นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) แสดงถึง นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศของรัฐบาล ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ทำการทดสอบ ในขณะที่ค่า R^2 มีค่าสูง และเมื่อพิจารณา พบว่า ตัวแปรในสมการมีปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) จึงแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการตัดตัวแปรอิสระที่มีปัญหาออกไป ได้ผลดังสมการที่ 1.4

<u>สมการที่ 1.4</u>

$$\log (SH^{j}_{t-1,i}) = \underset{(-3.111)}{- 64.155} + \underset{(4.524)}{5.085} \log (GDPCAP^{j})^{***} - \underset{(-4.382)}{7.841} \log (WAGE_t)^{***}$$

$$+ \underset{(2.096)}{2.057} \log (ER^{฿/j})^{*} - \underset{(-3.715)}{1.245} D_{1t}^{*} - \underset{(-0.863)}{0.170} D_{2t} - \underset{(2.294)}{0.903} D_{3t}^{**} + U_t$$

$R^2 = 97.60\ \%$ Adjusted $R^2 = 96\%$

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ค่าสถิติ t (t-statistics)

*** = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

** = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

* = มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 90%

จากสมการที่ 1.4 สามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อื่นๆ ของไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) มี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) ตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนของไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดของไทย โดยสามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดได้ ร้อยละ 97.60 (R^2 = 97.60 % และ Adjusted R^2 = 96%) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ ถึงแม้ว่าตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของไทย มีระดับนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ แต่เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่คาดไว้ อาจเนื่องมาจากเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ อุปสงค์ของรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น แทนอุปสงค์ของยานพาหนะประเภทอื่นที่มีราคาสูงกว่า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุป และข้อเสนอแนะ

บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้สามารถสรุปนโยบายหลักที่มีการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรม ได้แก่ นโยบายการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสูง นโยบายการบังคับและการกำหนดใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ นโยบายการห้ามและการควบคุมการนำเข้า นโยบายการห้ามโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใหม่ และนโยบายการให้การส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น แม้ว่านโยบายการปกป้องอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนไทยของรัฐบาลดังกล่าว มีส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์สามารถประกอบ และผลิตชิ้นส่วน จากเพียงจำหน่ายในประเทศ จนกระทั่งส่งออกไปต่างประเทศได้ แต่ยังส่งผลทางด้านลบต่อความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของอุตสาหกรรมอย่างมาก และเมื่อรัฐบาลมีนโยบายในการเปิดการค้าเสรี และมีการยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2543 ส่งผลให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนสามารถใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตได้จากทั้งภายในและภายนอกประเทศ หรือนโยบาย Global Sourcing เพื่อ แสวงหาชิ้นส่วนที่มีราคาถูก และมีคุณภาพมากที่สุด เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศเริ่มประสบปัญหากับการแข่งกับชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์นำเข้าที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์มีการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศมากขึ้น และลดการสั่งซื้อชิ้นส่วนในประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่สำคัญต่อผู้ผลิตที่เป็นคนไทยอย่างมาก เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านเทคโนโลยี และการทำวิจัยและพัฒนาเองได้ ดังนั้น ผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่จำเป็นต้องถูกควบรวมกิจการ หรือลดตนเองลงเป็นผู้ผลิตในลำดับรองลงไป หรือต้องร่วมทุนกับผู้ผลิตต่างชาติในที่สุด

การร่วมทุนกันระหว่างผู้ผลิตไทยกับต่างชาติ ทำให้ผู้ผลิตไทยได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต ตลอดจนการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของตนเองกับต่างประเทศได้ จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้แนวโน้มความร่วมมือและการช่วยเหลือระหว่างผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็นการพัฒนาไปตาม Supply Chain มากยิ่งขึ้น

6.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยนั้น แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) การวัดระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในหลายด้านที่เอื้อต่อการแข่งขันของอุตสาหกรรม และเป็นแรงสนับสนุนที่ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยสามารถพัฒนาได้ในปัจจุบัน เช่น มีโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพ มีผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ที่แข็งแกร่ง การยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วน การส่งเสริมการลงทุนกิจการประกอบยานยนต์และชิ้นส่วน โดยแบ่งตามเขตอุตสาหกรรมที่โรงงานตั้งอยู่ การพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างภาษีศุลกากรอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มาตรการสนับสนุน ผู้ประกอบการระดับ SME ตลอดจนมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์อื่นๆ ของรัฐบาล ที่เกี่ยวข้องประกอบกับโอกาสทางธุรกิจจากนโยบายการค้าเสรี (FTA) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จุดแข็งของความสามารถในการแข่งขันนี้ยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยได้ในอนาคต เนื่องจากยังมีจุดอ่อนหลายด้านที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เช่น ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ขาดการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ ผู้ผลิตชิ้นส่วนจำนวนมากขาดมาตรฐานและประสิทธิภาพในการผลิต อีกทั้งองค์กรและสถาบันต่าง ก็ยังมีบทบาทที่จำกัดมาก การกำหนดนโยบายในการสนับสนุนของรัฐไม่เป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง ประกอบกับภาวะวิกฤตราคาน้ำมันดังเช่นปัจจุบัน เป็นต้น ซึ่งจุดอ่อนเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

ผลการศึกษาการวัดระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญแยก

ตามผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 6.1) ได้แก่ ยางนอกรถจักรยานยนต์แม้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ทั้ง 3 ตลาด โดยเฉพาะในตลาดมาเลเซียและฝรั่งเศสที่มีค่า RCA สูงกว่าประเทศคู่แข่ง และค่า RCA ดังกล่าวของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้ง 3 ตลาด อย่างไรก็ตามเยอรมนี ไต้หวัน และจีน ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย มีค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นอย่างชะลอตัวเช่นกัน และประเทศเหล่านี้มีการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา ประกอบกับการสนับสนุนของรัฐบาลในประเทศเหล่านี้ ดังนั้นหากไทยต้องการรักษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ได้ ควรมีการพัฒนา และวิจัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อลดต้นทุนและยกระดับความสามารถในการแข่งขันในสินค้าชนิดนี้

ยางในรถจักรยานยนต์ไทยมีค่า RCA ที่สูงกว่าคู่แข่งทั้ง 3 ตลาด ยกเว้นตลาดสหรัฐอเมริกาที่ไทยมีค่า RCA น้อยกว่าฮังการี ถึงแม้ว่าไทยจะมีค่า RCA ที่สูงกว่าประเทศอื่น แต่ค่า RCA ในตลาดญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้มที่ลดลง และประเทศคู่แข่งใน 2 ตลาดนี้มีการพัฒนาเทคโนโลยีและวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถรักษาระดับค่า RCA ให้คงที่ หรือเพิ่มขึ้น ควรมีการพัฒนาความสามารถในการผลิต และพัฒนาด้านแรงงานให้มีความชำนาญ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางในรถจักรยานยนต์ของไทย

อานรถจักรยานยนต์ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตอานรถจักรยานยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาเลย ในขณะที่มีค่า RCA ของไทยค่อนข้างสูงในตลาดอิตาลี อย่างไรก็ตามค่า RCA ในตลาดอิตาลีก็มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างช้าๆ และประเทศคู่แข่งในตลาดทั้ง 3 นั้นเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องให้ความสำคัญและพัฒนาในเรื่องนี้ด้วย

ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ พบว่า ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ มากที่สุดใน 3 ตลาด ซึ่งค่า RCA ของไทยในตลาดอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ RCA ของไทยในตลาดมาเลเซียมีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับ ดังนั้นไม่เพียงแต่ไทยจะต้องเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าเพื่อยกระดับความได้เปรียบโดยเปรียบในการผลิตสินค้าในตลาดมาเลเซียเท่านั้น แต่ยังต้องรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวในตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ด้วย

ตารางที่ 6.1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญแยกรายสินค้า ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2548

ยางนอกรถจักรยานยนต์					
ตลาดส่งออก	**2544**	**2545**	**2546**	**2547**	**2548**
ญี่ปุ่น	5.0977	7.7331	5.3804	4.3369	7.6998
มาเลเซีย	13.7448	27.1647	25.8931	18.4904	19.843
ฝรั่งเศส	12.8845	12.131	12.9042	13.1006	20.4591
ยางในรถจักรยานยนต์					
ญี่ปุ่น	15.4289	4.1141	4.4925	24.5363	23.0297
มาเลเซีย	1.3687	8.8075	13.5939	11.0621	16.5032
สหรัฐอเมริกา	0.8906	1.5987	1.2223	1.5423	1.251
อานรถจักรยานยนต์					
สหราชอาณาจักร	0.0111	N/A	N/A	0.5604	0.1224
อิตาลี	N/A	43.5526	22.1435	22.6828	15.0537
สหรัฐอเมริกา	0.5735	0.3492	0.8558	0.3937	0.5781
ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ					
อินโดนีเซีย	0.3863	1.657	2.924	4.1541	6.0215
ฟิลิปปินส์	26.7558	37.7978	21.7398	22.1997	22.2316
มาเลเซีย	2.8931	6.0149	9.5692	6.8635	6.1415

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีมูลค่าการส่งออก

ที่มา : จากตารางที่ 5.2-5.5

จากผลการศึกษาค่า RCA ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ทำการศึกษา คือ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย และเป็นตลาดที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตด้วย (RCA > 1) และจากการศึกษา พบว่า ญี่ปุ่น และมาเลเซียยังเป็นประเทศที่มี FDI ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น นั่นแสดงว่ามูลค่าการส่งออกในตลาดส่งออกที่สำคัญเหล่านี้ เป็นกลไกที่ตอบสนองการผลิตในเครือข่ายการผลิตของประเทศนั้นเป็นหลัก ซึ่งคือการใช้เครือข่ายการผลิต

ของผู้ผลิตญี่ปุ่น โดยเลือกยุทธศาสตร์ของ Supply Chain เป็นหลักในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งผู้ผลิตญี่ปุ่นจะเข้าไปลงทุนทำการผลิตในประเทศเหล่านี้ และถ้าผู้ผลิตในประเทศมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ผลิตต่างชาติ มีความสามารถในการผลิตการลดต้นทุน และระบบ QCDEM ดังกล่าวแล้ว ก็จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้น ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในเครือข่ายการผลิตด้วย และจะช่วยให้ประเทศนั้นมีความสามารถในการส่งออกสินค้าที่สูงขึ้น นอกจากนั้นยังเกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีต่างๆ แก่ผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันแยกตามผลิตภัณฑ์และตลาดส่งออกที่สำคัญ ดังตารางที่ 6.2

ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ยางนอกรถจักรยานยนต์ คือ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของยางนอกรถจักรยานยนต์ ในเวลา t-1 ($SH^{i}_{j,t-1}$) และตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึง ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย (D_{3t}) ซึ่งตัวแปรในสมการสามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดของยางนอกรถจักรยานยนต์ร้อยละ 87.61 อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ โดยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทย เช่นเดียวกับตัวแปรหุ่น (DUMMY) ที่แสดงถึง ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์ของไทยเช่นเดียวกัน ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อนของยางนอกรถจักรยานยนต์ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาดยางนอกรถจักรยานยนต์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.2 การประมาณการณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

รายการ	ยางนอก		ยางใน		ชิ้นส่วนประเภทอื่น	
	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	-27.654	-0.843	-563.88	-2.453	-64.155	-3.111
GDPCAP	1.719	1.719	35.186	2.318	5.085	4.524
WAGE	-2.866	-3.811	-15.321	-2.241	-7.841	-4.382
ER	1.096	1.543	10.871	2.057	2.057	2.096
SHt-i	0.501	2.616	-0.141	-0.425	N/A	N/A
GOV(D1t)	N/A	N/A	N/A	N/A	-1.245	-3.715
FDI(D2t)	-0.063	-0.412	-0.005	-0.006	-0.17	-0.863
FI(D3t)	-0.558	-2.743	1.642	1.262	0.903	2.294
Adjusted R^2	80.18		69.76		96.00	

หมายเหตุ : N/A หมายถึง ตัวแปรที่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

ที่มา : ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอานรถจักรยานยนต์ไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) สามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดได้ร้อยละ (R^2 = 81.1% และ Adjusted R^2 = 69.76%) อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ นอกจากนี้สัมประสิทธิ์ของตัวแปรดังกล่าวยังสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) ส่งผลในทิศทางเดียวกับส่วนแบ่งตลาดอานรถจักรยานยนต์ของไทย ในขณะที่ค่าจ้างแรงงานแทนด้วยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดอานรถจักรยานยนต์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อื่นๆ ของไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก (GDPCAP) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก (ER) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย (WAGE) ตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนของไทยส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับส่วนแบ่งตลาดของไทย โดยสามารถอธิบายส่วนแบ่งตลาดได้ ร้อยละ 97.60 (R^2 = 97.60 % และ Adjusted R^2 = 96%) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ ถึงแม้ว่าตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของไทย มีระดับนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ทำการทดสอบ แต่เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่คาดไว้ อาจเนื่องมาจากเมื่อเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ อุปสงค์ของรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นแทนอุปสงค์ของยานพาหนะประเภทอื่นที่มีราคาสูงกว่า

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยพบว่า ปัจจัยสำคัญของทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์คือ ค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีค่าแรงงานที่ต่ำ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนทำการผลิตในประเทศไทย ส่งผลให้ไทยสามารถส่งออกสินค้าได้มากขึ้น และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามแรงงานไทยก็ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะ และความรู้ต่างๆ อยู่มากเช่นกัน

นอกจากปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันข้างต้นแล้ว ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยยังขึ้นอยู่กับความสามารถทางด้านเทคโนโลยี (Technical Capability) ซึ่งผู้ผลิตไทยยังขาดความสามารถในด้านนี้ เนื่องจากขาดเงินลงทุนประกอบกับขาดบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญในด้านวิศวกรรม จึงทำให้ความสามารถในด้านนี้ยังต้องอาศัยการพัฒนา และการถ่ายทอดจากต่างชาติอยู่มาก และอีกส่วนคือความสามารถในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบเครือข่ายการผลิต ประกอบด้วย ความสามารถในการออกแบบ การลดต้นทุนการผลิต และการจัดการสินค้าให้ได้คุณภาพ ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา ตลอดจนการรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตชิ้นส่วนไทย หรือ คลัสเตอร์ ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นแบบระบบเครือข่ายการผลิต เพราะในระยะสั้นทำให้ผู้ผลิตไทยพัฒนาตนเองให้สามารถเข้าถึงระบบเครือข่าย และสามารถยกระดับขั้นการผลิต (Tier) เป็นลำดับที่สูงกว่าได้ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการ

พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อย่างมาก คือ นโยบายของรัฐบาล โดยในด้านการกำหนดโครงการในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นยังมีจำนวนน้อยทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ ประกอบกับขาดความเป็นรูปธรรม และความต่อเนื่อง ส่งผลให้เป็นจุดอ่อนจุดหนึ่งต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของไทย

6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย

1. กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตไทยและต่างชาติ ในการพัฒนาความสามารถทางเทคนิค เนื่องจากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีชาวต่างชาติถือหุ้นเป็นส่วนใหญ่ และมีการลงทุนจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตไทยโดยกำหนดนโยบายให้ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทำการผลิตในประเทศไทยต้องให้ผู้ผลิตไทยมีส่วนร่วมในเครือข่ายการผลิตของตน เพื่อร่วมกันพัฒนาความสามารถในการผลิต ตลอดจนหาวิธีลดต้นทุนการผลิตระหว่างผู้ผลิตไทยและต่างชาติ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยได้

2. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผู้ผลิตไทย โดยการให้คำแนะนำแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนในการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตและการจัดการ พัฒนาความสามารถในการลดต้นทุนการผลิต พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็นแบบระบบเครือข่ายการผลิต เพราะในระยะสั้นทำให้ผู้ผลิตไทยพัฒนาตนเอง ให้สามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายดังกล่าวได้ และในระยะยาวผู้ผลิตจะสามารถยกระดับขั้นการผลิต (Tier) เป็นลำดับที่สูงกว่าได้

3. กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาบุคลากร เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานเนื่องจากมีค่าจ้างแรงงานที่ถูก อย่างไรก็ตามแรงงานส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ ความชำนาญในการผลิต โดยเฉพาะทางด้านวิศวกรรม ช่างเทคนิค และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนา ดังนั้นรัฐบาลควรเร่งพัฒนาทักษะ และฝีมือแรงงาน จัดอบรมหลักสูตรให้ตรงตามที่อุตสาหกรรมต้องการ เช่น ด้านวิศวกรรมยานยนต์ และด้านช่างเทคนิค เป็นต้น และควรเน้นในด้านการปฏิบัติให้มากขึ้นเพื่อที่จะสามารถยกระดับความสามารถของแรงงานให้ดีขึ้น

จากยุทธศาสตร์ 3 ข้อข้างต้นภาครัฐบาลควรตั้งสถาบันที่เกี่ยวกับชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ให้มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อการกำหนดนโยบายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันพร้อมทั้งมีความเป็นหนึ่งเดียวในการกำหนดนโยบายในแต่ละเรื่อง อันส่งผลให้เกิดความชัดเจนและต่อเนื่อง ตลอดจนการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของผู้ผลิตต่างชาติ นำมาซึ่งการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนในระยะยาว

6.3 ข้อจำกัดและแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีความจำกัดด้านข้อมูลจึงจำเป็นต้องใช้ตัวแปรใกล้เคียงแทนตัวแปรที่ต้องการ ประกอบกับจำนวนข้อมูลสถิติการค้าของแต่ประเทศที่มีจำกัด จึงต้องเลือกข้อมูลจากประเทศอื่นแทน ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงบ้าง ดังนั้นการศึกษาในอนาคตควรใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ให้มากขึ้น จะทำให้ผลการศึกษามีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น

2. จากการที่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์นั้นมีผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ทั่วถึง ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิให้มากขึ้น เพื่อให้เห็นถึงโครงสร้าง และปัญหาของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กตัญญู หิรัญสมบูรณ์. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. 1,500 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ท.), 2545.

เฉลิมพงษ์ คงเจริญ. การใช้โปรแกรม Eview ร่วมกับ Gujarati, Di basic Econometrics. 4th edition. 2003. เอกสารประกอบการสอนวิชา ศ.325. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ชยพล คติการ. ประธานกรรมการ คลัสเตอร์ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์. สัมภาษณ์, 26 กันยายน 2549.

นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณา. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทย: กรณีศึกษาเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋อง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ปภัศร ชัยวัฒน์. พฤติกรรมการแข่งขันของตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ประกายรัตน์ สุวรรณ. คู่มือการใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชั่น 12 สำหรับ Windows. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2548.

ประวิตร พานชูวงศ์. การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. ความสามารถในการแข่งขันของหัตถกรรมอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

พูลพร แสงบางปลา และสมชนก ภาสกรจรัส. โครงการจัดทำยุทธศาสตร์บริหารนโยบายการนำเข้าของไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยานยนต์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548. (อัดสำเนา)

รัชนี วีระวัฒนยิ่งยง. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

รัฐภูมิ พงศ์กรพฤฒิกุล. Manager Supplier Development Section สถาบันยานยนต์. สัมภาษณ์ , 13 ตุลาคม 2549.

วีรพล นิติชาคร. ศักยภาพของการพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศรีวงศ์ สุมิตร, สาลินี วรบัณฑูร. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ศุภชัย วงศ์ล้อมนิล. Assistant Division Chief Sale & Purchasing บริษัท สยามโกชิ มานูแฟคเชอริ่ง จำกัด. สัมภาษณ์, 13 ตุลาคม 2549.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. รถจักรยานยนต์ไทยตลาดส่งออกมีศักยภาพสูง. ผู้ส่งออก. 19 (มีนาคม 2549): 82-86.

ส่งเสริมอุตสาหกรรม, กรม. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการ "การให้คำปรึกษาแนะนำและพัฒนาบุคลากรเพื่อการพัฒนาเครือข่ายคลัสเตอร์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์". กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2548. (อัดสำเนา)

สถาบันยานยนต์. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2545-2549[ออนไลน์]. 2545. แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th[12 กรกฎาคม 2548]

สถาบันยานยนต์. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขายานยนต์และชิ้นส่วน) [ออนไลน์]. 2545. แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th[21 กันยายน 2548]

สถาบันยานยนต์. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขายานยนต์และชิ้นส่วน) [ออนไลน์]. 2548. แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th[1 ตุลาคม 2549]

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย[ออนไลน์]. 2545. แหล่งที่มา: http://www.nesdb.go.th[21 สิงหาคม 2548]

อรพรรณ อุษณาสุวรรณกุล. ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อัจฉรา จันทร์ฉาย และคนอื่นๆ. รายงานผลการวิจัย เรื่อง ศักยภาพและขีดความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

อัมพิกา ไกรฤทธิ์. วิศวกรรมคุณค่า: เทคนิคการลดต้นทุนอย่างมีระบบ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์. ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

อุตสาหกรรม, กระทรวง. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. ภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ไตรมาสที่ 4 ปี 2548[ออนไลน์]. 2548. แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th[21 มิถุนายน 2549]

อุตสาหกรรม, กระทรวง. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. ยานยนต์สาร. (สิงหาคม 2548): 5-8.

ภาษาอังกฤษ

Balassa, Bela. “Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage”. The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol.33, Manchester, 1965.

