

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

THE COMPETITIVE ADVANTAGE ANALYSIS OF THAILAND
AUTOMOTIVE INDUSTRY IN ASEAN ECONOMICS COMMUNITY



T129874



รพ.
พ654ก
2556

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน...129874
วัน,เดือน,ปี...-3...ค.ศ. 2557

b. 12584605
i.

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**THE COMPETITIVE ADVANTAGE ANALYSIS OF THAILAND
AUTOMOTIVE INDUSTRY IN ASEAN ECONOMICS COMMUNITY**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
ADMINSTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2013

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING-MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
THE COMPETITIVE ADVANTAGE ANALYSIS OF THAILAND AUTOMOTIVE INDUSTRY IN ASEAN ECONOMICS COMMUNITY

ชื่อนักศึกษา

นายพิเชษฐ์ ดิขสิทธิ์พันธุ์

รหัสประจำตัว

54671223

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุสา บัวตะมะ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุสา บัวตะมะ	
รองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี	
รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 2 พฤษภาคม 2556 เวลา 14.00 – 14.30 น.

สถานที่สอบ ณ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ชั้น 4 ห้อง AMC Training

วิทยาลัยรับรองแล้ว



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
นักศึกษา	นายพิเชษฐ์ ลิขสิทธิ์พันธุ์
รหัสนักศึกษา	54671223
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2556
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี

บทคัดย่อ

ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นสินค้าส่งออกลำดับที่ 1 ในปี 2555 และประเทศไทยยังเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาให้สามารถแข่งขันกับประเทศชั้นนำอื่น ๆ ของโลกและในปี 2558 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจทำให้ประเทศไทยต้องเสียผลประโยชน์เนื่องจากการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ มีมาตรฐานสินค้า กฎเกณฑ์ และกฎระเบียบเดียวกัน ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจย้ายฐานการผลิตออกไปสู่ประเทศอื่นๆ ในอาเซียนของนักลงทุนต่างชาติ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ร่วมกับการวิเคราะห์การแบ่งตำแหน่งตามแนวคิด BCG Matrix

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงสุดในด้าน วัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ส่วนด้านที่เสียเปรียบคือด้าน ค่าจ้างแรงงาน และการอบรมแลพัฒนากำลังคน โดยอยู่ในลำดับที่ 7 จากทั้งหมด 10 ประเทศ และเมื่อพิจารณาในรายประเภทสินค้ายานยนต์ จากค่าดัชนี RCA พบว่าประเทศไทย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าประเภทรถกระบะ และ ยางรถยนต์ โดยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการส่งออกทั้ง 2 ประเภทนี้ของประเทศไทย มีศักยภาพการแข่งขันสูง

แม้ว่าประเทศไทยจะมีศักยภาพในการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลก หากแต่ในอนาคตประเทศในต่าง ๆ ในอาเซียน กำลังพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต ทักษะความรู้

ความสามารถของแรงงาน เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ในการลงทุน ดังนั้นประเทศไทยควรจะพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ และคุณภาพของแรงงานให้สูงขึ้นตามอัตราค่าแรง เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่ง และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	The Competitive Advantage Analysis of Thailand Automotive Industry in Asean Economics Community
Student	Mr.Pichet Likasittiphan
Student ID.	54671223
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2013
Advisor	Assistant Professor Dr.Urasa Buatama
Co - Advisor	Associate Professor Dr.Amnuay Saengnooree

ABSTRACT

The automotive industries are important to the economy of Thailand, since the highest valued exports by the year of 2012 and the important in the world of automotive. Demonstrate the potential for developing to advantages and competitiveness with others leading countries in the world. Due to the factor of moving freely production by using the resources of their own countries with the same standard rules, Thailand may lose benefits when enter AEC in 2016. It is effecting for foreign investors on making the decision of moving production to other countries in the ASEAN

The objective of this research is to study the competitive advantage analysis of Thailand Automotive Industry in AEC and using revealed comparative advantage index (RCA) collaborate with an analysis of the position by the BCG Matrix.

The results showed that Thailand has the highest competitive advantage in the field raw material in the manufacture of automotive industry and supporting and related industries and firm strategy, structure and rivalry. On the side is at a disadvantage are wages and training and development of manpower the sequence in which 7 of 10 countries. When considered in the category of automotive RCA index values found the comparative advantage of the trucks and tires value > 1 and the BCG are in the star position that mean Thailand has the highest potential competition.

Although Thailand has the potential to become an important of the automotive world if in the future, the various countries developing technical production technology, skill, knowledge and abilities of the workforce for the new alternative investment. Therefore Thailand should develop

skills knowledge and quality of labor as for the minimum for being strong and competitive in the global market and confidence to investors.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้ค้นคว้าขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ ผู้ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งให้ความรู้เพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้สมบูรณ์เป็นอย่างดี รวมทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วมรองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี ผู้ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ และรองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ ที่กรุณาร่วมเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านของวิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ทุกท่านของวิทยาลัยการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าตลอดมา

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ รวมถึงทุก ๆ ท่านที่ไม่ได้กล่าวในที่นี้ที่ให้ความอนุเคราะห์ และความช่วยเหลือสนับสนุนจนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
ไว้ ณ โอกาสนี้

พิเชษฐ์ ลิขสิทธิ์พันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน	5
2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	10
2.3 แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix.....	11
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.5 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	16
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย	20
3.1 ประวัติของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย.....	20
3.2 สภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย.....	22
3.3 ประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	24
3.4 ความได้เชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย.....	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	37
4.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย	37
4.2 การวิเคราะห์การแข่งขันตามแนวคิด BCG Matrix	39
4.3 การวิเคราะห์โดยนำผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG มาพิจารณาร่วมกัน.....	41
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	43
5.1 สรุป	43
5.2 ข้อเสนอแนะ	44
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	44
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก.....	47
ประวัติผู้เขียน.....	52

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สินค้าส่งออกสำคัญ 10 อันดับแรกประจำเดือนมกราคม–พฤศจิกายน ปี 2555	1
1.2 สถิติยานยนต์ไทย	2
3.1 ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ ประจำเดือนสิงหาคม - ตุลาคม ปี 2555	23
3.2 มูลค่าการส่งออก นำเข้า และดุลการค้าของไทยกับอาเซียน ประจำปี 2555.....	24
3.3 ปริมาณการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศในอาเซียน	25
3.4 มูลค่าการส่งออกสินค้าแต่ละประเภทของไทยไปสู่ประเทศในอาเซียน	25
3.5 มูลค่าส่งออกสินค้ายานยนต์ของไทยไปสู่ประเทศในอาเซียน	26
3.6 จำนวนแรงงานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในอาเซียน	27
3.7 ดัชนีการพัฒนามนุษย์ ของประเทศไทยกับคู่แข่งในอาเซียน	27
3.8 ค่าแรงของแรงงานไทยกับประเทศคู่แข่งในอาเซียน	28
3.9 อันดับความสามารถในการอำนวยความสะดวกด้านการวิจัยและพัฒนา.....	29
3.10 อันดับความสามารถในการลงทุนด้านการอบรมและพัฒนากำลังคนภาคเอกชน.....	30
3.11 มูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เฉลี่ยต่อปี ของประเทศต่างๆในอาเซียน	30
3.12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของประเทศต่างๆในอาเซียน	31
3.13 อัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของประเทศต่างๆในอาเซียน	32
3.14 โครงข่ายถนนของประเทศต่างๆในอาเซียน.....	33
3.15 สัดส่วนการนำเข้าและใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศต่างๆในอาเซียน	34
3.16 ปริมาณรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศต่างๆในอาเซียน	35
3.17 จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศต่างๆในอาเซียน	35
3.18 ปริมาณยอดขายรถยนต์ภายในประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน	36
4.1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ แยกแต่ละประเภทของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ช่วงปี 2551 – 2554	37
4.2 มูลค่าการนำเข้าของโลก อัตราการขยายตัวเฉลี่ย และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ย	39
4.3 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย แยกแต่ละประเภท	41
4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA และ BCG Matrix	42

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองรูปเพชร.....	6
2.2 ตารางกลุ่มธุรกิจบีซีจี.....	12
2.3 การแบ่งตำแหน่งของตารางบีซีจี.....	13
2.4 จุดกึ่งกลางของตำแหน่งบีซีจี.....	17
2.5 การแบ่งส่วนต่าง ๆ จากผลลัพธ์ของค่า RCA และค่าตารางบีซีจี.....	19
4.1 ผลลัพธ์ของค่า RCA และค่าตาราง บีซีจี ของแต่ละผลิตภัณฑ์.....	40



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยรัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนในการมุ่งส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ทำให้เป็นอุตสาหกรรมหลัก ที่สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกเป็นอันดับ 2 ในปี 2554 คิดเป็นมูลค่า 511,503.6 ล้านบาท และในช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2555 สามารถก้าวเป็นอันดับ 1 โดยมีมูลค่าการส่งออก 634,140.3 ล้านบาท (ตารางที่ 1.1) และ จากสภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวของทั้งประเทศส่งผลให้สถานะโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย มียอดผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้สามารถแข่งขันกับประเทศชั้นนำอื่น ๆ ของโลก

ตารางที่ 1.1 สินค้าส่งออกสำคัญ 10 อันดับแรกประจำเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2555

อันดับ	รายการ	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
1	รถยนต์ อุปกรณ์และชิ้นส่วน	634,140.3
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และชิ้นส่วน	545,691.4
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	395,265.9
4	น้ำมันสำเร็จรูป	369,564.2
5	ยางพารา	247,866.2
6	เม็ดพลาสติก	242,671.9
7	เคมีภัณฑ์	241,926.9
8	ผลิตภัณฑ์ยาง	239,434.7
9	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	192,717.0
10	แผงวงจรไฟฟ้า	186,299.4

ที่มา : (<http://www2.ops3.moc.go.th/>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับปีจจัยสนับสนุนให้ยอดการผลิตรถยนต์เติบโตได้นั้น เป็นผลมาจากค่ารถยนต์ มีการเร่งการผลิตเพื่อจะส่งมอบรถให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค โดยในปี 2554 ประเทศไทย เป็นฐานผู้ผลิตในอันดับที่ 14 ของโลก และจากแนวโน้มความต้องการรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสก้าวเป็น ฐานผู้ผลิตรถยนต์อันดับที่ 9 ภายในเดือนพฤศจิกายน ปี 2555 ทั้งนี้ยอดผลิตภายในประเทศในปี 2554 อยู่ที่ 1.45 ล้านคัน และในปี 2555 ตั้งแต่ มกราคม ถึง พฤศจิกายน สามารถผลิตรถยนต์ได้ 2.23 ล้านคัน (ตารางที่ 1.2)

ในส่วนของตลาดยานยนต์รวมในภูมิภาคอาเซียน มีขนาด 2.5 ล้านคันต่อปี และมีอัตราเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศที่มีขนาดการลงทุนสูงสุดในภูมิภาคคือประเทศไทย มีกำลังการผลิตรถยนต์มากกว่า 3 ล้านคันต่อปี รองลงไปเป็นประเทศอินโดนีเซียมีกำลังการผลิตรถยนต์มากกว่า 1.5 ล้านคันต่อปี และประเทศมาเลเซียมีกำลังการผลิตรถยนต์มากกว่า 1 ล้านคันต่อปี จะเห็นได้ว่าเมื่อรวมกำลังการผลิตของประเทศสมาชิกอาเซียนแล้วจะมีกำลังการผลิตถึง 5.5 ล้านคันต่อปี ซึ่งมากกว่าความต้องการในภูมิภาคแล้วยังเข้มแข็งพอที่จะส่งออกสู่ตลาดโลกได้ สำหรับตลาดยานยนต์ในแต่ละประเทศของสมาชิกประชาคมอาเซียนในหลายปีที่ผ่านมา พบว่าในประเทศไทยครองอันดับหนึ่งในอาเซียนมาตลอดซึ่งสอดคล้องกับการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งทางด้านจำนวนการผลิตรถยนต์ และยังมีเครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีศักยภาพสูงสุดในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นผลมาจากการวางยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และในด้านการส่งออกสินค้ายานยนต์ของประเทศไทยไปสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนในปี 2555 พบว่ามีการส่งออกไปยังประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด มีมูลค่า 92,714.6 ล้านบาท รองลงมาเป็นประเทศมาเลเซียมีมูลค่า 48,795.6 ล้านบาท และ ประเทศฟิลิปปินส์มีมูลค่า 30,743.2 ล้านบาท ตามลำดับ