Damodar N, Gujarati. Basic Econometrics. Boston: McGraw-Hill, 2003.

Faculty of Economics, Chulalongkorn University. Thailand’s Motorcycle Industry-Thai Local Makers and parts Suppliers. Bangkok: Faculty of Economics Chulalongkorn University, 2005. (Mimeographed)

Industry, Ministry. Office of Industrial Economics. Automotive Industry in Thailand [Online]. 2006. Available from: http://www.oie.go.th[2006, September 10]

Kohei Mishima. The Supplier System of the Motorcycle Industry in Vietnam, Thailand and Indonesia. Master’s Thesis, Department of Economics and Management, Graduate School, Tohoku University, 2005.

Porter, Michael E. The Competitive Advantage of Nation. London: Mcmillion, 1990.

Somsupa Nopprach. Supplier Selection in the Thai Automotive Industry[online]. 2006. Available from: http://ideas.repec.org[2006, 22 November]

Trakul Chatdarong. Comparative Advantage in The Industrial Sector in Thailand: A Domestic Resource Cost Study. Master’s Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1975.

World Economic Forum. The competitiveness Indexes[Online]. 2006. Available from: http://www.weforum.org [2006, November 20]

Wuttipan Tawarangkoon. Comparative Advantage and Protection in Automobile Parts and Component Industry in Thailand. Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1984.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเพิ่มผลิตภาพโดยแนวคิดวิศวกรรมคุณค่า (Value Engineering)

ในโลกปัจจุบันที่เผชิญกับภาวการณ์แข่งขันในตลาดสูง รวมทั้งภาวะวิกฤตที่กดดันต่อสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ทำให้อุตสาหกรรมและภาคธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับความผันผวนไม่แน่นอนกับตลาด ถึงแม้ว่าโลกจะมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ถ้าหากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ก็ไม่อาจสร้างความต้องการซื้อสินค้า (Demand) รวมทั้งการแข่งขันทางด้านต้นทุนสินค้า ที่เป็นจุดสำคัญและก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Comparative Advantage)

ดังนั้น การยกศักยภาพเพื่อให้เกิดผลิตภาพ ที่สูงกว่าคู่แข่งขันในตลาด จะต้องทำการวิเคราะห์คุณค่าของสินค้า เพื่อปรับปรุงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เทียบกับต้นทุน เพื่อให้ได้คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับผู้ซื้อ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการใช้งาน โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ดังนั้น เป้าหมายของการวิเคราะห์คุณค่า จึงมุ่งอยู่ที่ผู้บริโภคและการลดต้นทุน โดยไม่กระทบต่อคุณภาพ

การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis) คือ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อการปรับเปลี่ยนการออกแบบของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดต้นทุนการผลิตหรือการให้บริการ ในขณะที่วิศวกรรมคุณค่า (Value Engineering) คือ การพัฒนาเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ โดยมีจุดเน้นในด้านการใช้งานให้ง่ายขึ้นและต้นทุนการผลิตลดลง โดยทั้ง 2 กรณีมีวัตถุประสงค์ในการออกแบบคุณค่าด้านหน้าที่การใช้งานของส่วนต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นการปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งไม่ทำให้คุณภาพความเชื่อมั่น และหน้าที่ความสามารถในการใช้งานของผลิตภัณฑ์เสีย ในขณะเดียวกันสามารถลดต้นทุนด้านวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตได้ โดยกลยุทธ์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงทั้งทางด้านการใช้งานและอื่นๆ วัสดุที่ใช้ราคาถูกและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เวลาที่ใช้ในการผลิตต้องต่ำโดยขจัดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นออกไป และเป็นการลดเวลาผลิตของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตโดยตรง

โดยทั่วไปแล้วคำว่าการการวิเคราะห์คุณค่า (VA) และวิศวกรรมคุณค่า (VE) มักใช้แทนกัน เนื่องจากว่าทั้งสองกรณีต่างมุ่งเน้นที่มูลค่าเพิ่ม โดยมุ่งเน้นที่ลักษณะชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์หรือขบวนการ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด แต่ในธุรกิจทั้ง

ภาคอุตสาหกรรมและบริการมักมีต้นทุนที่สูงขึ้นแต่ไม่ได้เพิ่มมูลค่าจึงทำให้เกิดความสูญเปล่าขึ้น ดังนั้น VA และ VE จึงมุ่งที่การเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าที่เพิ่มขึ้น กับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น เพื่อจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด และมีประสิทธิภาพในการใช้งานมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของวิศวกรรมคุณค่า (VE) คือ การลดต้นทุน มุ่งขจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสูญเปล่า โดยมุ่งเน้นหน้าที่การใช้งานที่แท้จริงในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น รวมทั้งการปรับปรุงในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องเปรียบเทียบกับต้นทุนที่เพิ่มเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ว่าคุ้มหรือไม่ และการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อหาวัสดุทดแทน ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่า แต่ราคาต่ำ

โดยทั่วไปการเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้าและบริการ สามารถทำได้ 3 ทางด้วยกันคือ ทางแรกเป็นการเพิ่มความสามารถในสินค้าหรือบริการให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยรักษาไม่ให้ต้นทุนสูงกว่าต้นทุนเดิม จึงส่งผลต่อการเกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้เกิดการจูงใจแก่ลูกค้าในการตัดสินใจ ทางที่สอง คือการตอบสนองหน้าที่การทำงานในราคาที่ถูกกว่า หมายถึงการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการแท้จริง แต่เสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า และทางสุดท้ายคือ การเพิ่มประโยชน์การใช้งานและการลดต้นทุน

<u>การประยุกต์แนวคิด VE เพื่อปรับปรุงสินค้า</u>

ได้มีการนำเทคนิค VE มาใช้ในการเพิ่มคุณค่าสินค้า เนื่องจากสินค้าจะมีวงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle) คือ

ช่วงที่ 1 ขั้นแนะนำสินค้า (Introduction) เป็นช่วงที่มีค่าใช้จ่ายในการแนะนำสูง จึงทำให้มีกำไรน้อย

ช่วงที่ 2 ช่วงการเจริญเติบโต (Growth) มียอดการจำหน่ายและกำไรสุทธิ เนื่องจากสินค้าเริ่มความนิยมในกลุ่มลูกค้าแต่ก็เริ่มมีคู่แข่งเข้ามาในตลาด

ช่วงที่ 3 ช่วงกำไรสูงสุด (Maturity)

ช่วงที่ 4 ช่วงอิ่มตัว (Saturation) มียอดขายสูงสุด แต่กำไรจากการขายสินค้าเริ่มลดลง เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้

ช่วงที่ 5 ช่วงของการถดถอย (Decline) ความต้องการสินค้าลดลงเรื่อยๆ ทำให้ยอดจำหน่ายและกำไรลดลง

เราสามารถนำ VE มาใช้ในช่วงการออกแบบเพื่อให้ได้คุณค่าการใช้งานของสินค้า และสามารถนำมาใช้ในช่วงที่สินค้าอิ่มตัว เป็นช่วงที่ผู้ผลิตจะต้องทำการปรับปรุงสินค้า เนื่องจากยอดขายเริ่มตก และมีคู่แข่งขันในตลาดมากจึงต้องเพิ่มคุณค่าของสินค้า เพื่อให้ดึงดูดใจลูกค้า เช่น การเพิ่มรูปแบบการใช้งาน และขจัดความสูญเปล่าออกไป เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลง และยังคงคุณค่าการใช้งาน รวมถึงการยืดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งถ้าไม่ทำการปรับปรุงรักษา ก็จะทำให้สินค้าสูญหายไปจากตลาดได้

ตัวอย่างอุตสาหกรรมที่นำเทคนิค VE มาใช้ในกิจการอย่างแพร่หลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ กล้องถ่ายรูป เครื่องถ่ายเอกสาร และคอมพิวเตอร์ เนื่องจากสินค้าเทคโนโลยีมักมีวงจรสินค้าสั้น จึงต้องทำการปรับปรุงตลอดช่วงการพัฒนา ตั้งแต่การออกแบบและการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้เหนือคู่แข่ง โดยใช้วัสดุทดแทนและขจัดกิจกรรมที่เกิดความสูญเปล่า โดยมีวงจรการพัฒนา ดังนี้

1. การวิเคราะห์หน้าที่การทำงาน (Functional Analysis) ของส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์จึงเกี่ยวกับการตั้งสัตถุประสงค์ และข้อกำหนด รวมถึงการนิยามหน้าที่การใช้งานของแต่ละชิ้นส่วน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การใช้งาน โดยการวิเคราะห์นี้ จะทำให้ทราบต้นทุนเป้าหมายของแต่ละองค์ประกอบ

2. การวิเคราะห์และปรับปรุง เพื่อหาสิ่งทดแทนและอยู่ในช่วงการวางแผน การพัฒนาสินค้าและการทดสอบผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งการศึกษาไปที่ผลต่างระหว่างต้นทุนเป้าหมายกับต้นทุนที่เกิดขึ้น เพื่อกิจกรรมที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูญเปล่า

3. วิเคราะห์การลดต้นทุน (Cost Reduction) ได้ดำเนินการในช่วงการผลิต โดยมุ่งไปที่กิจกรรมการแปรรูปวัสดุ และขจัดกิจกรรมที่ขาดประสิทธิภาพออกจากกระบวนการ

ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1. นายชยพล คติการ (ประธานกลุ่มคลัสเตอร์ SMEs007PLUS)

ประวัติ

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน หรือ “SMEs 007 PLUS” เริ่มเปิดตัวเมื่อปี พ.ศ. 2546 ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ตั้งสถานประกอบการอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศ จุดกำเนิดที่มาจากการริเริ่มของกลุ่มผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เอง ที่ตระหนักถึงอำนาจการแข่งขันของบริษัทต่างชาติและเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ผู้ประกอบการไทยซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องสร้างเครือข่ายธุรกิจ หรือ คลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อโอกาสคงความอยู่รอดของธุรกิจรวมถึงแสวงหาโอกาส เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก ปัจจุบันมีสมาชิก 50 ราย ในจำนวนนี้มีต่างชาติ 1 ราย และร่วมทุนที่มีชาวญี่ปุ่นถือหุ้นส่วนมาก 1 ราย โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่ในกลุ่มเป็นผู้ผลิต REM ส่วนเป็น OEM มี 2-3 ราย และมีผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI จำนวน 2 ราย

ปัจจัยการผลิต

- แรงงานส่วนใหญ่เป็นชาวไทย โดยมีชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 5 เป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาด้านเทคนิค การบริหารจัดการ การออกแบบ การวางผังผลิตภัณฑ์ การทำวิจัยและพัฒนา ด้านระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่เป็นระดับล่างร้อยละ 70-80 รองลงมาคือ ปวช. ปวส. และปริญญาตรีร้อยละ 20

- วัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศได้แก่ เหล็ก อลูมิเนียม พลาสติก ยางสังเคราะห์และใยหิน เป็นต้น โดยวัตถุดิบที่ใช้ในประเทศประมาณร้อยละ 60-70โดยปัจจุบันผู้ผลิตไทยสามารถผลิตชิ้นส่วนได้ร้อยละ 95 ของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ทั้งหมด แต่ถ้าเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติจะสามารถผลิตได้ทั้งคัน

- อุตสาหกรรมสนับสนุนบางอุตสาหกรรมยังมีคุณภาพไม่เพียงพอ เช่นอุตสาหกรรมเหล็ก พลาสติก ยาง เป็นต้น

- อุปกรณ์ทดสอบยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ เพียงแค่การทดสอบพื้นฐานแต่การทดสอบเพื่อการทำวิจัยและพัฒนายังไม่เพียงพอ

การผลิต

- เมื่อผลิตในปริมาณมาก ไม่สามารถควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน
- ไม่ทราบต้นทุนในการผลิตที่แน่ชัด
- กำลังการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีการผลิตคราวละมากๆ สินค้าเก็บในคลังมาก เกิดการชำรุด เสียหาย
- ไม่มีการปรับลักษณะและคุณภาพตามเทคโนโลยี

การตลาด

- การกำหนดราคาตามราคาตลาด
- ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตคือ โซ่รถจักรยานยนต์ ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม และลาว โดยคู่แข่งคือ จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น

ปัญหาในการดำเนินการ

- ด้านการผลิตคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ไม่สม่ำเสมอ และไม่ทราบต้นทุนที่แน่ชัด
- ด้านบุคลากรขาดวิศวกร ขาดผู้มีความชำนาญและความรู้ในการทำวิจัยและพัฒนา และช่างเทคนิค
- ด้านการดำเนินนโยบายของรัฐบาลยังขาดความชัดเจน และไม่ต่อเนื่อง ขาดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

- ประเทศไทยต้องขายองค์ความรู้ สร้างแบรนด์ของตนเอง และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ประเทศจีนไม่ทำ
- รัฐบาลควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจน และสามารถปฏิบัติได้จริง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. คุณรัฐภูมิ พงศกรพฤฒิกุล (ที่ปรึกษาฝ่ายพัฒนาธุรกิจ)

จำนวนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ OEM และ REM โดย OEM นั้นประกอบด้วย 1st, 2nd, 3rd tier และรองลงมา ปัจจุบันสถาบันยานยนต์ทำการสำรวจจำนวนผู้ผลิตถึงผู้ผลิต 1st tier ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มีประมาณ 400 ราย โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ และพบว่าผู้ผลิตชาวไทยถูกลดลำดับเป็นลำดับรองลงมา

สถานะภาพของผู้ผลิต

- ผู้ผลิตไทยยังไม่สามารถผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ได้ทั้งคัน เช่น ไทเกอร์ ใช้เครื่องยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จากประเทศจีน เนื่องจากราคาถูก
- เครื่องจักรมีการนำเข้าจากไต้หวัน และเกาหลี แต่เดิมนั้นนำเข้าจากญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าเครื่องจักรจากญี่ปุ่นจะมีคุณภาพดีกว่า แต่ก็มีราคาที่แพงกว่ามาก ดังนั้น ผู้ผลิตจึงหันมานำเข้าจากไต้หวัน และเกาหลี เพราะมีราคาถูกกว่า
- การผลิตของผู้ผลิต OEM ผลิตตามแบบที่โรงงานประกอบกำหนด และต้องใช้วัตถุดิบตามที่กำหนด และวัตถุดิบยังมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วน REM ผู้ผลิตชิ้นส่วนสามารถกำหนดเองได้
- ข้อจำกัดในการถ่ายทอดเทคโนโลยี คือ เมื่อรับการถ่ายทอดแล้วไม่สามารถพัฒนาต่อได้ และยังไม่สามารถทำวิจัยและพัฒนาเองได้ เนื่องจากรัฐบาลยังไม่มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการทำวิจัยและพัฒนาที่เป็นรูปธรรม
- อุปกรณ์ทดสอบด้านการสนับสนุนเพื่อการวิจัยและพัฒนายังไม่เพียงพอ เพราะมาตรฐานของรถจักรยานยนต์ยังน้อย ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