จากการที่ประเทศไทย กำลังก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community: AEC) ในปี 2558 อาจทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียผลประโยชน์ เนื่องจากการเป็นเขตการผลิตเดี่ยวและตลาดเดี่ยวทำให้สามารถเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี ซึ่งส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการย้ายฐานการผลิตออกไปสู่ประเทศอื่น ๆ ที่เหมาะสม และเอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนมากที่สุด ในอาเซียนของนักลงทุนต่างชาติ ดังนั้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญใน AEC จึงมีความสำคัญเพื่อทำให้เราได้ทราบถึงระดับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน นอกจากนี้ยังสะท้อนให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ประเทศไทย มีอำนาจในการแข่งขันและ ปัจจัยใดบ้างที่ประเทศไทยไม่มีอำนาจในการแข่งขัน ซึ่งสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการเพื่อแสวงหาแนวทางในการค้าและ โอกาสทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไป

ตารางที่ 1.2 สถิติยานยนต์ไทย

ปี	การผลิต	ขายในประเทศ	ส่งออก
2544	459,418	104,502	175,299
2545	584,591	409,362	181,471
2546	750,512	533,176	235,122
2547	928,081	626,026	332,053
2448	1,125,316	703,405	440,705
2549	1,188,044	682,161	538,966
2550	1,287,346	631,251	690,100
2551	1,394,029	615,270	776,241
2552	999,378	548,871	535,563
2553	1,645,304	800,357	895,855
2554	1,457,795	794,081	735,627
2555 (ม.ค. – พ.ย.)	2,232,364	1,291,094	940,374

ที่มา : (<http://www.taia.or.th/thai/statisticdetail.aspx?id=2>)

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการส่งออก ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. วิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ของการผลิต และ การส่งออก ที่เกี่ยวข้องระหว่างอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ BCG Matrix ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. พิจารณาถึงความได้เปรียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศไทย คือ ประเทศ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ โดยครอบคลุมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ รถกระบะ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ชิ้นส่วนยานยนต์ ยางรถยนต์ ตัวถังรถยนต์ และ แบตเตอรี่
2. ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง ตุลาคม ปี 2555

1.5 นิยามศัพท์

AEC หมายถึง การรวมตัวของชาติใน Asean 10 ประเทศ ประกอบด้วย ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และ บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกันจะมีรูปแบบคล้ายกลุ่ม Euro Zone นั่นเอง ทำให้มีผลประโยชน์และอำนาจต่อรองต่างๆกับคู่ค้าได้มากขึ้น ซึ่งการนำเข้า ส่งออกของชาติในอาเซียนก็จะเป็นไปอย่างเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า

อุตสาหกรรมยานยนต์ หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ พัฒนา ผลิต หารถยนต์ และจัดจำหน่าย ที่เกี่ยวข้องกับยานพาหนะทางบกที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานอย่างใดอย่างหนึ่งและถ่ายทอดลงสู่ล้อ เพื่อพาผู้ขับ ผู้โดยสาร หรือสิ่งของไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยปัจจุบันส่วนมากได้รับการออกแบบอย่างซับซ้อนในทางวิศวกรรม และหลากหลายประเภทตามความเหมาะสมของการใช้งาน

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎี

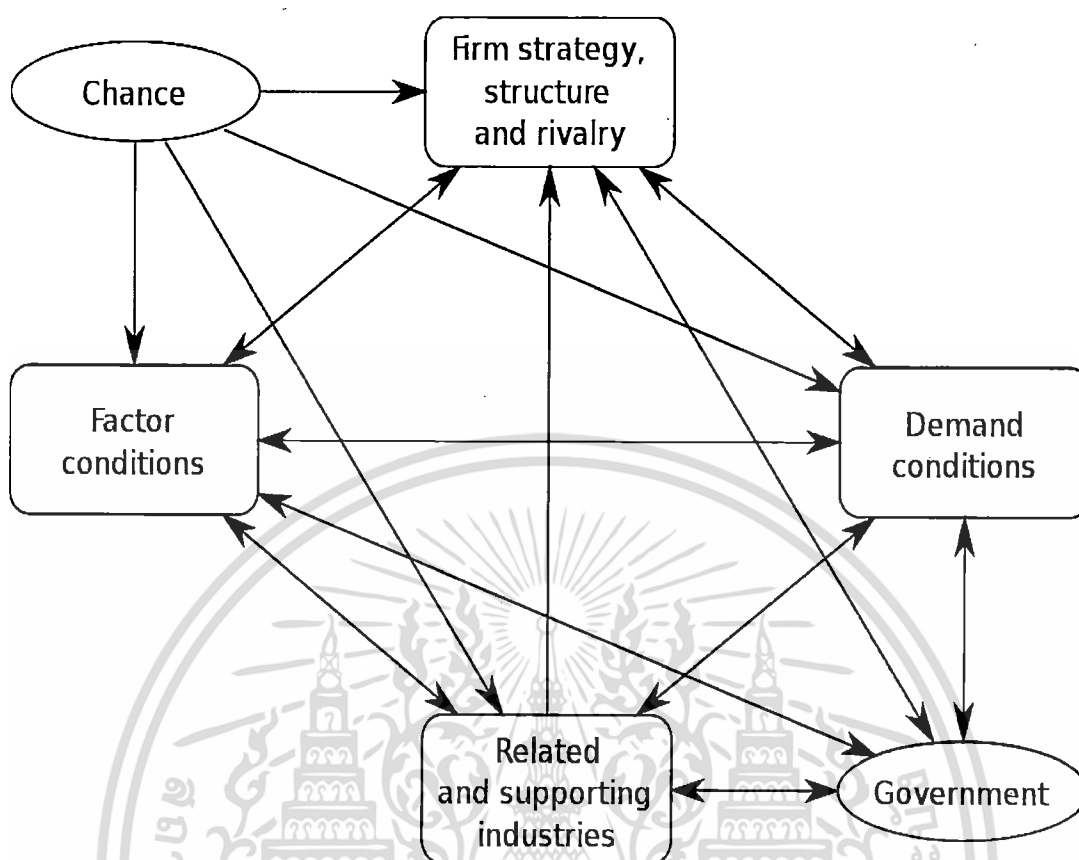
ในการศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
- 2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ
- 2.3 แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 วิธีดำเนินงานวิจัย

2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

Michael E. Porter (1990) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีแนวคิดว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมในประเทศของตน ดังนั้นประเทศจึงจำเป็นต้องประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส รวมถึงการคุกคามจากประเทศคู่แข่งและภาวะการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมในประเทศของตนและคู่แข่ง เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ โดยต้องการหาคำอธิบายว่า ทำไมอุตสาหกรรมในบางประเทศจึงมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น เพื่อหาเหตุผลว่า ทำไมบางอุตสาหกรรมในบางประเทศจึงประสบความสำเร็จกว่าอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่น และพบว่า ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้ทั้งทางบวกและลบ โดยสามารถทำความเข้าใจแนวคิดดังกล่าวผ่านมุมมองของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ส่วนปัจจัยมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าจ้างแรงงาน และอัตราแลกเปลี่ยน แม้จะมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบให้กับประเทศ แต่ที่ สำคัญกว่าคือ เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมของประเทศนั้น จึงได้สร้างแบบจำลองรูปเพชร (Diamond Model) ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือ ตัวบ่งชี้ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 4 กลุ่มตัวแปร (ภาพที่ 2.1) ได้แก่ เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองรูปเพชร

ที่มา : (Michael E. Porter, 1990)

2.1.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ ทุน และสาธารณูปโภค ในที่นี้ เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิต หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากรต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึง ปริมาณแรงงานคุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

2. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำ แร่ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางด้านการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

3. ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์พัฒนา และฝึกอบรมจะพบมากในปัจจุบันด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะเช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้ จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้

4. ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital Resources) หมายถึง จำนวนและต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำ และความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

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

2.1.2 เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารวมทั้งค่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมาก นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ซึ่งจะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้ โดยปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

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

2. ผู้ซื้อที่รู้จริง (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อที่รู้จริงในสินค้าหรือบริการใด จะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้น ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

3. อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศ จะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนแล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆภายหลัง กรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้น แล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

2.1.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้น จะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนๆ นี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

1. ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

2. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาพร้อมกันทั้งสองฝ่าย ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่น ๆ

2.1.4 กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้น และการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยี อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลง เมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมาก ๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.1.5 รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้ง 4 โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

2.1.6 เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน

2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

Bela Balassa (1965) การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการค้าอย่างแท้จริงนั้น เป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากต้องเอาปัจจัยทุกชนิด ซึ่งมีอิทธิพลการวัดการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางการค้าของอุตสาหกรรม ตลอดจนการวัดและเปรียบเทียบปัจจัยระหว่างประเทศและระหว่างอุตสาหกรรมเหล่านี้ โดยจะพิจารณาจากต้นทุนเปรียบเทียบและความแตกต่างของปัจจัยที่มีใช้ด้านราคา ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่าทุกประเทศมีรสนิยมเหมือนกัน มีภาวะภูมิอากาศของแต่ละอุตสาหกรรมเหมือนกัน และอัตราส่วนมูลค่าการส่งออก-นำเข้า จะสะท้อนถึงการเอกลาเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

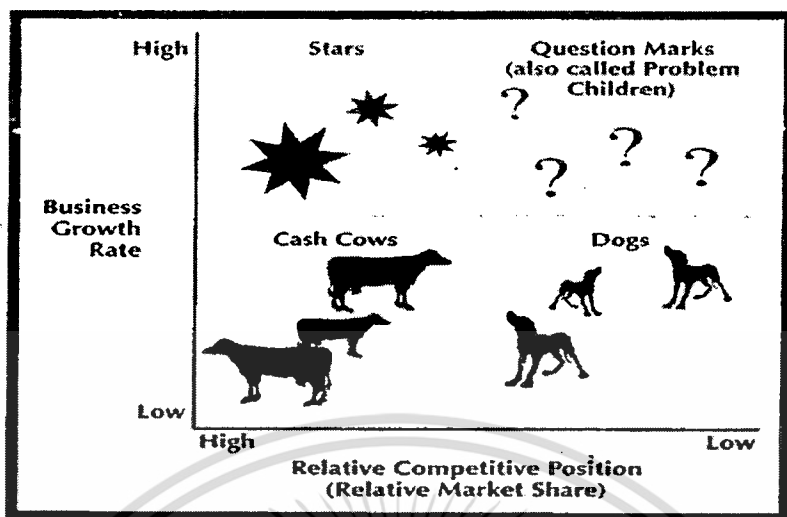
ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้า ถ้าพิจารณาการส่งออกและการนำเข้า ในสินค้าประเภทเดียวกัน ดังนั้นตามแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าของประเทศหนึ่ง จะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งที่มีต้นทุนเปรียบเทียบต่ำสุด และจะให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าประเภทอื่น โดยที่การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้าจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างการส่งออกแนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แสดงแนวความคิดในเรื่อง RCA (Revealed Comparative Advantage Index) โดยอาศัยทฤษฎีการแข่งขันและการอาศัยซึ่งกันและกัน (Competitiveness and Complementarity) เนื่องจากกรณีที่มีการกีดกันทางการค้า RCA ไม่สามารถแสดงถึงผลทางการกีดกันออกมาได้ แต่ก็สามารถใช้ดัชนี RCA วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อบอกความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพราะดัชนี RCA มีสูตรในการคำนวณที่แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับใช้ในการวิเคราะห์ในระดับสากลค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เป็นเครื่องชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศสำหรับสินค้าประเภทเดียวกันหรือเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมการผลิตแต่ละประเภทของประเทศนั้น ๆ

2.3 แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix

เป็นตารางการวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจที่ง่ายที่สุด ซึ่งถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเจาะจง ในการจัดสร้างกลยุทธ์ขององค์กรที่มีหลายหน่วย โดย BCG Matrix (ภาพที่ 2.2) ได้เสนอภาพความแตกต่างของหน่วยในรูปแบบของ ตำแหน่งส่วนแบ่งการตลาดสัมพัทธ์ (Relative Market Share Position) และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม (Industry Growth Rate) ทำให้องค์กรที่มีหลายหน่วยสามารถจัดสรร การลงทุนของธุรกิจได้ โดยทำการตรวจสอบตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมของแต่ละหน่วยสัมพัทธ์กับหน่วยทั้งหมดในองค์กรหรือบริษัท