ปัญหาในการดำเนินการ

-ปัญหาแรงงานมีการเข้าออกจากตลาดแรงงานบ่อย ประกอบกับแรงงานยังขาดทักษะและฝีมือ

-นโยบายของรัฐบาลด้านการพัฒนาบุคลากร ไม่เป็นรูปธรรม และไม่ต่อเนื่อง ประกอบกับนโยบายการให้สินเชื่อแก่ SMEs ไม่เป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

- ควรเน้นด้านโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร ระบบการขนส่ง การวิจัยและพัฒนา และศูนย์ทดสอบอุปกรณ์ เป็นต้น

- ผู้ประกอบการไม่เพียงแต่จะเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเท่านั้นแต่ควรกำหนดยุทธศาสตร์ในการผลิตด้วยควบคู่กันไปด้วย

- รัฐบาลไม่ควรเข้าไปยุ่งในเรื่องของการประกอบการ การผลิต แต่ควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือด้านโครงสร้างพื้นฐานในการผลิตให้พร้อม

3. คุณศุภชัย วงศ์ล้อมนิล (Assistant Division Chief Sale & Purchasing)
บริษัท สยามโกชิ มานูแฟคเชอริ่ง จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทสร้างเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536 และเริ่มทำการผลิตเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2537 ด้วยเงินลงทุนจำนวน 180 ล้านบาท และมีพนักงาน 1,600 คน

- บริษัทมีผู้ถือหุ้น 4 บริษัท ประกอบด้วย GOSHI GIKEN, UNION AUTOPARTS MFG, HPD และ ASIAN HONDA MOTOR

- ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ท่อไอเสีย วงล้อ ซี่ล้อ ขาตั้ง ด้ามจับ เป็นต้น

- ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท ได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า คาวาซากิ เป็นต้น

- บริษัทอยู่ในลำดับ 1st Tier และ 2nd Tier

- ด้านเทคโนโลยีนั้น มีบริษัทแม่มาสอนและให้คำแนะนำ และมีการทำวิจัยและพัฒนาตามบริษัทแม่

- ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ISO 14001, ISO 9001 V. 2000

เป้าหมายของบริษัท

เป็นบริษัทที่ยึดมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นเลิศ ประสบความสำเร็จในด้านการแข่งขัน เป็นผู้นำด้านความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในการทำงานและการนำทรัพยากรธรรมชาติมาให้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นบริษัทที่ชุมชนรอบข้างให้ความไว้วางใจ และพนักงานมีความภูมิใจและกระตือรือร้นในการทำงาน

ข้อมูลผู้ประกอบการ

1. กลุ่มไดชิน

ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2522 และเป็นผู้นำในการหล่อแม่พิมพ์
- บริษัทได้ขยายกำลังการผลิตไปที่จังหวัดนครราชสีมา และเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- บริษัทเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย โดยมียอดขายถึง 23 พันล้านบาท เมื่อปี พ.ศ. 2547

ความสามารถทางเทคนิค

- บริษัทมีสถานะเป็นผู้ผลิตทั้ง 1st Tier และ 2nd Tier เนื่องจากสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ คือเบรกมือ แต่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ก็ยังทำตามที่ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์กำหนด
- การพัฒนาเทคโนโลยีมีการเข้าร่วมการพัฒนาในหลายโครงการกับบริษัทอื่นๆ และร่วมทุนกับบริษัทของญี่ปุ่น เพื่อที่จะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยใช้เทคนิค CAD CAM และ CAE
- ฝ่ายการทำวิจัยและพัฒนาสามารถออกแบบสายการผลิตโดยใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีสูง และมีขบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุด
- การลดต้นทุนการผลิตบริษัทนำระบบ just-in-time (JIT) มาใช้เพื่อลดต้นทุนคงที่ในการเก็บสินค้าคงคลัง และใช้ระบบ Value engineering (VE) เพื่อลดต้นทุนผันแปร

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- บริษัทมีการกำหนดความผิดพลาดในการผลิตไม่เกิน 2 PMM (2 ชิ้นต่อการผลิต 1 ล้านชิ้น) และการร้องเรียนคุณภาพไม่เกิน 10 PMM (10 ชิ้นต่อการผลิต 1 ล้านชิ้น)

- บริษัทสามารถใช้ระบบ Value engineering (VE) เพื่อลดต้นทุนการผลิต และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ต่อราคาวัตถุที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

แผนการดำเนินงาน

- ต้องการเพิ่มขนาดตลาด มีการผลิตในระดับที่เหมาะสม และเน้นในเรื่องการทำวิจัยและพัฒนา

- ขยายการลงทุนไปยังจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. กลุ่มไทยซัมมิท

ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทเริ่มทำการผลิตเมื่อปี พ.ศ.2513 ในตอนแรกเป็นโรงงานเล็กผลิตเบาะรถจักรยานยนต์ โดยผู้ก่อตั้งกลุ่มบริษัท คือตระกูลจึงรุ่งเรืองกิจ ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยบริษัทญี่ปุ่น จนกลายเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

- บริษัทเป็นกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และมีการพัฒนาทางด้านเทคนิคร่วมกันกับผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น

ความสามารถทางเทคนิค

- กลุ่มไทยซัมมิทสามารถผลิตชิ้นส่วนทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์หลายประเภท และได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากญี่ปุ่น ทำให้สามารถเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพ

- ใช้ระบบ Value engineering (VE) และ Value Added (VA) เพื่อลดต้นทุนการผลิต และจ้างผู้เชี่ยวชาญและช่างเทคนิคที่เกษียณอายุจ้างบริษัทญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาคุณภาพและระบบการผลิตของบริษัท

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

ด้วยวิสัยทัศน์และการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน จึงทำให้บริษัทกลายเป็นกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และยังต้องการเป็นผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย นอกจากนั้นบริษัทยังต้องการที่จะสนับสนุนผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศ ท่ามกลางเครือข่ายการผลิตที่แข็งแกร่ง โดยการให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคแก่ SMEs ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

แผนการดำเนินงาน

มีการขยายการลงทุนในแถบเอเชีย คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน ด้วยจำนวนเงินมากกว่า 2-3 พันล้านบาท และมีการลงทุนในการพัฒนาด้านบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

3. บริษัท เอสเอสเค กลการ จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดยนายเสกสม ซึ่งเป็นช่างเทคนิคที่มีประสบการณ์ทำงานร่วมกับบริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) เป็นเวลา 8 ปี มีความชำนาญเกี่ยวกับงานอัดหลอมโลหะ และเครื่องยนต์ ต่อมาได้ออกมาก่อตั้งบริษัทขึ้นเองและเป็นผู้จัดส่งท่อไอเสีย กันชน และโครงรถจักรยานยนต์ให้แก่บริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) ด้วย

ความสามารถทางเทคนิค

- เนื่องจากมีประสบการณ์ด้านเทคนิคกับบริษัทญี่ปุ่น ทำให้บริษัทมีความสามารถสูงในการพิมพ์ชิ้นส่วน การเชื่อมโลหะ และเครื่องจักรกล รวมทั้งความสามารถด้านการเตรียมข้อมูลและการประมูลในฐานะผู้ผลิต OEM และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สำหรับบริษัทญี่ปุ่น

- SSK เป็นทั้ง 1st tier และ 2nd tier และได้ร่วมทุนกับผู้ผลิตญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาด้านการออกแบบ และแม่พิมพ์สำหรับขบวนการผลิต

การลดต้นทุน

- บริษัทให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันกับผู้ผลิตชิ้นส่วนจีนในระยะยาวได้

- นายเสกสมได้นำระบบ VE และ VA มาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการเรียนรู้จากผู้ผลิตญี่ปุ่น และความใกล้ชิดกับวิศวกรและช่างเทคนิคชาวญี่ปุ่น เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถต่อรองราคาในการประมูลได้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- ให้ความสำคัญต่อการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งทำให้ขนาดตลาดเพิ่มขึ้นด้วย

- บริษัทได้ร่วมทุนกับ 7 บริษัทซึ่งเป็นผู้ในการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถจักรยานยนต์

- การร่วมทุนกับผู้ผลิตญี่ปุ่นในการลงทุนด้านเครื่องจักรและระบบการผลิต จนใกล้ชิดกับที่ปรึกษาของผู้ผลิตญี่ปุ่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญของความสำเร็จของธุรกิจ

เป้าหมายในอนาคต

- บริษัทได้ร่วมทุนกับต่างชาติจะสามารถใช้ชิ้นส่วน และวัตถุดิบที่ผลิตในไทยเพื่อการผลิตรถจักรยานยนต์ และสามารถขยายอุปสงค์ในประเทศและส่งออกได้

4.บริษัท ทีเอพี สแตนดาร์ด จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

- เจ้าของโดย นายสุวิชัย เรืองสุขเจริญ ซึ่งเคยทำงานกับยามาฮ่ามอเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) เป็นเวลา 15 ปี ในฐานะแผนกการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้มีความชำนาญในการลดต้นทุนการผลิต จากการที่ลดต้นทุนการผลิตของบริษัทและปรับปรุงระบบการผลิตตามความต้องการของผู้ประกอบรถจักรยานยนต์

- บริษัทอยู่ในฐานะผู้จัดส่ง 2nd tier ให้แก่ยามาฮ่า และเป็นผู้ผลิต grade A ที่บรรลุถึง QCD

ความสามารถทางเทคนิค

- นายสุวิชัย ได้รับการฝึกด้านเทคนิคมากกว่า 40 ปี ทำให้มีความสามารถในการควบคุมคุณภาพการผลิต ปัจจุบันบริษัทมีช่างเทคนิค 3-4 คน

การลดต้นทุนการผลิต

- บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ และได้รับคำปรึกษาในด้านการลดต้นด้วย

- บริษัทมีความเข้าใจในแนวคิดของ VA และ VE ในการลดต้นทุน และด้านการปรับปรุงระบบ Kaizen เพื่อพัฒนาคุณภาพ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- นายสุวิชัยเป็นบุคคลสำคัญ ทำงานในฐานะ one-man ในการประกันคุณภาพสินค้า และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อแข่งขันกับจีน

เป้าหมายในอนาคต

- บริษัทจะเพิ่มการลงทุนจาก 10 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท

- บริษัทเป็น 2nd tier ต่อไป และจะผลิตชิ้นส่วนตามที่ผู้ผลิตญี่ปุ่นออกแบบ ตลอดจนบริษัทจะพัฒนาการลดต้นทุนการผลิตให้ได้คุณภาพมากที่สุด

5.บริษัท นิวสมไทย มอเตอร์เวิร์ค จำกัด

ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทเคยผลิตสลักเกลียว ซึ่งเป็นร้านเล็กๆ ต่อมาค่อยๆพัฒนาความสามารถทางเทคนิคจนสามารถพิมพ์ชิ้นส่วนได้

- บริษัทจ้างช่างเทคนิคและนักวิศวกรที่เคยทำงานกับผู้ผลิตญี่ปุ่น ซึ่งมีส่วนสำคัญในการแนะนำระบบการผลิต และความสัมพันธ์กับระดับผู้บริหารของบริษัทญี่ปุ่น

ความสามารถทางเทคนิค

- บริษัทมีประสบการณ์และความสามารถในการกดอัด พิมพ์ชิ้นส่วน เชื่อมโลหะและการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องจักรกล และเป็นผู้จัดส่งชิ้นส่วนให้แก่ซูซูกิ และฮอนด้า

- บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งมักจะส่งเจ้าหน้าที่ด้านเทคนิคมาให้คำแนะนำ เช่น ซูซูกิ ได้ส่งเจ้าหน้าที่ทำวิจัยและพัฒนามาช่วยเหลือ เป็นต้น

- บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9000, ISO 14000 และในอนาคตคือ ISO 16949

- บริษัทเป็น 2^{nd} tier จากการเคลือบโลหะด้วยโครเมียม ชิ้นส่วนที่ผ่านกระบวนการของเครื่องจักรกล และการอัดพิมพ์ชิ้นส่วน

- บริษัทมีคุณภาพด้านการขนส่งสินค้า 100% และสินค้ามีคุณภาพ 45 ppm (มีชิ้นส่วนส่งคืน 45 ชิ้นต่อ 1 ล้านชิ้น) จากเดิม 400 ppm และบริษัทได้คำนึงถึงการกำหนดราคาสินค้า ซึ่งจะรักษาราคาให้ต่ำเท่าที่จะทำได้

การลดต้นทุนการผลิต

- บริษัทมีการปรับปรุง Viability Management เพื่อตามการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม และความยืดหยุ่นในระบบการผลิต ให้ทันกับบริษัทอื่นๆ

- บริษัทใช้ VE ในการลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิตที่สั้นลง และพยายามให้คำปรึกษาและแนะนำผู้จัดส่งสินค้าด้านงานเคลือบโลหะ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- บริษัทมีการกระจายการลงทุนด้วยกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงโดยจะเน้นส่งสินค้าแก่ลูกค้าประจำ นอกจากนั้นบริษัทยังมีความสามารถสูงในการเคลือบท่อไอเสียด้วยสารตัวเร่ง

เป้าหมายในอนาคต

- บริษัทจะมีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากร ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาระบบ VE และ VA ในขบวนการลดต้นทุนการผลิตด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ค.1 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525-2548