ตำแหน่งส่วนแบ่งการตลาดสัมพัทธ์ ถูกนิยาม คือ อัตราส่วนแบ่งการตลาดของหน่วยนั้นในอุตสาหกรรมหนึ่ง ต่อส่วนแบ่งตลาดที่ยึดครองโดยบริษัทคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมนั้น ตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์กำหนดให้อยู่บนแกน x ของ The BCG Matrix จุดกึ่งกลางบนแกน x นั้น โดยทั่วไปกำหนดที่ 0.5 หมายความว่า หน่วยนั้นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นครึ่งหนึ่งของผู้นำการตลาดในอุตสาหกรรมนั้น สำหรับแกน y นั้นแสดงถึงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมในรูปแบบของร้อยละ วัดออกมาในรูปของร้อยละ (Percentage Term) อัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละบนแกน y สามารถกำหนดจากร้อยละ -20 ถึง +20 กำหนดให้ 0 เป็นจุดกึ่งกลาง ตัวอย่างที่ยกมา เป็นตัวเลขที่นิยมใช้กันมาก แต่ตัวเลขอื่น ๆ ก็สามารถกำหนดได้ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กร ซึ่งจะขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 ตารางกลุ่มธุรกิจของบีซีจี

ที่มา : (Boston Consulting Group , 1970)

ตัวอย่างของ BCG Matrix (ภาพที่ 2.3) นั้น แต่ละวงกลมแสดงถึงหน่วยธุรกิจ ขนาดของวงกลมแสดงถึงสัดส่วนของรายได้ที่หน่วยหรือหน่วยธุรกิจนั้นทำให้แก่บริษัท และส่วนที่แบ่งในรูปแบบ (Pie Slice) แสดงถึงสัดส่วนของกำไรที่หน่วยนั้นทำได้

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งควอเทอแรนท์ที่ I เรียกว่า ปริศนิต (Question Marks)

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งควอเทอแรนท์ที่ II เรียกว่า ดาวรุ่ง (Stars)

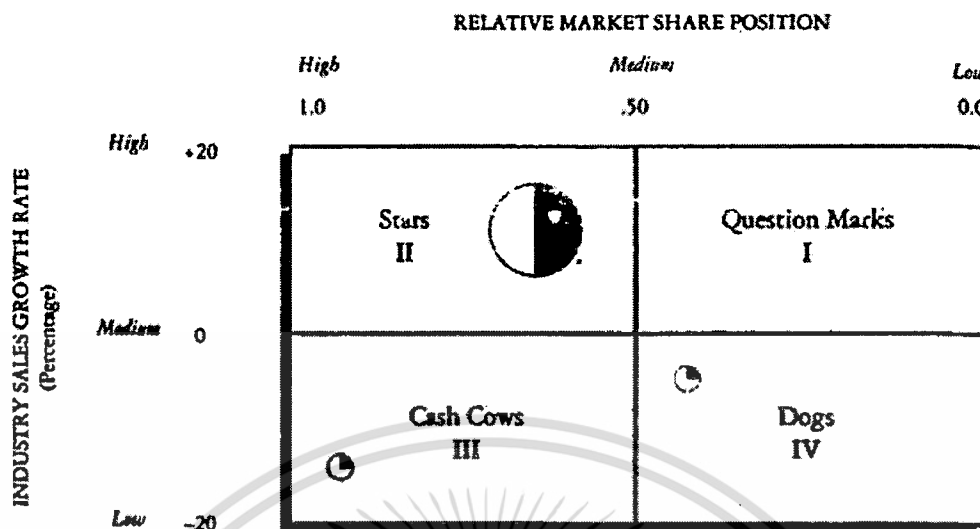
หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งควอเทอแรนท์ที่ III เรียกว่า วัวทำเงิน (Cash Cows)

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งควอเทอแรนท์ที่ IV เรียกว่า สุนัข (Dogs)

ปริศนิต คือ หน่วยในควอเทอแรนท์ I มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำ แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง โดยทั่วไปความต้องการเงินสดของหน่วยนี้มีอยู่สูง และก่อให้เกิดกระแสเงินสดต่ำ หรือธุรกิจนี้เรียกว่า ปริศนิต เพราะว่าองค์กรจำเป็นต้องตัดสินใจว่า จะทำให้มันเข้มแข็งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า กลยุทธ์เข้มข้น (การขยายส่วนแบ่งในตลาด การพัฒนาตลาด หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์) หรือขายธุรกิจ

ดาวรุ่ง คือ หน่วยที่อยู่ในควอเทอแรนท์ II แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำให้กำไรในระยะยาวขององค์กรหรือบริษัท หน่วยที่มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับหน่วยนี้ ได้แก่ กลยุทธ์การเชื่อมโยงไปข้างหน้า กลยุทธ์การเชื่อมโยงไปด้านหลัง กลยุทธ์การเชื่อมโยงในแนวราบ การขยายส่วนแบ่งในตลาด การพัฒนาตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการร่วมลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 การแบ่งตำแหน่งของตารางบีซีจี
ที่มา : (Adapted from Boston Consulting group, 1974)

วัวทำเงิน คือ หน่วยที่อยู่ในควอเทรนต์ III มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตต่ำ เรียกว่า วัวทำเงินเพราะว่าหน่วยนี้ก่อให้เกิดเงินสดมากกว่าความต้องการใช้เงินสด วัวทำเงิน วันนี้ คือ ธุรกิจดาวรุ่ง เมื่อวานนี้หน่วยธุรกิจวัวทำเงินควรได้รับการจัดการเพื่อรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้ กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การขยายไปสู่การผลิตสินค้าหรือบริการอื่นอาจเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจสำหรับวัวทำเงินที่แข็งแกร่ง อย่างไรก็ตามหน่วยวัวทำเงินอาจจะกลายเป็นวัวเงินที่อ่อนแอได้ ดังนั้นกลยุทธ์ทางด้านการลดขนาด หรือกลยุทธ์การขายแบบยกกิจการอาจเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้

สุนัข คือ หน่วยที่อยู่ในควอเทรนต์ IV ขององค์กรมีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพันธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตช้า หรือไม่เติบโต (Slow or No Market - Growth Industry) ที่เรียกว่าสุนัข เพราะว่ามีตำแหน่งที่อ่อนแอทั้งภายในและภายนอกธุรกิจเหล่านี้จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การขยายแบบเล็กกิจการ หรือกลยุทธ์ทางด้านการลดขนาด (การประหยัด) เมื่อหน่วยกลายเป็นสุนัขใหม่ กลยุทธ์ทางด้านการลดขนาด (การประหยัด) เป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด เพราะว่าหน่วยสุนัขอาจกลับฟื้นขึ้นมาใหม่ ภายหลังจากการลดต้นทุนและกลายเป็นหน่วยที่ทำกำไรได้

The BCG Matrix ก็มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ การพิจารณาธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่มนั้นง่ายเกินไป หลายธุรกิจอาจตกอยู่กึ่งกลางของ BCG Matrix ซึ่งยากที่จะจำแนกได้ นอกจากนี้การเชื่อมโยงระหว่างส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการทำกำไรไม่ชัดเจน สินค้าที่ส่วนแบ่ง

การตลาดค้า อาจมีผลกำไรมากได้ และอัตราการเจริญเติบโตเป็นปัจจัยเดียวของการวิเคราะห์รวมทั้ง ส่วนแบ่งการตลาดก็เป็นเพียงปัจจัยเดียวของตำแหน่งการแข่งขัน สินค้า 1 ชนิดไม่ได้มีการแข่งขัน เฉพาะคู่แข่งเพียงรายเดียวที่เป็นผู้นำตลาด คู่แข่งขนาดเล็กที่มีส่วนแบ่งในตลาดที่เติบโตสูงไม่ได้ นำมาศึกษาด้วย

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราวรรณ โกษฐ์ (2551) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออก สินค้าที่สำคัญของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยเปรียบเทียบในแต่ละประเทศ มีสินค้า รายการใดของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) และพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) และ ศึกษาสถานการณ์การส่งออกโดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) รวมทั้งศึกษาถึงสภาพทั่วไปของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม นโยบายการค้า สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าของไทยไปกลุ่ม ประเทศอาเซียนบวกสาม สินค้าที่สำคัญของไทยเลือกศึกษาจากสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงที่สุด 20 อันดับแรกของปี 2551 โดยแบ่งตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ ระดับ 2 digit และ 4 digit ตามคำนิยามของสินค้า โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี 2543 - 2551จากการศึกษาการส่งออกสินค้าที่สำคัญ ของไทย ไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม พบว่าสินค้าที่มีความได้เปรียบเทียบในการแข่งขันหลัก ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย เนื่องจากมีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการแข่งขันทุกปี และทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนบวกสาม ส่วนสถานการณ์การ เปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าในปี 2551 พบว่า ตลาดประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศลาว และประเทศเวียดนามการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์มีการขยายตัวการนำเข้าพร้อมทั้ง การส่งออกของไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนตลาดประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศ มาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงกว่าอัตรา การขยายตัวการส่งออกสินค้าไทย ส่วนตลาดประเทศบรูไนจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการขยายตัวการ นำเข้ามีแนวโน้มที่ลดลงแต่สินค้าไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้น และตลาดประเทศสิงคโปร์การ เปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่อยู่ในสถานการณ์ที่อัตราการนำเข้ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการส่งออก ของไทยกลับมีแนวโน้มที่ลดลง จากการศึกษาจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ในตลาดประเทศ บรูไน ประเทศกัมพูชา ประเทศเกาหลี ประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศเวียดนาม พบว่าปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของ สินค้าไทยมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ความนิยมของผู้บริโภคกลับแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ตลาดในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย ปัจจัยทางด้านความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทย มีแนวโน้มที่ลดลง พร้อมกับความนิยมของผู้บริโภคก็ลดลงด้วยเช่นกัน

จณิสตา ปานเหลือง (2547) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในภูมิภาคเอเชีย ผลการศึกษาสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไม่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศ ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และ อินเดีย ในเรื่องปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะทางด้านทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรทุน และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ในขณะที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และปากีสถาน ส่วนการวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost) พบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับ ประเทศเกาหลีใต้ และ จากการศึกษาการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย พบว่าในด้านการผลิตประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงซึ่งเห็นได้จากค่าดัชนีต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศของอุตสาหกรรมยานยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการนำทรัพยากรในประเทศมาใช้ในการผลิตยานยนต์เพื่อการส่งออกมีค่าลดลง ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์มีลักษณะนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้ในการผลิตเป็นจำนวนมากซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสูง สำหรับในการค้าส่งออก ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์สำหรับบรรทุกสินค้าไปยังตลาดโลก ในขณะที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการลดต้นทุน และสามารถขยายตลาดส่งออกได้เพิ่มขึ้น

เววตา ศรีพ่องใส (2550) ศึกษาการวิเคราะห์การค้าภายในภาคอุตสาหกรรมเดียวกันและ ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนเดิมได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และ บรูไน มีจำนวนกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นการค้าภายในภาคอุตสาหกรรมเดียวกันมีค่าดัชนีการค้าภายในมากกว่า 0.5 เป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มสมาชิกใหม่ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม ส่วนผลการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยต่อกลุ่มอาเซียนในประเทศคู่ค้าที่มีรูปแบบการค้าที่เป็นการค้าภายในภาคอุตสาหกรรมเดียวกัน และมีค่าดัชนีการค้าภายในมากกว่า 0.5 พบว่าในกลุ่มประเทศสมาชิกเดิม ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับอินโดนีเซีย มากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และบรูไน ในกลุ่มประเทศสมาชิกใหม่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับ เวียดนาม มากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ ลาว พม่า และกัมพูชา และจากผลการศึกษาในเรื่องภาพรวมของการค้าในภาคอุตสาหกรรมเดียวกันของประเทศไทยต่อกลุ่มประเทศอาเซียนพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมหรือกลุ่มสินค้าที่มีค่าดัชนีการค้าภายในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคอุตสาหกรรมเดียวกันที่มีค่ามากกว่า 0.5 ในทุกๆปีตั้งแต่ปี 2542 – 2549 แสดงให้เห็นถึงการเร่งรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ กลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูง อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเกษตร จะมีส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทย การเตรียมพร้อมและปรับตัวของธุรกิจไทยในเชิงรุก เพื่อเพิ่มศักยภาพทั้งทางด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด และสร้างฐานความรู้เชิงวิจัยและพัฒนา ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในเชิงพาณิชย์

2.5 วิธีดำเนินงานวิจัย

2.5.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ ข้อมูลจาก International Trade Center กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง เว็บไซต์ วารสารบทความ วิทยานิพนธ์ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เน้นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ The BCG Matrix โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ และส่วนแบ่งการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

อัตราส่วนแบ่งการตลาด = สัดส่วนของมูลค่าสินค้านำเข้า k ต่อมูลค่าสินค้าทั้งหมดปีล่าสุด

อัตราการขยายตัว = $\frac{\text{ค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสินค้านำเข้านำเข้าปี (t+1) กับปี t}}{\text{มูลค่าการนำเข้าสินค้านำเข้านำเข้าปี t}}$

อัตราส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ = $\frac{\text{อัตราส่วนแบ่งตลาดสินค้านำเข้า i}}{\text{อัตราส่วนแบ่งตลาดสูงสุดของสินค้านำเข้า}}$

โดยที่ตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดกำหนดให้อยู่บนแกน X ของ The BCG Matrix จุดกึ่งกลางบนแกน X นั้น (ภาพที่ 2.4) สามารถหาได้จากสูตรการคำนวณอัตราส่วนแบ่งการตลาด โดยมูลค่าการนำเข้าสินค้า k ในสูตรการคำนวณจะแทนค่าด้วยมูลค่าการนำเข้าสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับแกน Y นั้นแสดงถึงอัตราการขยายตัว จุดกึ่งกลางบนแกน Y สามารถหาได้จากสูตรการคำนวณอัตราการขยายตัวโดยมูลค่าสินค้านานยนต์ คือมูลค่าสินค้านักอุตสาหกรรมยานยนต์ทุกชนิด

X : ส่วนแบ่งตลาด

ดาวรุ่ง (Stars)	ปริศনী (Question Marks)
วัวทำเงิน (Cash Cows)	สุนัข (Dogs)

Y : อัตราการขยายตัว

ภาพที่ 2.4 จุดกึ่งกลางของตารางบีซีจี

การทำอัตราส่วนแบ่งการตลาดสำหรับยานยนต์ที่ต้องการศึกษา ให้แทนค่ามูลค่าสินค้านำเข้า k ด้วยมูลค่าการนำเข้ายานยนต์จากไทย และการหาค่าอัตราการขยายตัว ให้แทนค่ามูลค่าสินค้านานยนต์ด้วยมูลค่าการนำเข้ายานยนต์จากไทย นำค่าที่ได้มาเปรียบเทียบกับค่ากลางเพื่อศึกษาว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ทำการศึกษาตกอยู่ในตำแหน่งใด มีส่วนแบ่งการตลาด และอัตราการขยายตัวเป็นเช่นใด โดยตำแหน่งต่าง ๆ ที่กำหนด ได้แก่ ปริศনী ดาวรุ่ง วัวทำเงิน และสุนัข

ปริศনী หมายถึง อุตสาหกรรมยานยนต์มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำ แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง ต้องตัดสินใจว่าจะทำให้เข้มแข็งขึ้นหรือขายธุรกิจนี้

ดาวรุ่ง หมายถึง อุตสาหกรรมยานยนต์มีโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำกำไรในระยะยาว มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

วัวทำเงิน หมายถึง อุตสาหกรรมยานยนต์มีส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตต่ำ ควรรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้

สุนัข หมายถึง อุตสาหกรรมยานยนต์มีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพัทธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตช้า หรือไม่เติบโต (Slow or No Market - Growth Industry)

2. การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เป็นค่าที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศใดประเทศหนึ่ง ในสินค้าใด ๆ โดยใช้อัตราการส่งออกส่งออกสินค้าตามความชำนาญเฉพาะอย่าง ดัชนี RCA นี้เป็นการอธิบายอัตราส่วนของส่วน

แบ่งของสินค้า i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ k ต่อส่วนแบ่งของสินค้า i จากการส่งออกทั้งหมดของโลก w จากวิธีการดังกล่าว นำมาเขียนใหม่เพื่อคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าส่งออkeyานยนต์ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ สำหรับตลาดนำเข้าโลก โดยแยกตามประเภทของสินค้านยนต์ที่ส่งออก ตามสูตรดังต่อไปนี้

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

โดยที่ RCA_{ki} คือดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของประเทศ i

X_{ki} คือมูลค่าการส่งออกสินค้านยนต์ประเภท k ของประเทศ i

X_i คือมูลค่าการส่งออกสินค้านยนต์ทั้งหมด ของประเทศ i

X_{kw} คือมูลค่าการนำเข้าสินค้านยนต์ k ทั้งหมดในตลาดโลก

X_w คือมูลค่าการนำเข้าสินค้านยนต์ ทั้งหมดในตลาดโลก

ถ้าค่า $RCA = 1$ แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของ ประเทศ i เท่ากับสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของโลก

ถ้าค่า $RCA > 1$ แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของประเทศ i มากกว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของโลก หมายความว่า สินค้านยนต์ประเภท k ในประเทศนั้น มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ส่งสินค้านยนต์ประเภท k

ถ้าค่า $RCA < 1$ แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของประเทศ i น้อยกว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออkeyานยนต์ประเภท k ของโลก หมายความว่า สินค้านยนต์ประเภท k ในประเทศนั้น มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออkeyานยนต์ประเภท k

3. การวิเคราะห์ศักยภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยนำผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG มาพิจารณาร่วมกัน สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ โอกาสการขยายการส่งออก อุตสาหกรรมยานยนต์จากไทย และเปรียบเทียบด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ภาพที่ 2.5)

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ I มีค่า $RCA > 1$ อยู่ในตำแหน่งสูง สรุปรว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีศักยภาพต่ำหรือสูง

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ II มีค่า $RCA > 1$ อยู่ในตำแหน่งวัวทำเงิน สรุปว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีศักยภาพต่ำหรือสูง

	สุนัข	วัวทำเงิน	ปรีศนี	ดาวรุ่ง
$RCA > 1$ ค่าเพิ่มขึ้น (+)	สรุปไม่ได้ 1 I	สรุปไม่ได้ 2 II	ศักยภาพสูง III	ศักยภาพสูงมาก IV
$RCA < 1$ ค่าลดลง (-)	ศักยภาพต่ำมาก V	ศักยภาพต่ำ VI	สรุปไม่ได้ VII	ศักยภาพปานกลาง VIII

ภาพที่ 2.5 การแบ่งส่วนต่างๆ จากผลลัพธ์ของค่า RCA และค่าตารางพีซีจี

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ III มีค่า $RCA > 1$ อยู่ในตำแหน่งปรีศนี สรุปได้ว่ามีศักยภาพสูง
 หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ IV มีค่า $RCA > 1$ อยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง สรุปว่ามีศักยภาพสูงมาก
 หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ V มีค่า $RCA < 1$ อยู่ในตำแหน่งสุนัข สรุปได้ว่ามีศักยภาพต่ำมาก
 หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ VI มีค่า $RCA < 1$ อยู่ในตำแหน่งวัวทำเงิน สรุปได้ว่ามีศักยภาพต่ำ
 หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ VII มีค่า $RCA < 1$ อยู่ในตำแหน่งปรีศนี สรุปว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีศักยภาพต่ำหรือสูง

หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งที่ VIII มีค่า $RCA < 1$ อยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง สรุปได้ว่ามีศักยภาพปานกลาง

บทที่ 3

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ในบทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับ ประวัติของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตลอดจนสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยใช้ข้อมูลจากกรมการค้าไทย และการสืบค้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลวารสาร เอกสารรายงานการวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยและการแข่งขันกับประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.1 ประวัติของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

3.1.1 ยุคเริ่มแรก (ปี 2440 – 2504)

ในอดีตประเทศไทยไม่มีอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ จึงต้องนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ โดยมีการนำเข้ารถยนต์มาใช้เป็นครั้งแรกในปี 2440 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ผู้นำเข้าเป็นชนชั้นสูงในสังคมเช่น เจ้าพระวงศ์ และข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นการนำเข้ารถโดยสารส่วนบุคคลประกอบสำเร็จ ในขณะเดียวกันยังมีการนำเข้ารถบรรทุกสำหรับใช้ในราชการอีกด้วย ความต้องการใช้รถยนต์ของประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นทุกปี ก่อให้เกิดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก รัฐบาลในสมัยนั้นได้ตระหนักถึงปัญหานี้ จึงริเริ่มการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย

3.1.2 ยุคสนับสนุนการลงทุน (ปี 2504 – 2512)

อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยเริ่มต้นขึ้นในปี 2504 อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนโยบายการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าของรัฐบาลในสมัยนั้น โดยได้มีการส่งเสริมการลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศ มีการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านอากรขาเข้า และภาษีการค้าของชิ้นส่วนและอุปกรณ์แบบถอดแยกครบชุด ผลจากการส่งเสริมนี้ทำให้บริษัทรถยนต์จากต่างประเทศ อาทิ ฟอร์ด เมอซิดেসเบนซ์ เฟียต มิตซูบิชิ โตโยต้า และ ฮิซุซุ ได้ขอรับการสนับสนุนการลงทุนตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย โดยการลงทุนนั้นจะเป็นทั้งในลักษณะการลงทุน โดยผู้ประกอบการคนไทยเองทั้งหมด และเป็นการลงทุนระหว่างคนไทยและบริษัทในต่างประเทศ ในระยะแรกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เป็นการนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบรถยนต์แบบถอดแยกครบชุด จากบริษัทแม่ในต่างประเทศมาประกอบเป็นรถยนต์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายในประเทศ โดยในยุคนั้นชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศมีเพียงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่กี่ชนิด และปริมาณการผลิตมีจำนวนน้อยมาก เช่น ยางรถยนต์ สปริง แบตเตอรี่ ดังนั้น เพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้า และการขาดดุลทางการค้า รัฐบาลจึงได้เริ่มที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ในระยะต่อมา ในปี 2508 รัฐบาลได้สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ และเพื่อส่งเสริมการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ให้มีระบบและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ขึ้นในปี 2512 ซึ่งบทบาทของคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์นี้ยังได้ครอบคลุมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์อีกด้วย

3.1.3 ยุคให้ความสำคัญคุ้มครองกับอุตสาหกรรมภายในประเทศ (ปี 2512 – 2530)

ผลจากการสนับสนุนการลงทุนตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นเองภายในประเทศของรัฐบาล ทำให้ขณะนั้นประเทศไทยมีโรงงานประกอบรถยนต์ถึง 11 โรงงาน มีกำลังการผลิตเพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ ในปี 2512 รัฐบาลจึงได้ประกาศยกเลิกการสนับสนุนการลงทุนสร้างโรงงานประกอบรถยนต์ และหันมาให้การสนับสนุนแก่อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบภายในประเทศ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานของภาครัฐอื่น ๆ เพื่อออกมาตรการต่างๆ สำหรับปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศ

ในปี 2514 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศจำกัดแบบรถยนต์ที่ประกอบภายในประเทศ แต่ได้มีการกำหนดนโยบายให้รถยนต์ที่ประกอบภายในประเทศต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตได้ภายในประเทศ ในอัตราส่วนร้อยละ 25 ของมูลค่าชิ้นส่วนรถยนต์ทั้งหมด

ในปี 2521 ได้มีการให้ความสำคัญคุ้มครองแก่อุตสาหกรรมยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้น โดยมีประกาศห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปบางชนิดที่มีการผลิตภายในประเทศ มีการเพิ่มมาตรการด้านภาษี โดยปรับปรุงอัตราอากรขาเข้าของรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้รถยนต์นั่งใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50

ในปี 2527 ได้มีการนํานโยบายการจำกัดรุ่น และแบบของรถยนต์มาใช้อีกครั้งหนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการมีการผลิตมากแบบเกินไป อันจะนำไปสู่การผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนประกอบ

มาตรการและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องแต่การคุ้มครองอุตสาหกรรมของรัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการผลิตมอานาจผูกขาดในระดับหนึ่ง ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต เพราะไม่ต้องเผชิญกับคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด อีกทั้งนโยบายการคุ้มครองอุตสาหกรรมในขณะนั้น อยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เติบโตไม่มากนัก และปริมาณความต้องการยังมีน้อย แต่เมื่อปี 2530 เศรษฐกิจของประเทศไทยเริ่มเติบโตขึ้น ความต้องการใช้รถยนต์เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับในขณะนั้นเริ่มมีกระแสของการค้าเสรีเกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศต่าง ๆ ได้รวมตัวกันเพื่อกำหนดมาตรการให้เกิดการค้าเสรี ส่งผลให้การแข่งขันกันผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และสถานการณ์เศรษฐกิจของโลก รัฐบาลจึงได้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศขึ้น

3.1.4 ยุคเตรียมพร้อมสู่การเปิดเสรีทางการค้า (ปี 2530 – 2535)

ตลาดรถยนต์ของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวสูง ปริมาณความต้องการใช้รถยนต์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ทำให้กำลังการผลิตภายในประเทศไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของตลาด รัฐบาลจึงได้ประกาศใช้นโยบายการค้าเสรีมากขึ้น โดยยกเลิกการจำกัดรุ่น และ แบบของรถยนต์ และในปี 2534 ได้ยกเลิกการห้ามนำเข้ารถยนต์ต่ำกว่า 2,300 ซีซี อีกทั้งยังได้การปรับโครงสร้างภาษีศุลกากรนำเข้ารถยนต์ประกอบสำเร็จรูป และส่วนประกอบรถยนต์ และยังได้ยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ จากมาตรการต่างๆที่จะรองรับการเปิดเสรีทางการค้านี้ ผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ ต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการแข่งขันที่รุนแรงในอนาคต

3.1.5 ยุคแห่งการแข่งขันและส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก (ปี 2536 – ปัจจุบัน)

ภายหลังจากยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ รัฐบาลได้ใช้นโยบายเปิดการค้าเสรีกับอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น โดยได้มีการยกเลิกการใช้นโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศสำหรับรถยนต์นั่ง ทำให้ผู้ประกอบการรถยนต์สามารถนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ได้อย่างเสรี อีกทั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ให้การสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์เพิ่มขึ้น เพื่อต้องการให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออก จากการสนับสนุนดังกล่าวทำให้บริษัทแม่ของอุตสาหกรรมและชิ้นส่วนได้เข้ามาขยายการลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตอย่างมาก อีกทั้งยังมีการลงทุนจากบริษัทใหม่ๆ ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างบริษัทต่างๆ จึงต้องเร่งผลิตสินค้าให้มีคุณภาพระดับโลก เพื่อการส่งออกอีกด้วย

3.2 สภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยมีมูลค่าคิดเป็น 10 % ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ (GDP) และประเทศไทยยังเป็นฐานการผลิตที่มีกำลังการผลิตติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อสังคม ด้วยการสร้างแรงงานมีฝีมือและก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตระดับสูง และเมื่อก้าวเข้า

ผู้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ จะเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทย โดยในปี 2555 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถผลิตรถยนต์ได้มากกว่า 2 ล้านคัน โดยมีโปรดัคส์แชมป์เปี้ยน คือ รถปิกอัพ และอีโคคาร์ รวมถึงการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังทั่วโลก

ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ ประจำเดือน สิงหาคม ถึง ตุลาคม ปี 2555 (ตารางที่ 3.1) มีปริมาณการขายทั้งสิ้น 142,839 คันเป็นยอดขายสูงสุดที่สุดของสถิติยอดขายในประเทศไทยและยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงยิ่งขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากความนิยมในรถยนต์รุ่นใหม่ และนโยบายสนับสนุนจากรัฐ ประกอบกับกำลังการผลิตของผู้ผลิตรยนต์ทุกค่ายกลับเข้าสู่สภาวะปกติ ทำให้สามารถส่งมอบรถยนต์ให้กับลูกค้าได้มากขึ้น

ตารางที่ 3.1 ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ ประจำเดือนสิงหาคม - ตุลาคม ปี 2555

อันดับ	รถยนต์	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	TOYOTA	44,413	46,483	48,978	34.29
2	HONDA	18,162	19,465	21,265	14.12
3	ISUZU	18,933	17,046	20,170	12.27
4	MITSUBISHI	11,653	11,494	13,640	9.55
5	NISSAN	8,453	11,701	12,701	8.89
6	MAZDA	7,291	7,237	7,202	5.04
7	CHEVROLET	7,331	7,177	6,707	4.44
8	FORD	6,175	4,877	4,334	3.03
9	SUZUKI	2,666	2,850	3,470	2.43
10	BENZ	654	524	604	0.42
11	BMW	502	531	529	0.37
12	TATA	400	392	391	0.27
13	อื่น ๆ	2,973	2,903	2,848	-
14	รวม	129,606	132,680	142,839	-

ที่มา: (<http://www.toyota.co.th>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียนมีบทบาทในเวทีเศรษฐกิจและการค้าโลกมากขึ้นโดยลำดับ โดยเฉพาะหลังจากที่อาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภายในปี 2558 โดยมีแนวคิดที่ว่าอาเซียนจะกลายเป็นเขตการผลิตเดียวและตลาดเดียว นั่นหมายถึงจะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี สามารถดำเนินกระบวนการผลิตที่ไหนก็ได้ โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานร่วมกันในการผลิต มีมาตรฐานสินค้า กฎเกณฑ์ กฎระเบียบเดียวกัน จากความสำคัญดังกล่าวจะทำให้ AEC กลายเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ เป็นฐานการผลิตและการส่งออกสินค้าที่สำคัญของโลก นอกจากนี้การรวมตัวเป็นเขตการผลิตเดียวและตลาดเดียว จะช่วยดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้ามาในอาเซียนมากขึ้น โดยเมื่อเปรียบเทียบดุลการค้าของไทยกับประเทศในอาเซียน (ตารางที่ 3.2) จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเกินดุลการค้า โดยเฉพาะสินค้าในส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นเกินดุลการค้ามากขึ้น แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน

ตารางที่ 3.2 มูลค่าการส่งออก นำเข้า และดุลการค้าของไทยกับอาเซียน ประจำปี 2555

เดือน	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท)	ดุลการค้า (ล้านบาท)
มกราคม	124,826	75,435	49,391
กุมภาพันธ์	153,474	101,830	51,644
มีนาคม	151,653	127,649	24,004
เมษายน	136,737	106,617	30,119
พฤษภาคม	165,342	109,926	55,417
มิถุนายน	151,883	96,453	55,431
กรกฎาคม	149,163	106,233	42,930
สิงหาคม	142,921	112,143	30,778
กันยายน	141,486	104,423	37,062
ตุลาคม	148,930	116,726	32,204
พฤศจิกายน	146,468	104,293	42,176
ธันวาคม	139,823	99,065	40,758

ที่มา : (<http://www2.ops3.moc.go.th/#>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศต่าง ๆ อาเซียน พบว่ามีกำลังการผลิต 3,102,107 คัน ในปี 2554 และเมื่อพิจารณาในด้านการผลิตรถยนต์ในแต่ละประเทศนั้น พบว่าประเทศไทยมีปริมาณการผลิตสูงสุดต่อเนื่องมาตลอดโดยและในปี 2554 สามารถผลิตได้ 1,645,304 คัน คิดเป็นร้อยละ 53.03 รองลงมาคือ อินโดนีเซีย มีสัดส่วนร้อยละ 22.26 และมาเลเซีย มีสัดส่วนร้อยละ 18.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 ปริมาณการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศในอาเซียน

หน่วย : คัน

ประเทศ	2551	2552	2553	2554	ร้อยละ
ไทย	1,287,379	1,394,029	999,378	1,645,304	53.03
อินโดนีเซีย	411,638	600,844	464,816	702,508	22.26
มาเลเซีย	441,678	530,810	489,269	567,715	18.30
เวียดนาม	75,249	115,038	107,760	106,166	3.42
ฟิลิปปินส์	49,492	63,621	62,523	80,477	2.59
รวม	2,265,436	2,704,342	2,123,746	3,102,170	100.00

ที่มา : (<http://www.thaiauto.or.th/2012/>)

ด้านการส่งออกสินค้ายานยนต์ของไทยไปประเทศสมาชิกอาเซียนในปี 2553 มีมูลค่ารวม 3,985 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคคล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.89 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนยานยนต์ มีสัดส่วนร้อยละ 31.56 และ รถกระบะ มีสัดส่วนร้อยละ 15.46 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.4)

ตารางที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกสินค้าแต่ละประเภทของไทยไปสู่ประเทศในอาเซียน

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

รหัส	รายการ	2550	2551	2552	2553	ร้อยละ
8703	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	1,185	1,583	1,186	2,108	52.89
8708	ชิ้นส่วนยานยนต์	971	1,237	874	1,258	31.56
8704	รถกระบะ	233	487	353	616	15.46
8707	ตัวถังรถยนต์	5	7	3	3	0.09
	รวม	2,394	3,314	2,416	3,985	100.00

ที่มา : (<http://www.thaiauto.or.th/2012/>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาด้านมูลค่าการส่งออกสินค้ายานยนต์ของไทย แยกตามแต่ละประเทศ ในอาเซียน ปี 2553 พบว่าสามารถส่งออกไปประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 1,784.50 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.91 รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย 1,228.70 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.80 (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 มูลค่าส่งออกสินค้ายานยนต์ของไทยไปสู่ประเทศในอาเซียน

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	ร้อยละ
อินโดนีเซีย	1,027.30	1,530.40	852.10	1,784.50	38.91
มาเลเซีย	653.40	960.40	830.50	1,228.70	26.80
ฟิลิปปินส์	534.50	640.90	658.00	1,012.70	22.09
เวียดนาม	91.40	142.60	238.50	232.50	5.07
ลาว	138.60	187.80	186.50	206.60	4.51
พม่า	18.10	27.30	65.80	72.90	1.59
บรูไน	29.10	34.00	40.00	47.20	1.03

ที่มา : (<http://www.thaiauto.or.th/2012/>)

3.4 ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันตามแบบจำลองรูปเพชร ซึ่งมีปัจจัยที่บ่งชี้ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 4 กลุ่มตัวแปร ได้แก่ เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน มีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต

1. ทรัพยากรมนุษย์

1.1 จำนวนแรงงาน ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านจำนวนแรงงานคือประเทศอินโดนีเซีย มีจำนวนแรงงาน 135 ล้านคน รองลงมาเป็น เวียดนาม มีจำนวนแรงงาน 48 ล้านคน และฟิลิปปินส์ มีจำนวนแรงงาน 47 ล้านคน ตามลำดับ ส่วนไทยมีขนาดแรงงานที่ใหญ่

เป็นอันดับ 4 ในอาเซียน โดยมีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น 42 ล้านคน (ตารางที่ 3.6) ส่วนประเทศที่เสียเปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ประเทศ บรูไน สิงคโปร์ และ ลาว ตามลำดับ

ตารางที่ 3.6 จำนวนแรงงานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในอาเซียน

ประเทศ	จำนวนแรงงาน (พันคน)	ลำดับความได้เปรียบ
อินโดนีเซีย	135,954	1
เวียดนาม	48,691	2
ฟิลิปปินส์	47,886	3
ไทย	42,407	4
พม่า	31,360	5
มาเลเซีย	15,384	6
กัมพูชา	7,340	7
ลาว	2,835	8
สิงคโปร์	2,474	9
บรูไน	251	10

ที่มา : (http://www.asean.org/images/archive/documents/asean_statistical_2010.pdf)

1.2 ทักษะของแรงงาน จากการศึกษาทั้ง 10 ประเทศอาเซียน พบว่ามีความแตกต่างทางการศึกษาค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาดัชนีการพัฒนามนุษย์โดย United Nations Development Program เกี่ยวกับดัชนีการศึกษาที่จัดอันดับจากทั้งหมด 187 ประเทศ พบว่าสิงคโปร์และบรูไน อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนามนุษย์ระดับสูงมาก ตามด้วยมาเลเซีย ซึ่งอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนามนุษย์ระดับสูง ส่วนกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนามนุษย์ระดับปานกลางได้แก่ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม ลาว และ กัมพูชา ส่วนพม่า ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนามนุษย์ในระดับต่ำ (ตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.7 ดัชนีการพัฒนามนุษย์ ของประเทศไทยกับคู่แข่งในอาเซียน

ประเทศ	ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (Human Development Index)	ลำดับความได้เปรียบ
สิงคโปร์	0.866	1
บรูไน	0.838	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.7 (ต่อ)

ประเทศ	ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (Human Development Index)	ลำดับความได้เปรียบ
มาเลเซีย	0.761	3
ไทย	0.682	4
ฟิลิปปินส์	0.644	5
อินโดนีเซีย	0.617	6
เวียดนาม	0.593	7
ลาว	0.524	8
กัมพูชา	0.523	9
พม่า	0.483	10

ที่มา : (http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Tables.pdf)

1.3 ค่าแรง ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางด้านค่าจ้างแรงงาน ได้แก่ ประเทศ พม่า โดยมีค่าแรงอยู่ที่ 0.5 เหรียญสหรัฐ/วัน รองลงมาเป็น กัมพูชา มีค่าแรงอยู่ที่ 2.0 เหรียญสหรัฐ/วัน ส่วนประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ 7 มีค่าแรง 9.6 เหรียญสหรัฐ/วัน (ตารางที่ 3.8)

ตารางที่ 3.8 ค่าแรงของแรงงานไทยกับประเทศคู่แข่งในอาเซียน

ประเทศ	ค่าแรง (เหรียญสหรัฐ/วัน)	ลำดับความได้เปรียบ
พม่า	0.5	1
กัมพูชา	2.0	2
เวียดนาม	2.5	3
ลาว	3.0	4
อินโดนีเซีย	5.0	5
มาเลเซีย	8.4	6
ไทย	9.6	7
ฟิลิปปินส์	9.7	8
สิงคโปร์	61.7	9
บรูไน	NA	NA

ที่มา : (<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/keatanun/20120406>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ทรัพยากรด้านความรู้

2.1 เมื่อพิจารณาการอำนวยความสะดวกด้านการวิจัยและพัฒนา จากการจัดลำดับของ The Global Competitiveness Report ซึ่งมีทั้งหมด 139 ประเทศ พบว่าประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 4 ส่วนลาวและพม่า ไม่มีข้อมูลด้านนี้ (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 อันดับความสามารถในการอำนวยความสะดวกด้านการวิจัยและพัฒนา

หน่วย : ลำดับ

ประเทศ	การอำนวยความสะดวกด้านการวิจัยและพัฒนา	ลำดับความได้เปรียบ
สิงคโปร์	19	1
มาเลเซีย	25	2
อินโดนีเซีย	52	3
ไทย	69	4
ฟิลิปปินส์	77	5
เวียดนาม	104	6
กัมพูชา	111	7
บรูไน	115	8
ลาว	NA	NA
พม่า	NA	NA

ที่มา : (<http://prp.trf.or.th/ContentView.aspx?id=175&page=1>)

2.2 การลงทุนในด้านของภาคเอกชน จากการจัดลำดับโลกของ The Global Competitiveness Report ซึ่งมีทั้งหมด 139 ประเทศ พบว่าประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 7 ซึ่งอยู่ในลำดับที่ดีกว่าเพียงประเทศ กัมพูชา เท่านั้น (ตาราง ที่ 3.10) แสดงว่าประเทศไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันทางด้านนี้มาก

3. ทรัพยากรทางด้านเงินทุน

3.1 มูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ นับเป็นแหล่งเงินทุนแหล่งหนึ่งของอุตสาหกรรม ซึ่งอุตสาหกรรมต่างๆ สามารถระดมทุนโดยผ่านตลาดหลักทรัพย์เพื่อนำไปใช้ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจการของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ อาจเป็นแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนต่างประเทศที่สนใจเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศนั้นๆ ซึ่งอุตสาหกรรมของประเทศนั้นๆ ก็จะได้รับประโยชน์จากการไม่มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและไม่ต้องเสียดอกเบี้ย จากการศึกษาพบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันคือประเทศสิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มีมูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เฉลี่ยต่อปี สูงที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 3.11)

ตารางที่ 3.10 อันดับความสามารถในการลงทุนด้านการอบรมและพัฒนากำลังคนภาคเอกชน

หน่วย : ลำดับ

ประเทศ	การลงทุนในด้านการอบรมและพัฒนากำลังคนของภาคเอกชน	ลำดับความได้เปรียบ
สิงคโปร์	4	1
มาเลเซีย	13	2
อินโดนีเซีย	36	3
ฟิลิปปินส์	46	4
เวียดนาม	58	5
บรูไน	60	6
ไทย	62	7
กัมพูชา	92	8
ลาว	NA	NA
พม่า	NA	NA

ที่มา : (<http://prp.trf.or.th/ContentView.aspx?id=175&page=1>)

ตารางที่ 3.11 มูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เฉลี่ยต่อปี ของประเทศต่างๆ ในอาเซียน

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	ลำดับความได้เปรียบ
สิงคโปร์	384,226	270,904	252,265	282,142	253,771	1
ไทย	108,210	116,768	134,938	217,948	232,441	2
อินโดนีเซีย	112,851	110,677	115,309	129,546	139,617	3
มาเลเซีย	150,002	85,213	72,970	90,197	128,908	4
ฟิลิปปินส์	29,251	17,212	17,195	26,775	32,851	5
เวียดนาม	12,583	6,502	21,705	17,191	5,717	6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.11 (ต่อ)

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	ลำดับความได้เปรียบ
บรูไน	NA	NA	NA	NA	NA	NA
ลาว	NA	NA	NA	NA	NA	NA
พม่า	NA	NA	NA	NA	NA	NA
กัมพูชา	NA	NA	NA	NA	NA	NA

ที่มา : (<http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>)

3.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

เป็นต้นทุนของอุตสาหกรรมในประเทศนั้น ๆ เนื่องจากดอกเบี้ยเป็นค่าใช้จ่ายที่อุตสาหกรรมจะต้องจ่ายในการกู้ยืมเงิน ประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยแหล่งเงินกู้ต่ำกว่า จะมีความได้เปรียบในด้านต้นทุน จากการศึกษาประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันคือประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และ บรูไน ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 4 (ตารางที่ 3.12)

ตารางที่ 3.12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของประเทศต่างๆ ในอาเซียน

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	ลำดับความได้เปรียบ
สิงคโปร์	5	5	5	5	5	1
มาเลเซีย	6	6	5	5	5	2
บรูไน	6	6	6	6	6	3
ไทย	7	7	6	6	7	4
ฟิลิปปินส์	9	9	9	8	7	5
อินโดนีเซีย	14	14	14	13	12	6
เวียดนาม	11	16	10	13	17	7
พม่า	17	17	17	17	16	8
ลาว	29	24	25	23	NA	9
กัมพูชา	NA	NA	NA	NA	NA	NA

ที่มา : (<http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านระบบสาธารณูปโภค

ระบบสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ จะเป็นสิ่งที่รองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม ประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคจะสามารถรองรับการขยายตัวได้ดี และรวดเร็วกว่าประเทศที่ระบบสาธารณูปโภคยังไม่พร้อม การพิจารณา ระดับของ สาธารณูปโภคจะพิจารณาจากระบบไฟฟ้า และ โครงข่ายถนน

4.1 ไฟฟ้า พลังงานไฟฟ้าเป็นสิ่งสำคัญในโรงงานอุตสาหกรรมและเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ ซึ่งค่าไฟฟ้าที่ถูกก็ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่ำ โดยจะศึกษาเกี่ยวกับอัตราค่าไฟฟ้า จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ ลาว มีอัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 0.0344 ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลวัตต์ชั่วโมง รองลงมาเป็น อินโดนีเซีย และไทย ตามลำดับ (ตารางที่ 3.13)

ตารางที่ 3.13 อัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของประเทศต่างๆ ในอาเซียน

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ / กิโลวัตต์ชั่วโมง

ประเทศ	อัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ย	ลำดับความได้เปรียบ
ลาว	0.0344	1
อินโดนีเซีย	0.0472	2
ไทย	0.0672	3
มาเลเซีย	0.0701	4
ฟิลิปปินส์	0.0987	5
กัมพูชา	0.1600	6
สิงคโปร์	0.2132	7
บรูไน	NA	NA
พม่า	NA	NA
เวียดนาม	NA	NA

ที่มา : (<http://www.energythai.com/2012/thailand-naturalgas-electricity-asean/>)

4.2 โครงข่ายถนน เส้นทางคมนาคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการขนส่ง และกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ดังนั้น ประเทศที่มีเส้นทางคมนาคมขนส่งที่สะดวกย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการสินค้าภายในประเทศได้อย่างรวดเร็ว จากการศึกษพบว่าประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันได้แก่ประเทศ อินโดนีเซีย มีโครงข่ายถนนที่มากที่สุด 476,300 กิโลเมตร รองลงมาคือ เวียดนาม มีโครงข่ายถนนที่ 301,000 กิโลเมตร และ มาเลเซีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีโครงข่ายถนนที่ 157,167 กิโลเมตร ตามลำดับ ส่วนไทย อยู่ในลำดับที่ 5 มีโครงข่ายถนน 114,437 กิโลเมตร (ตารางที่ 3.14) ดังนั้นไทยเราจึงควรเร่งพัฒนาและขยายโครงข่ายถนนให้สามารถแข่งขันกับประเทศในอาเซียนได้

ตารางที่ 3.14 โครงข่ายถนนของประเทศต่างๆในอาเซียน

ประเทศ	โครงข่ายถนน (กิโลเมตร)	ลำดับความได้เปรียบ
อินโดนีเซีย	476,300	1
เวียดนาม	301,000	2
มาเลเซีย	157,167	3
พม่า	150,800	4
ไทย	114,437	5
กัมพูชา	44,900	6
ลาว	41,030	7
ฟิลิปปินส์	31,359	8
สิงคโปร์	3,412	9
บรูไน	3,127	10

ที่มา : (http://www.asean.org/images/2013/resources/statistics/statistical_publication/ASEAN)

5. วัตถุประสงค์ในการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์

วัตถุประสงค์ที่สำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์ คือ ชิ้นส่วนยานยนต์ ดังนั้นการที่อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศใดสามารถใช้วัตถุประสงค์ในการผลิตจากในประเทศมากก็จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันทั้งในด้านราคาที่ดีกว่า การประหยัดภาษีนำเข้า ตลอดจนส่งผลให้เกิดการสนับสนุนอุตสาหกรรมชิ้นส่วนภายในประเทศด้วย โดยประเทศที่มีความได้เปรียบแข่งขันทางด้านวัตถุประสงค์ในการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์สูงสุด ได้แก่ ประเทศไทย แสดงให้เห็นได้ว่าประเทศไทยได้พัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนภายในประเทศให้สามารถผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้มีคุณภาพ และเพียงพอกับความต้องการในประเทศ รองลงมาคือประเทศ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และ ฟิลิปปินส์ ตามลำดับ (ตารางที่ 3.15)

ตารางที่ 3.15 สัดส่วนการนำเข้าและใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศต่างๆในอาเซียน

ประเทศ	การนำเข้าชิ้นส่วน (ร้อยละ)	การใช้ชิ้นส่วน ในประเทศ (ร้อยละ)	ลำดับความได้เปรียบ
ไทย	16	84	1
มาเลเซีย	20	80	2
อินโดนีเซีย	24	76	3
ฟิลิปปินส์	27	73	4
เวียดนาม	90	10	5
พม่า	NA	NA	NA
บรูไน	NA	NA	NA
สิงคโปร์	NA	NA	NA
กัมพูชา	NA	NA	NA
ลาว	NA	NA	NA

ที่มา : (http://www.thaiautoparts.or.th/download/Asian_Auto_Market1.pdf)

3.4.2 เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์

ขนาดของตลาดในประเทศที่มีขนาดใหญ่ จะสามารถนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านต้นทุน ซึ่งเกิดจากการประหยัดจากขนาด หรือการเรียนรู้ จากการพัฒนาในด้านเทคโนโลยี และการปรับปรุงเพื่อเพิ่มผลผลิต จากข้อมูลปริมาณรถยนต์ต่อจำนวนประชากร 1,000 คน ภายในประเทศต่าง ๆ พบว่าความต้องการรถยนต์ในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในด้านขนาดของอุปสงค์ภายในประเทศสูงสุด ได้แก่มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย ตามลำดับ (ตารางที่ 3.16)

3.4.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

จำนวนอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการผลิต เช่น การส่งมอบที่รวดเร็ว การเข้าถึงวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ โดยสามารถพิจารณาจากจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ซึ่งเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอุตสาหกรรมสนับสนุน และ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดี จากการศึกษาพบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ ประเทศไทยซึ่งมีผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน 706 ราย ตามมาด้วยประเทศมาเลเซีย มีผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน 280 ราย และอินโดนีเซีย มีผลิตชิ้นส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยานยนต์จำนวน 166 ราย ตามลำดับ (ตารางที่ 3.17) ส่วนประเทศ พม่า บรูไน สิงคโปร์ กัมพูชา และลาว ไม่พบข้อมูลด้านนี้

ตารางที่ 3.16 ปริมาณรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศต่างๆในอาเซียน

ประเทศ	ปริมาณรถยนต์ต่อประชากร (1,000 คน)	ลำดับความ ได้เปรียบ
มาเลเซีย	672	1
ไทย	432	2
อินโดนีเซีย	286	3
สิงคโปร์	185	4
ลาว	171	5
ฟิลิปปินส์	74	6
พม่า	39	7
บรูไน	38	8
กัมพูชา	17	9
เวียดนาม	17	9

ที่มา : (http://www.thaiautoparts.or.th/download/Asian_Auto_Market1.pdf)

ตารางที่ 3.17 จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศต่างๆในอาเซียน

ประเทศ	จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (ราย)	ลำดับความ ได้เปรียบ
ไทย	709	1
มาเลเซีย	280	2
อินโดนีเซีย	166	3
ฟิลิปปินส์	139	4
เวียดนาม	33	5
พม่า	NA	NA
บรูไน	NA	NA
สิงคโปร์	NA	NA
กัมพูชา	NA	NA
ลาว	NA	NA

ที่มา : (http://www.thaiautoparts.or.th/download/Asian_Auto_Market1.pdf)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.4 กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

สามารถพิจารณาจากปริมาณยอดขายภายในประเทศ เนื่องจากยอดขายภายในประเทศที่สูงแสดงให้เห็นได้ว่าภายในประเทศนั้น ๆ มีความต้องการ และการแข่งขันที่สูงเช่นกัน จากการศึกษาพบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้แก่ ประเทศไทย มียอดขายเฉลี่ยในปี 2554 และ 2555 อยู่ที่ 1,115,208 คัน รองลงมาเป็นอินโดนีเซีย อยู่ที่ 1,005,188 คัน และ มาเลเซีย 613,938 คัน ตามลำดับ (ตารางที่ 3.18)

ตารางที่ 3.18 ปริมาณยอดขายรถยนต์ภายในประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน

หน่วย : คัน

ประเทศ	2554	2555	เฉลี่ย	ลำดับความได้เปรียบ
ไทย	794,081	1,436,335	1,115,208	1
อินโดนีเซีย	894,164	1,116,212	1,005,188	2
มาเลเซีย	600,123	627,753	613,938	3
ฟิลิปปินส์	141,646	156,654	149,150	4
เวียดนาม	109,660	80,453	95,056	5
สิงคโปร์	39,570	37,247	38,408	6
บรูไน	14,555	18,634	16,594	7
กัมพูชา	NA	NA	NA	NA
ลาว	NA	NA	NA	NA
พม่า	NA	NA	NA	NA

ที่มา : (http://www.asean-autofed.com/files/AAF_Statistics_2012.pdf)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประกอบด้วย 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตามแนวคิด BCG Matrix

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์โดยนำผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG มาพิจารณาร่วมกัน

4.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

การศึกษาในส่วนนี้จะได้ครอบคลุมรายการสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ตามการแบ่งขอบเขตสินค้าของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (HS2007) ซึ่งได้ทำการระบุพิกัดสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในระบบพิกัดอัตราศุลกากร โดยทำการศึกษาสินค้านานยนต์ในพิกัดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยานยนต์ และศึกษาในช่วงเวลาปี 2551 - 2554 โดยใช้ข้อมูลจาก International Trade Center ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้านานยนต์ในประเทศสมาชิกอาเซียน(ตารางที่ 4.1) พบว่าค่าดัชนี RCA ของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าประเภท รถกระบะ ชิ้นส่วนยานยนต์ และยางรถยนต์ มีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ในส่วนของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพียงในปี 2553

ตารางที่ 4.1 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ แยกแต่ละประเภทของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ช่วงปี 2551 - 2554

พิกัด / ปี	ค่า RCA			
	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์
8703 รถยนต์นั่งส่วนบุคคล				
2551	0.775	0.025	0.235	0.050
2552	0.774	0.027	0.156	0.069
2553	1.015	0.033	0.184	0.070
2554	0.792	0.023	0.190	0.048

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

พิกัด / ปี	ค่า RCA			
	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์
8704 รถกระบะ				
2551	4.035	0.015	0.077	0.001
2552	4.021	0.018	0.073	0.005
2553	4.653	0.014	0.073	0.001
2554	3.592	0.012	0.145	0.014
8707 ตัวถังรถยนต์				
2551	0.140	0.077	0.013	0.023
2552	0.197	0.127	0.012	0.004
2553	0.227	0.195	0.003	0.005
2554	0.232	0.099	0.007	0.019
8708 ชิ้นส่วนยานยนต์				
2551	1.307	0.164	0.446	2.349
2552	1.151	0.206	0.424	2.165
2553	1.165	0.210	0.406	1.777
2554	1.094	0.199	0.299	2.353
4012 ยางรถยนต์				
2551	2.371	0.886	0.194	0.009
2552	2.029	0.556	0.382	0.115
2553	1.985	0.392	0.082	0.007
2554	2.466	1.043	0.059	0.013
8507 แบตเตอรี่				
2551	0.715	1.172	1.530	0.693
2552	0.652	0.945	1.343	0.835
2553	0.684	0.753	1.305	0.846
2554	0.670	0.681	1.193	1.080

ที่มา: (จากการคำนวณ โดยใช้ข้อมูลที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 1 – 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และในส่วนของ ตัวถักรถยนต์ และ แบตเตอรี่ พบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่ายังเสียเปรียบในสินค้าดังกล่าว

ประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าเพียงประเภทเดียวคือ แบตเตอรี่ โดยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 – 2554 ส่วนในประเภทสินค้าอื่น ๆ พบว่าอินโดนีเซียยังเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ประเทศฟิลิปปินส์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าประเภท ชิ้นส่วนยานยนต์ โดยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 – 2554 และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า แบตเตอรี่ เพียงในปี 2554

ประเทศมาเลเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าประเภท ยางรถยนต์เพียงในปี 2554 และ สินค้า แบตเตอรี่ เพียงในปี 2551

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในหลาย ๆ กลุ่มสินค้าแต่ยังต้องมีการพัฒนาเพื่อให้ครอบคลุมในทุก ๆ กลุ่มสินค้าต่อไป

4.2 การวิเคราะห์ตามแนวคิด BCG Matrix

การศึกษาค่าดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อเทียบกับคู่แข่งกัน แต่ทั้งนี้ยังมีปัจจัยภายในเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นจึงต้องทำการศึกษาต่อด้วย The Boston Consulting Group (BCG) Matrix ซึ่งเป็นการศึกษาถึงอัตราขยายตัว และอัตราส่วนแบ่งทางการตลาด (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 มูลค่าการนำเข้าของโลก อัตราขยายตัวเฉลี่ย และส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ย

(หน่วย : US Dollar thousand)

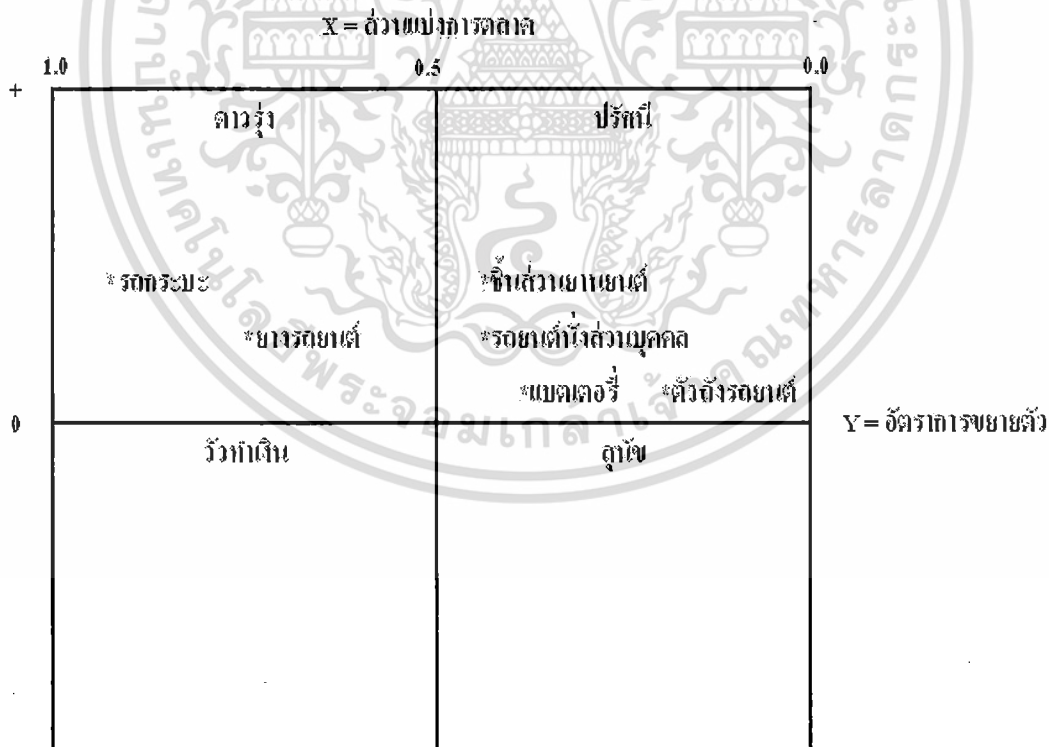
ปี พ.ศ.	สินค้าทุกชนิด	สินค้ายานยนต์
2551	16,404,280,307	1,228,105,323
2552	12,602,225,025	849,196,392
2553	15,336,348,737	1,061,512,767
2554	18,137,365,949	1,250,733,330
อัตราขยายตัวเฉลี่ย	5.59	3.99
ส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ย	1.03	6.13

ที่มา : (จากการคำนวณ โดยใช้ข้อมูลที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 1 – 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.59 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าสินค้ายานยนต์ที่มี อัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3.99 แต่กลับมีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยของสินค้ายานยนต์ 6.13 มากกว่าส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิด 1.03 ซึ่งมูลค่าการนำเข้าสินค้ายานยนต์ใน ปี 2552 มีมูลค่าลดลงเนื่องจากปัญหาจากภัยธรรมชาติที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย แต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

และจากการศึกษาพบว่า รถกระบะ และยางรถยนต์มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการส่งออกทั้ง 2 ประเภทนี้ของประเทศไทย (ภาพที่ 4.1) มีศักยภาพการแข่งขันสูงและมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยเฉพาะสินค้าประเภท ยางรถยนต์ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูง และอุตสาหกรรมมีการเติบโตสูง ส่วนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ตัวถังรถยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์ และ แบตเตอรี่ พบว่าอยู่ในตำแหน่งปริศนีสอดคล้องว่า ไทยมีโอกาพัฒนาสินค้าดังกล่าวให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในอาเซียนได้ โดยเฉพาะสินค้าประเภท ตัวถังรถยนต์ ซึ่งถือว่าเรายังมีส่วนแบ่งตลาดต่ำแต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง



ภาพที่ 4.1 ผลลัพธ์ของค่า RCA และค่าตารางบีซีจีของแต่ละผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การวิเคราะห์โดยนำผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG มาพิจารณาร่วมกัน

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตารางเป็นภาพรวม (ตารางที่ 4.3) โดยข้อมูลที่ศึกษาตั้งแต่ปี 2551 - 2554 ซึ่งคำนวณจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยเฉลี่ย (RCA เฉลี่ย) ซึ่งเมื่อศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยเฉลี่ยแล้วนำมาศึกษาต่อด้วยค่า BCG ซึ่งแปลผลได้ดังนี้

ปรีศนี หมายถึง มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำแต่แข่งขันในการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการเติบโตสูง ต้องตัดสินใจว่า จะทำให้เข้มแข็งขึ้น หรือขายธุรกิจการส่งออกนี้

ดาวรุ่ง ตำแหน่งนี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำให้กำไรในระยะยาวของการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของการส่งออกสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

วัวทำเงิน มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่แข่งขันในการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีอัตราการเติบโตต่ำ เรียกว่า วัวทำเงิน เพราะว่าหน่วยนี้ก่อให้เกิดเงินสดมากกว่าความต้องการใช้เงินสด ควรรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้

สุนัข มีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพัทธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีอัตราการเติบโตช้า หรือไม่เติบโต

ตารางที่ 4.3 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย แยกแต่ละประเภท

ประเภท	ส่วนแบ่ง ตลาด	ส่วนแบ่ง สัมพัทธ์	การเติบโต	ค่า RCA	ค่า BCG
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	0.999	0.220	13.060	< 1	ปรีศนี
รถกระบะ	4.530	1.000	7.262	> 1	ดาวรุ่ง
ตัวถังรถยนต์	0.294	0.065	29.781	< 1	ปรีศนี
ชิ้นส่วนยานยนต์	1.380	0.305	7.324	> 1	ปรีศนี
ยางรถยนต์	3.104	0.685	21.239	> 1	ดาวรุ่ง
แบตเตอรี่	0.850	0.188	8.322	< 1	ปรีศนี

ที่มา : (จากการคำนวณ โดยใช้ข้อมูลที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 1 - 9)

ซึ่งเมื่อนำค่าดัชนี RCA และ BCG Matrix มาวิเคราะห์ เพื่อหาโอกาสการขยายการส่งออก อุตสาหกรรมยานยนต์จากไทย และเปรียบเทียบด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ของอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่า ชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ในตำแหน่งที่ III มีค่า RCA > 1 อยู่ในตำแหน่ง ปรตณี สรุปได้ว่ามีศักยภาพสูง ส่วนในสินค้าประเภท รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และ ตัวถังรถยนต์ อยู่ในตำแหน่งที่ VII มีค่า RCA < 1 อยู่ในตำแหน่งปรตณี สรุปว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีศักยภาพ ต่ำหรือสูง และสินค้า รถกระบะ ยางรถยนต์ และ แบตเตอรี่ อยู่ในตำแหน่งที่ IV มีค่า RCA > 1 อยู่ในตำแหน่ง ดาวรุ่ง สรุปว่ามีศักยภาพสูงมาก (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ผลวิเคราะห์ค่าดัชนี RCA และ BCG Matrix

	สุนัข	วัวทำเงิน	ปรตณี	ดาวรุ่ง
RCA > 1 ค่าเพิ่มขึ้น (+)	สรุปไม่ได้ 1 I	สรุปไม่ได้ 2 II	ศักยภาพสูง ชิ้นส่วนยานยนต์ III	ศักยภาพสูงมาก รถกระบะ ยางรถยนต์ IV
RCA < 1 ค่าลดลง (-)	ศักยภาพต่ำมาก V	ศักยภาพต่ำ VI	สรุปไม่ได้ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ตัวถังรถยนต์ แบตเตอรี่ VII	ศักยภาพปานกลาง VIII

ที่มา : (จากการวิเคราะห์การแบ่งส่วนต่าง ๆ จากผลลัพธ์ของค่า RCA และค่าตารางบีซีจี)

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ BCG Matrix สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ในด้านวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ด้านโครงสร้างและสภาพการแข่งขัน โดยอยู่ในลำดับที่ 1 จากทั้งหมด 10 ประเทศ ส่วนในด้านค่าแรง การอบรมและพัฒนากำลังคน ประเทศไทยยังเสียเปรียบความสามารถในการแข่งขัน ส่วนประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านความต้องการหรืออุปสงค์ เนื่องจากมีปริมาณความต้องการรถยนต์ต่อประชากรสูงที่สุดที่ 672 คัน ต่อประชากร 1,000 คน และประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านระบบสาธารณสุขโลก ได้แก่ โครงข่ายถนน และจำนวนแรงงานที่มีมากที่สุด ในอาเซียนถึง 135 ล้านคน

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ประเภท รถกระบะ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการค้ามากที่สุด โดยมีค่าดัชนี $RCA > 1$ ตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา ส่วนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ประเทศไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉพาะในปี 2553 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาตามประเภทอื่นๆ พบว่า สินค้าระดับยนต์ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศไทย ตามลำดับ สินค้าประเภทยางรถยนต์ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตลอด 4 ปีที่ผ่านมา แต่ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในปี 2554 ส่วนสินค้าประเภทแบตเตอรี่ ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด และประเทศฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มมากขึ้น ส่วนสินค้าประเภทตัวถังรถยนต์ ทุกประเทศรวมทั้งประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา

ผลการวิเคราะห์ BCG Matrix พบว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.59 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าสินค้านานยนต์ที่มี อัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3.99 แต่กลับมีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยของสินค้านานยนต์ 6.13 มากกว่าส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิด 1.03 และเมื่อผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG มาพิจารณา ร่วมกันพบว่าในผลิตภัณฑ์ รถกระบะ และยางรถยนต์ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง โดยมีค่าดัชนี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RCA > 1 มีค่าการเติบโตเป็นบวก และ มีส่วนแบ่งสัมพัทธ์ > 0.5 สรุปได้ว่ามีศักยภาพสูงมาก เป็นสินค้าที่มีโอกาสที่ดีที่สุด ที่จะเติบโตและทำกำไรในระยะยาว ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ส่วนในสินค้าขึ้นส่วนยานยนต์ มีค่าดัชนี RCA > 1 มีค่าการเติบโตเป็นบวก แต่ มีส่วนแบ่งสัมพัทธ์ < 0.5 จึงอยู่ในตำแหน่งปรศนี สรุปได้ว่าสินค้ามีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำ แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง และในสินค้านั่งส่วนบุคคล ตัวถังรถยนต์ แบตเตอรี่ มีค่าดัชนี RCA < 1 แสดงถึงความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ และอยู่ในตำแหน่งปรศนี

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ประเทศไทยควรเพิ่มขีดความสามารถด้านการอบรมและพัฒนากำลังคน การวิจัยและพัฒนา เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในอาเซียนได้
2. ถึงแม้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ รถกระบะ และยางรถยนต์ แต่ในประเภท รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ตัวถังรถยนต์ ขึ้นส่วนยานยนต์ และ แบตเตอรี่ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งปรศนี แต่ประเทศไทยมีศักยภาพเพียงพอในการผลิตและการแข่งขัน โดยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น รถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รถยนต์ประหยัดพลังงาน เพื่อให้ตำแหน่งเข้มแข็งขึ้น จนกระทั่งพัฒนาไปสู่ตำแหน่งดาวรุ่งได้
3. ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ มาเลเซีย เป็นคู่ค้าที่มีความสำคัญในการช่วงชิงส่วนแบ่งในการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการส่งออก ควรจะจับตามองเพื่อหาหนทางป้องกันไม่ให้ประเทศไทยเสียเปรียบในเชิงแข่งขันทางการค้า

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สำคัญ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ แต่ยังมีประเทศเวียดนามซึ่งปัจจุบันยังสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกๆประเภท แต่ในอนาคตจะเป็นประเทศที่สำคัญในการช่วงชิงส่วนแบ่งในการส่งออกเนื่องจาก การเร่งพัฒนาศักยภาพในการผลิต และ ค่าแรงที่ถูกกว่า ก็มีผลสำคัญในการดึงดูดนักลงทุนให้ย้ายฐานการผลิตได้

บรรณานุกรม

กรมการค้าไทย. 2555. ข้อมูลมูลค่าการส่งออก และนำเข้าสินค้าของไทย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<http://www2.ops3.moc.go.th>

จณิสตา ปานเหลืออง. 2547 . การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย
ในภูมิภาคเอเชีย. กรุงเทพฯ. การศึกษาอิสระระดับปริญญาโท. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จิราวรรณ โกษฐ์. 2551. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าที่สำคัญ
ของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม. เชียงใหม่ . การศึกษาอิสระระดับปริญญาโท .
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

โตโยต้า. 2555 . ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศไทย. (ออนไลน์) . แหล่งที่มา :

<http://www.toyota.co.th>

ธนาคารโลก. 2555. มูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>

นันทิยา หุตานุวัตร. 2545. SWOT การวางแผนกลยุทธ์ ธุรกิจชุมชน. สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

พลังงานไทย. 2555. อัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : <http://www.energythai.com/2012/thailand-naturalgas-electricity-asean/>

วีระพล บุญสมภพ. 2551 . การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมน้ำตาลไทย . กรุงเทพมหานคร .
การศึกษาระดับปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

แหวดตา ศรีผ่องใส. 2550 . ศึกษาการวิเคราะห์การค้าภายในภาคอุตสาหกรรมเดียวกันและความได้
เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน. กรุงเทพมหานคร.

การศึกษาระดับปริญญาโท. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศูนย์การค้าโลก. 2555. ข้อมูลการค้าโลก. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.intracen.org/>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555 .ไทยมียอดขายรถยนต์ในประเทศมากเป็นอันดับ2ของอาเซียน.(ออนไลน์).

แหล่งที่มา : <http://www.kasikomresearch.com/TH/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary>.

สถาบันยานยนต์ ศูนย์สารสนเทศยานยนต์ . 2555 . ตารางสถิติยานยนต์ไทย . (ออนไลน์) . แหล่งที่มา :

<http://data.thaiauto.or.th/iu3/>

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2555 . สถิติการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วน. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : <http://www.fti.or.th>

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. 2555. ปริมาณรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศต่างๆ.

(ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://www.thaiautoparts.or.th/download/Asian_Auto_Market1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย . 2555 . สถิติยานยนต์ไทย . (ออนไลน์) . แหล่งที่มา :

<http://www.taia.or.th/thai/statisticdetail.aspx?id=2>

สมาคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. 2555. ข้อมูลของสมาชิกสมาคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : http://www.asean.org/images/archive/documents/asean_statistical_2010.pdf

สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย. 2555. อันดับความสามารถในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.

(ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://prp.trf.or.th/ContentView.aspx?id=175&page=1>

สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ. 2555. ดัชนีการพัฒนามนุษย์. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Tables.pdf

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. 2555. ค่าแรงงานไทยกับประเทศในอาเซียน. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/keatanun/20>

อาร์วายทีไนน์. 2555 . จับตาอุตสาหกรรมอินโดฯ ฤจะมาลัมไทย . (ออนไลน์) . แหล่งที่มา :

<http://www.ry9.com/s/mof/1336358>

อาภรณ์ เตรียมประจักษ์กุล. 2544 . การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออกยานยนต์ของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร . การศึกษาอิสระระดับปริญญาโท . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

อำนาจ แสงโนรี. 2547 . การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย . กรุงเทพมหานคร . รายงานวิจัย . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Balassa, Bela. 1965. **Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage**. The

Manchester School of Social and Economic Studies .

Porter , Michael E .1990. **The Competitive Advantage of Nations** . With a new introduction .

New York : Free Press.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

ตารางแสดงรายละเอียดมูลค่าสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลก จากประเทศต่างๆ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2551	2552	2553	2554
ไทย	175,907,915	152,497,203	195,311,520	228,823,973
มาเลเซีย	198,702,475	157,194,832	198,790,691	226,992,982
อินโดนีเซีย	137,020,424	116,509,992	157,779,103	203,496,619
ฟิลิปปินส์	49,077,540	38,435,802	51,497,515	48,042,129

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 2 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดของโลก จากประเทศไทย

(หน่วย : US Dollar thousand)

ปี พ.ศ.	ประเทศไทย	ทั่วโลก	สินค้านานาชาติ
2551	178,613,109	16,404,280,307	1,228,105,323
2552	133,769,639	12,602,225,025	849,196,392
2553	182,393,380	15,336,348,737	1,061,512,767
2554	228,483,302	18,137,365,949	1,250,733,330

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 3 มูลค่าการนำเข้าอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก แต่ละผลิตภัณฑ์

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเภท	2551	2552	2553	2554
8703	629,343,199	436,431,279	543,606,603	627,086,259
8704	126,088,242	72,821,894	98,660,466	118,336,965
8707	10,809,518	4,800,877	7,365,955	9,688,624
8708	292,621,960	215,599,888	279,969,339	331,937,601
4012	2,166,260	1,694,002	2,068,732	2,734,723
8507	30,574,404	24,336,649	29,257,155	33,069,357

ที่มา : (International Trade Center)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 4 มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	5,228,187	4,090,824	7,027,645	6,264,653
มาเลเซีย	192,764	145,422	232,377	183,790
อินโดนีเซีย	1,234,371	628,864	1,026,877	1,337,494
ฟิลิปปินส์	95,395	94,354	127,382	80,712

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 5 มูลค่าการส่งออกรถยนต์กระบะ ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	5,451,594	3,538,739	5,843,977	5,360,754
มาเลเซีย	23,172	16,987	17,479	17,509
อินโดนีเซีย	81,847	49,274	73,856	193,150
ฟิลิปปินส์	553	1,080	293	4,521

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 6 มูลค่าการส่งออกตัวถังรถยนต์ ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	16,255	11,531	21,325	28,462
มาเลเซีย	10,101	7,573	18,593	11,993
อินโดนีเซีย	1,160	517	252	781
ฟิลิปปินส์	738	66	137	505

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 7 มูลค่าการส่งออกประดัยยนต์ ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	4,094,798	3,003,376	4,155,972	4,581,947
มาเลเซีย	578,919	553,225	762,922	825,572
อินโดนีเซีย	1,088,430	844,475	1,170,714	1,115,385
ฟิลิปปินส์	2,052,025	1,422,697	1,670,451	2,068,952

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกยางรถยนต์ ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	55,161	41,505	52,092	84,893
มาเลเซีย	23,254	11,724	10,447	35,522
อินโดนีเซีย	3,517	5,974	1,732	1,819
ฟิลิปปินส์	60	596	55	93

ที่มา : (International Trade Center)

ตารางภาคผนวกที่ 9 มูลค่าการส่งออกหม้อเบต ของแต่ละประเทศ

(หน่วย : US Dollar thousand)

ประเทศ	2551	2552	2553	2554
ไทย	234,052	192,299	254,396	281,141
มาเลเซีย	433,290	286,594	284,398	281,470
อินโดนีเซีย	390,488	302,141	391,283	441,966
ฟิลิปปินส์	63,276	61,961	82,836	94,474

ที่มา : (International Trade Center)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายพิเชษฐ์ ลิขสิทธิพันธ์
วันเดือนปีเกิด	23 มีนาคม พ.ศ. 2521
สถานที่เกิด	เพชรบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	87/3 หมู่ 1 ตำบลไร่ส้ม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาหลักสูตร วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย บริษัท แมส ซัพพลาย เซอร์วิส จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้