วันที่อนุมัติ	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)			ทุนจดทะเบียนเดิม (ล้านบาท)		
			รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ
6 สิงหาคม 2525	ไทยชนาธร อุตสาหกรรม จำกัด	70.0	20.0	18.0	ญี่ปุ่น 2	-	-	
12 เมษายน 2526	ยูเนียน ออโตพาร์ทส มานูแฟคเชอริ่ง จำกัด	27.0	15.0	7.7	ญี่ปุ่น 7.4	-	-	
3 กรกฎาคม 2527	จักรยานสยามอุตสาหกรรม จำกัด	23.9	10.0	6.0	ไต้หวัน 4	-	-	
10 ตุลาคม 2527	โมริค (ประเทศไทย) จำกัด	260.0	50.0	27.5	ญี่ปุ่น 17	-	-	
19 พฤศจิกายน 2529	ไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	784.4	100.0	40.0	ญี่ปุ่น 60	20.0	8.0	ญี่ปุ่น 12.0
19 พฤศจิกายน 2529	ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด	1,472.0	300.0	153.2	ญี่ปุ่น 146.8	-	-	
9 สิงหาคม 2531	ไดซิน โคเกียว จำกัด	14.0	-	-		25.0	13.0	ญี่ปุ่น 12.25
15 มิถุนายน 2532	เอ็ฟซีซี (ไทยแลนด์) จำกัด	151.4	60.0	30.6	ญี่ปุ่น 29.4	-	-	
24 กันยายน 2533	ไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	269.6	-	-		150.0	60.0	ญี่ปุ่น 90
24 กันยายน 2533	ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด	2,490.0	348.0	177.7	ญี่ปุ่น 170.3	-	-	
24 กันยายน 2533	ยามาฮ่าเอ็นยิ่นส์ จำกัด	2,890.1	-	-		150.0	90.0	ญี่ปุ่น 60

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ค.1 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525-2548 (ต่อ)

วันที่อนุมัติ	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)			ทุนจดทะเบียนเดิม (ล้านบาท)		
			รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ
10 พฤศจิกายน 2536	สยามโกชิ มานูแฟคเชอริ่ง จำกัด	306.0	70.0	35.7	ญี่ปุ่น 11.4, ยุโรป 11.4, สหรัฐอเมริกา 11.4	-	-	
19 กรกฎาคม 2538	เอ็ฟซีซี (ไทยแลนด์) จำกัด	64.4	-	-		60.0	31.0	ญี่ปุ่น 29.4
3 กรกฎาคม 2539	ยามาดะ สมบูรณ์ จำกัด	70.0	-	-		60.0	31.0	ญี่ปุ่น 28.8
5 กุมภาพันธ์ 2540	นิชชินเบรค ซิสเต็ม จำกัด	71.8	-	-		90.0	46.0	ญี่ปุ่น 44.1
27 สิงหาคม 2540	อัทสุมิเท็ค (ประเทศไทย) จำกัด	200.0	-	-		120.0	61.0	ญี่ปุ่น 58.8
12 มกราคม 2542	ทริค แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	7.1	1.4	-	ญี่ปุ่น 1.4	27.0	-	ญี่ปุ่น 27
7 กรกฎาคม 2542	เจ อาร์ ดี ไบรท์ มอเตอร์ อินดัสตรีส์ จำกัด	300.0	100.0	-	มาเลเซีย 50, ไต้หวัน 50	-	-	
15 กันยายน 2542	ไดโด สิทธิผล จำกัด	85.0	40.0	20.4	ญี่ปุ่น 19.6	260.0	133.0	ญี่ปุ่น 127.4
12 กันยายน 2543	เด็นโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด	29.5	-	-		200.0	98.0	สิงคโปร์ 94, ญี่ปุ่น 8.5

ตารางที่ ค.1 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525-2548 (ต่อ)

วันที่อนุมัติ	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)			ทุนจดทะเบียนเดิม (ล้านบาท)		
			รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ
30 พฤศจิกายน 2544	ไดโด สิทธิผล จำกัด	100.0	-	-		300.0	153.0	ญี่ปุ่น 147
15 มกราคม 2546	อัทสุมิเท็ค (ประเทศไทย) จำกัด	330.9	-	-		180.0	74.0	ญี่ปุ่น 106.2
28 พฤษภาคม 2546	สยามโกชิ มานูแฟคเชอริ่ง จำกัด	159.0	-	-		180.0	9.0	ญี่ปุ่น 171
10 มีนาคม 2547	นิชชินเบรค (ประเทศไทย) จำกัด	164.0	-	-		140.0	71.0	ญี่ปุ่น 68.6
28 กรกฎาคม 2547	ยามาอิชิ มารูวา (ประเทศไทย) จำกัด	150.0	150.0	-	ญี่ปุ่น 63.5, มาเลเซีย 46.5, ฮ่องกง 40	-	-	
15 กันยายน 2547	ไดโด สิทธิผล จำกัด	185.0	-	-		325.0	166.0	ญี่ปุ่น 159.25
13 ตุลาคม 2547	ยามาดะ สมบูรณ์ จำกัด	406.0	-	-		150.0	39.0	ญี่ปุ่น 111.15
30 มีนาคม 2548	อินเตอร์เนชั่นแนลคาสติ้ง จำกัด	126.7	-	-		980.0	-	ญี่ปุ่น 980
29 มิถุนายน 2548	เอ็ฟซีซี (ไทยแลนด์) จำกัด	210.4	-	-		60.0	25.0	ญี่ปุ่น 34.8
2 พฤศจิกายน 2548	โพร วิง ลอจิสติกส์ จำกัด	450.0	50.0	35.0	ไต้หวัน 15	40.0	28.0	ไต้หวัน 12

หมายเหตุ : 1) สถิติไม่รวมโครงการที่โยกเลิก/เพิกถอน และสิ้นสุดมติให้การส่งเสริม

2) ลักษณะโครงการ Y=โครงการขยาย, N = โครงการใหม่

ที่มา : กองการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ข้อมูล ณ สิงหาคม 2549

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ค.2 โครงการจากต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติจากบีโอไอในอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ และยางรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ปี 2528-2545

วันที่อนุมัติ	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)			ทุนจดทะเบียนเดิม (ล้านบาท)		
			รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ
19 พฤษภาคม 2530	ไทยบริดจสโตน จำกัด	1,087.5	100.0	40.0	ญี่ปุ่น 60	100.0	40.0	ญี่ปุ่น 60
20 เมษายน 2538	ไทยบริดจสโตน จำกัด	2,135.0	200.0	80.0	ญี่ปุ่น 120	200.0	8.0	ญี่ปุ่น 120
19 เมษายน 2543	บริดจสโตน ไทร์ แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	9,600.0	1,175.0	-	ญี่ปุ่น 1,175	-	-	
23 พฤษภาคม 2544	ไทยโรเดน รับเบอร์ จำกัด	270.0	83.0	-	มาเลเซีย 8, ไต้หวัน 30	-	-	
24 กุมภาพันธ์ 2546	แม็กซิส อินเตอร์เนชั่นแนว (ประเทศไทย) จำกัด	8,000.0	2,000.0	-	ไต้หวัน 2,000	-	-	

หมายเหตุ : 1) สถิติไม่รวมโครงการที่โยกเลิก/เพิกถอน และสิ้นสุดมติให้การส่งเสริม

2) ลักษณะโครงการ Y=โครงการขยาย, N = โครงการใหม่

ที่มา : กองการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ข้อมูล ณ สิงหาคม 2549

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวนริสา เมืองสุวรรณ เกิดเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2525 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (เกียรตินิยมอันดับสอง) เมื่อปีการศึกษา 2546 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2547

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย