

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์
ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ.2539-2548)

ปริญญาานิพนธ์
ของ
ณัฏฐพร โตอินทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2550

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์
ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ.2539-2548)

ปริญญาานิพนธ์
ของ
ณัฏฐพร โตอินทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์
ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ.2539-2548)

บทคัดย่อ
ของ
ณัฏฐพร โตอินทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2550

ณิรวรรณ ไตอินทร์. (2550). การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน (พ.ศ.2539-2548)

ปริญญาณิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร, อาจารย์อัศรพล ฮวบเจริญ.

ความมุ่งหมายของการศึกษาครั้งนี้ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เพื่อใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน (2) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2544-2548 การวิเคราะห์ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผลการศึกษสามารถสรุป ได้ ดังนี้

1.การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยเงื่อนไขการผลิต ที่ว่าด้วยโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางบกที่มีความพร้อมของถนนลาดยาง/ถนนคอนกรีตมากถึงร้อยละ 97.5 ของปริมาณถนนทั้งหมด อีกทั้งมีความได้เปรียบในเรื่องของค่าจ้างแรงงานและผลิตภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่มากกว่าประเทศจีน ส่วนเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ พบว่า ผู้บริโภคภายในประเทศของไทยให้ความสนใจในคุณภาพของสินค้ามากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคของจีนยังคงบริโภคสินค้าราคาถูกเนื่องจากมีระดับรายได้ที่ต่ำ แต่ประเทศจีนมีความได้เปรียบในด้านจำนวนประชากรทำให้อุปสงค์ในการบริโภคจักรยานยนต์เพิ่มสูงขึ้น

ประเทศจีนมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ เนื่องจากจีนมีการทำต้นแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ในขณะที่ประเทศไทยมีเพียงการศึกษาข้อมูลคลัสเตอร์รถจักรยานยนต์เท่านั้น อีกทั้งภาครัฐและเอกชนของจีนให้ความร่วมมือและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่องมากกว่าประเทศไทย

นอกจากนี้ประเทศไทยและประเทศจีนมีลักษณะโครงสร้างของตลาดรถจักรยานยนต์แบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) แต่ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าผู้ผลิตของไทย เนื่องจากรัฐบาลจีนมีนโยบายให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศแข่งขันกันเองในตลาด ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ของจีนมีสภาพการแข่งขันที่สูง ประกอบกับกลยุทธ์ด้านราคาต่ำ ส่งผลให้

รถจักรยานยนต์จีนเป็นที่ต้องการในตลาดส่งออกที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำในขณะที่กลยุทธ์ของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากบริษัทร่วมทุนต่างชาติใช้กลยุทธ์ด้านราคา และการโฆษณาเป็นหลัก

2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2544-2548

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ประเทศจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ประเทศไทยและประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ แต่ประเทศจีนมีระดับความได้เปรียบโดยเฉลี่ยในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ที่สูงกว่าไทย

ดังนั้น หากมองในภาพรวมอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนพบว่า ประเทศจีนมีศักยภาพเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มากกว่าประเทศไทย แต่เหตุที่จีนต้องผลิตรถจักรยานยนต์คุณภาพและมาตรฐานต่ำกว่าประเทศไทยนั้น เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับล่างและตลาดส่งออกที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำ

THE COMPETITIVENESS OF MOTORCYCLE INDUSTRY BETWEEN
THAILAND AND CHINA (1996-2005)

AN ABSTRACT
BY
NEERAWAN TO-IN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of
Economics Degree in Managerial Economics at Srinakharinwirot University

May 2007

Neerawan To-in. (2550). *The Competitiveness of Motorcycle Industry Between Thailand And China. (1996-2005)* Master Thesis, M.E.(Managerial Economic). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr. Ratchapan Choiejit and Mr.Akaraponh Houbcharaun.

The aimed of this study were (1) Assess the impact of gaining a competitive advantage within the motorcycle industry between Thailand and China. (2) The study of the revealed Comparative Advantage Index. Research this subject using both primary and secondary data.

The results of the study were as follow:

1. Assess the impact of gaining a competitive advantage within the motorcycle industry between Thailand and China.

Currently Thailand has better production capability due to more advanced transportation infrastructure such as asphalted and cemented streets (97.5% of the total streets) and the advantage of cheaper labor costs and higher quality of labor. For the demand, consumers in Thailand are more interested in quality; on the other hand, consumers in China are more interested in an inexpensive product because of lower income. However, China has the advantage of a considerably larger population; creating higher demand.

China has greater support for the motorcycle industry than Thailand because China makes a large amount of models but Thailand studies only the data of such models of motorcycle. The government and private sector of China has collaborated more and supported researching and development continually compared to Thailand. According to the policy of internal competition in this industry and a highly competitive market, the producers in China gain more advantage than Thailand - even though they are an oligopoly market. China's approach of a low cost strategy provides the ability to export low-quality product. The impact of the international cooperated companies compels Thailand to use price and promotion strategy.

2. The study of the revealed Comparative Advantage Index: RCA Index.

Thailand gains more advantage of motorcycle exportation to United States than China. Additionally both of them have the advantage of exportation to Indonesia and the Philippines however; China has higher advantage than Thailand.

Therefore, the observation of the overall picture of the motorcycle industry between Thailand and China shows that China has to produce motorcycles of lower standard and quality than Thailand to support low-level market. It is possible for China to expand to other markets by adapting to the specifics of these environments.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ.2538-2549)

ของ

ณัฏฐวรรณ โตอินทร์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.25.....

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

.....ประธาน

(อาจารย์ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

(รองศาสตราจารย์ดร.สุนิตดา เทศนิยม)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(อาจารย์อัศพรพล ฮวบเจริญ)

(อาจารย์ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

.....กรรมการ

(อาจารย์ไมตรี อภิพัฒน์มนตรี)

.....กรรมการ

(อาจารย์อัศพรพล ฮวบเจริญ)

ประกาศขอบคุณ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ และอาจารย์อัศวพล ฮวบเจริญ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ท่านทั้งสองได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน อีกทั้งทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์และความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร์การจัดการ พร้อมทั้งผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ทั้งกำลังใจและกำลังใจที่ดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

ณิรวรรณ ไตอินทร์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ความสำคัญของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง.....	11
ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน.....	11
แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน.....	13
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ.....	25
โครงสร้างตลาด.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์.....	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ขอบเขตของการศึกษา(ระยะเวลา).....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน.....	40
เงื่อนไขปัจจัยการผลิต.....	40
เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์.....	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)	
อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ.....	56
กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ.....	61
ปัจจัยเสริมด้านรัฐบาล.....	68
ผลการศึกษาดังนี้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ.....	73
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	79
สรุปผลการวิจัย.....	81
การอภิปรายผล.....	92
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	96
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	96
บรรณานุกรม.....	98
ภาคผนวก ก.....	105
ภาคผนวก ข.....	110
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	113

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปริมาณการผลิตรวมและยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ ปี 2539 -2548.....	3
2 ปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์ปี 2539 – 2548.....	5
3 เปรียบเทียบปริมาณถนนและคุณภาพถนนของประเทศไทยและจีน.....	41
4 ขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจาก Container Traffic ระหว่างไทยและจีน.....	42
5 เปรียบเทียบอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งระหว่างไทยและจีน.....	43
6 ร้อยละของการจ้างงานภายในประเทศไทยและจีน ปี 2539-2548.....	44
7 ค่าแรงงานเฉลี่ยของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทยและจีน ปี 2546.....	45
8 เปรียบเทียบผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์.....	45
9 จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลา ปี 2544.....	48
10 โครงสร้างต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์โดยเฉลี่ยต่อคัน.....	49
11 แหล่งเงินทุนภายในประเทศของไทย ปี 2549.....	49
12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมภายในประเทศของไทยและจีน ปี 2539-2548.....	51
13 ปริมาณการผลิต ยอดขาย อัตราการเติบโตของยอดขายรถจักรยานยนต์ ในประเทศไทย ปี 2539-2548.....	53
14 ปริมาณการจำหน่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน ปี 2545-2548.....	55
15 รายชื่อบริษัท พุนจตุระเบียร์น กำลังการผลิต ประมาณการแรงงาน เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย.....	61
16 ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยจำแนกตาม เครื่องหมายการค้า ปี 2538-2547.....	65
17 ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ปี 2539-2548.....	65
18 มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี2544-2548.....	73
19 มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของจีนไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี2544-2548.....	74
20 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ของไทยและจีนไปยังสหรัฐอเมริกา ปี 2544-2548.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(RCA) ในการส่งออกกรณีการยานยนต์ ของไทยและจีนไปยังอินโดนีเซีย ปี 2544-2548.....	76
22 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(RCA) ในการส่งออกกรณีการยานยนต์ ของไทยและจีนไปยังฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548.....	77
23 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขปัจจัยการผลิต.....	83
24 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์.....	85
25 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ.....	86
26 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ.....	88
27 สรุปค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกรณีการยานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนปี 2544-2548.....	91

บัญชีภาพประกอบ

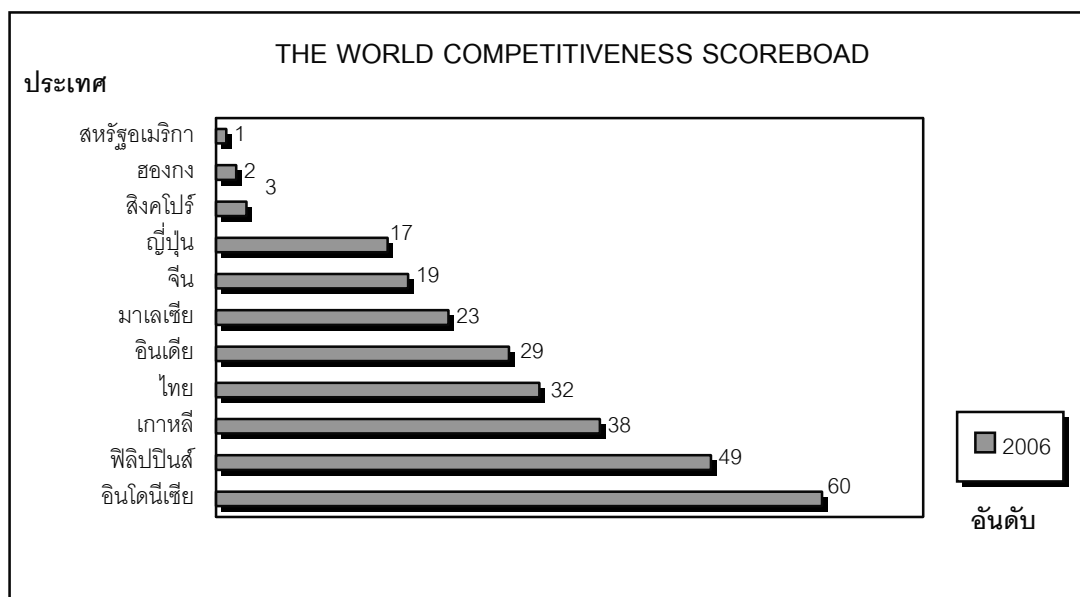
ภาพประกอบ	หน้า
1 การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน.....	1
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
3 ลำดับการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน.....	12
4 The Complete System.....	13
5 ผลต่อเงื่อนไขปัจจัยการผลิตในประเทศ.....	20
6 ผลต่อเงื่อนไขอุปสงค์ในประเทศ.....	22
7 ผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ.....	23
8 ผลต่อกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ.....	24
9 โครงสร้างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์.....	57
10 ช่องทางการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย.....	63
11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของไทย.....	81
12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของจีน.....	82

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในวงกว้างมากขึ้น รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในฐานะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ซึ่งได้ให้ความสำคัญโดยบรรจุไว้เป็นวาระแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.2546 : 1)



ภาพประกอบ 1 การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน

ที่มา : IMD WORD COMPETITIVENESS YEARBOOK 2006. (Online)

เนื่องจากที่ผ่านมาความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกแล้วพบว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ดังจะเห็นได้จากการจัดอันดับของ International Institute for Management Development (IMD) ซึ่งจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยในปี 2549 อยู่ในอันดับที่ 32 ตกลงมาจากปีที่ผ่านมา ซึ่งในปี 2548 นั้นไทยถูกจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันไว้ในอันดับที่ 27 เห็นได้ชัดเจนว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียด้วยกันแล้วประเทศไทยยังอยู่ในอันดับที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น ฮองกง(2) สิงคโปร์(3)

ญี่ปุ่น(17) จีน(19) มาเลเซีย(23) และอินเดีย(29) แต่ไทยยังมีอันดับความสามารถในการแข่งขันที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่น ๆ อาทิเช่น เกาหลีใต้(38) ฟิลิปปินส์(49) และอินโดนีเซีย(60) เป็นต้น

ในอดีตการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศมีแนวคิดสำคัญโดยมุ่งเน้น“ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)” ซึ่งเป็นแนวคิดที่มองถึงความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่มีอยู่ (Factor Endowment) แต่ปัจจุบันการสร้างความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้เปลี่ยนแนวคิดโดยมุ่งเน้นถึงประเด็น “ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)” ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี ทักษะแรงงาน ระบบบริหารจัดการ และการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและนำไปสู่มาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงขึ้นของประชาชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2546: 1)

หนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญด้านการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันคือ กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งนี้รัฐบาลได้เล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์มีส่วนสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีนโยบายการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2514 จนเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีความสามารถในการผลิตสูงสุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีกำลังการผลิตรถยนต์ประมาณ 1 ล้านคันต่อปี และรถจักรยานยนต์ประมาณ 2.3 ล้านคันต่อปี (สถาบันยานยนต์. 2548: ออนไลน์) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังประกอบด้วยโรงงานผลิตชิ้นส่วนเพื่อป้อนเข้าโรงงานประกอบยานยนต์โดยตรง (Original Equipment Manufacturers: OEM) และประกอบอะไหล่ใช้ทดแทน (Replacement Equipment Manufacturers: REM) รวมกันอยู่ประมาณ 700 ราย ซึ่งส่งผลให้เกิดอุตสาหกรรมเชื่อมโยงภายในประเทศและการจ้างงานอีกเป็นจำนวนมาก (กระทรวงอุตสาหกรรม. 2547: 61)

ในขณะเดียวกันประเทศจีนเป็นอีกประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียที่น่าจับตามอง เนื่องจากในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา จีนนับว่าประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ ก้าวจากความล้าหลังยากจนมาเป็นความเจริญก้าวหน้า อีกทั้งจีนยังได้เข้ามาเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ทำให้จีนเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในด้านเศรษฐกิจและการลงทุน โดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรม ความยิ่งใหญ่ของขนาดประเทศ จำนวนประชากร ตลาดแรงงานและค่าแรงที่ต่ำเป็นสิ่งดึงดูดให้นักลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามาลงทุนสู่ภาคอุตสาหกรรมของจีน ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมที่รัฐบาลจีนให้การส่งเสริมและสนับสนุนคือ อุตสาหกรรมยานยนต์ (สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาคและระหว่างประเทศ. 2547: ออนไลน์) โดยในปี 2547 จีนมีปริมาณ

การผลิตรถยนต์มากถึง 5.2 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 14 และมีปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์กว่า 20 ล้านคันต่อปี (ธเนศ มหัทธนาลัย.2545 : 9) นั่นสะท้อนให้เห็นได้ว่ารัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อให้อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างขีดความสามารถของตนในเวทีการค้าโลก

ตาราง 1 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์รวมและยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศไทย
ปี 2539 –2548

หน่วย : คัน

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิตรวม	ยอดขายในประเทศ
2539	1,437,794	1,236,159
2540	1,081,044	910,664
2541	600,497	526,845
2542	846,426	604,010
2543	1,125,723	783,678
2544	1,209,995	907,100
2545	1,961,809	1,327,675
2546	2,378,491	1,766,860
2547	2,867,295	2,026,841
2548	2,358,510	2,112,426

ที่มา : สถาบันยานยนต์. (2549). (ออนไลน์)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ภาครัฐบาลไทยมีแนวทางที่จะผลักดันให้การสนับสนุนและส่งเสริมควบคู่กับอุตสาหกรรมรถบรรทุกขนาด 1 ตัน เนื่องจากเป็นพาหนะจำเป็นในเชิงพาณิชย์เพื่อวัตถุประสงค์ในการขนถ่ายทั้งผู้โดยสารและสัมภาระ อีกทั้งเป็นยานพาหนะที่มีความคล่องตัวสูงและราคาไม่สูงเกินกำลังซื้อของคนส่วนใหญ่ในประเทศ ด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐส่งผลให้ ตลาดรถจักรยานยนต์ของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากตาราง 1 แสดงถึงปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศ ปริมาณยอดขายรถจักรยานยนต์ในประเทศและปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย

ซึ่งในปี 2544 – 2547 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ภายในประเทศมีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 7.48 62.13 21.24 และ 20.55 ตามลำดับ ขณะเดียวกันปริมาณยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศตั้งแต่ปี 2541 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 25.71 ต่อปี แสดงให้เห็นว่ารถจักรยานยนต์เป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อคนไทยไม่แพ้รถยนต์ในภาวะที่ราคาน้ำมันยังมีแนวโน้มสูงขึ้นในขณะนี้

นอกจากความสำคัญด้านการคมนาคมขนส่งในประเทศแล้วนั้น อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ยังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง เพราะอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีความสำคัญต่อการจ้างงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีกหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก พลาสติก ยาง กระจก เป็นต้น จากการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่องทำให้ไทยติดอันดับผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ 5 อันดับแรกของโลก(จิราวุธ บงกชมาศ. 2540: 23) อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้ผลิตของไทยมีการพัฒนารูปแบบของรถจักรยานยนต์ใหม่ ๆ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้รถจักรยานยนต์ที่ผลิตในไทยเป็นสินค้าที่ตลาดต่างประเทศให้การยอมรับด้านคุณภาพและเป็นที่ต้องการในตลาดโลกอีกด้วย ทั้งนี้ส่งผลให้ไทยมีโอกาสที่จะขยายการส่งออกได้เพิ่มขึ้น

ตาราง 2 ปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยปี 2539-2548

ปี พ.ศ.	จำนวนทั้งหมด		CBU ¹ &CKD ²		OEM Parts ³	Spare Part ⁴
	มูลค่า (ล้านบาท)	คัน	มูลค่า(ล้านบาท)	มูลค่า(ล้านบาท)	มูลค่า(ล้านบาท)	มูลค่า(ล้านบาท)
2539	7,169.96	177,635	5,310.63	1,609.24	250.09	
2540	7,448.89	137,055	4,879.43	2,168.90	400.56	
2541	10,055.53	244,546	8,440.35	1,023.19	591.99	
2542	8,506.48	214,310	6,330.10	2,012.62	163.76	
2543	10,790.11	267,248	7,421.04	3,180.33	188.74	
2544	12,756.38	272,301	7,833.36	4,161.58	761.44	
2545	14,013.69	585,320	8,318.58	4,269.81	1,425.30	
2546	17,587.89	604,995	8,732.62	6,634.08	2,221.19	
2547	29,574.16	831,287	14,529.84	11,747.18	3,300.15	
2548	34,926.77	1,337,586	22,768.99	11,428.22	729.56	

ที่มา : สถาบันยานยนต์. (2549). (ออนไลน์)

หมายเหตุ : 1.Completely Built-Up (CBU) หมายถึง รถจักรยานยนต์สำเร็จรูป

2.Complete Knock Down (CKD) หมายถึง ชิ้นส่วนสำเร็จรูปที่ต้องนำเข้ามาประกอบในประเทศ

3.Original Equipment Manufacturers and Parts (OEM Parts) หมายถึง ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์และอะไหล่ที่ป้อนโรงงานโดยตรง ซึ่งได้มาตรฐานตามที่บริษัทแม่กำหนด

4.Spare Part หมายถึง ชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์

จากตาราง 2 ในปี 2539-2544 ปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมีปริมาณการส่งออกแต่ละปีอยู่ในระดับที่ไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาเท่าใดนัก แต่จากปี 2545 เป็นต้นมา ปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี

2548 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 34,926.77 ล้านบาท มีมูลค่าการส่งออกสูงกว่าปี 2547 ที่ผ่าน มา ในจุดนี้แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยรักษาคุณภาพการผลิตและทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานและตรงกับความต้องการของตลาดทั้ง ภายในประเทศและต่างประเทศก็จะสามารถทำให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีการขยายตัวไปใน ทิศทางที่จะส่งเสริมให้เกิดศักยภาพและก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกได้อีกด้วย

ขณะที่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีการพัฒนาและขยายตัวอย่างต่อเนื่องนั้น จีนก็ เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความสามารถในการผลิตรถจักรยานยนต์ซึ่งสามารถสนองความต้องการของ ตลาดภายในประเทศได้ อีกทั้งเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่สำคัญประเทศ หนึ่งของโลกและผลิตเพื่อการส่งออกอีกด้วย (พรณี เสงสุทธา.2544: 50) การเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างรวดเร็วของจีนก่อให้เกิดความต้องการรถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตลาดจีนถือได้ว่าเป็น ตลาดรถจักรยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ขนาดกำลังการผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมีถึงกว่า 20 ล้านคันต่อปี (ธเนศ มหัทธนาลัย.2545: 9) ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในจีนต่างเร่ง พัฒนาเทคโนโลยีและสร้างศักยภาพในกระบวนการผลิตเพื่อผลิตรถจักรยานยนต์ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้บริโภคในประเทศ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีนอย่าง ต่อเนื่องนั้น อาจส่งผลให้จีนสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระดับโลกได้

ดังนั้น การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน นับได้ว่าทั้งสองประเทศที่ทำการศึกษามี ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นให้ประเทศของตนมีความสามารถเชิงแข่งขันในระดับโลก เช่นเดียวกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้จะทำการศึกษาความสามารถเชิงแข่งขันตามแนวคิด Competitive Advantage เพื่อช่วยให้ประเทศไทยรู้สถานะทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของตน อีกทั้งได้ประโยชน์จากการศึกษาทั้งของประเทศไทยและจีนเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไข จุดบกพร่อง เพื่อสร้างศักยภาพและรักษาระดับความสามารถเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์ของไทยต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting) กลยุทธ์ โครงสร้างและสถานะภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2544-2548

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จะกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. การศึกษาเงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง กลยุทธ์ โครงสร้างและสถานะภาพการแข่งขันในประเทศ ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนนั้น จะศึกษาสินค้าตามพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนไนซ์ (Harmonize System: HS) พิกัดศุลกากร HS 87.11 รถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์
2. ประเทศที่ทำการศึกษาเปรียบเทียบ จะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศจีน เพราะจีนเป็นผู้ผลิตและเป็นคู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียที่ส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดโลก อีกทั้งประเทศไทยและจีนมียุทธศาสตร์และเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมของประเทศเช่นเดียวกัน
3. ในการวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นเงื่อนไขและมีผลเกี่ยวข้องกับความสามารถได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทย ตามแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ภายใต้แบบจำลองที่เรียกว่า Diamond Model
4. ประเทศที่นำเข้ารถจักรยานยนต์จากประเทศไทยและประเทศจีน จะทำการศึกษา 3 ประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ โดยช่วงระยะเวลาในการศึกษาอยู่ระหว่างปี 2544-2548 รวมระยะเวลา 5 ปี

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยทำให้เกิดความเข้าใจในลักษณะโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีน ตลอดจนการส่งออกรถจักรยานยนต์ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนได้ อีกทั้งเข้าใจในลักษณะของความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยและประเทศจีนมีความได้เปรียบ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยได้ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์** หมายถึง อุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยการผลิต การประกอบ การค้า รถจักรยานยนต์ตามพิกัดศุลกากร HS 87.11 ประกอบด้วย

1.1 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบเคลื่อนตรงที่มีความจุของกระบอกสูบไม่เกิน 50 ลูกบาศก์เซนติเมตร

1.2 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบเคลื่อนตรงที่มีความจุของกระบอกสูบเกิน 50 ลูกบาศก์เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 250 ลูกบาศก์เซนติเมตร

1.3 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบเคลื่อนตรงที่มีความจุของกระบอกสูบเกิน 250 ลูกบาศก์เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 500 ลูกบาศก์เซนติเมตร

1.4 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบเคลื่อนตรงที่มีความจุของกระบอกสูบเกิน 500 ลูกบาศก์เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 800 ลูกบาศก์เซนติเมตร

1.5 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบเคลื่อนตรงที่มีความจุของกระบอกสูบเกิน 800 ลูกบาศก์เซนติเมตร

1.6 ชิ้นส่วนอื่น ๆ

2. **ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน** หมายถึง การที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

3. **Diamond Model** หมายถึง (Michael E. Porter , 1990) รูปแบบจำลองการศึกษาค้นคว้าได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ที่ประกอบไปด้วยปัจจัยสี่ด้าน ได้แก่ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไข

อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ซึ่งนอกจาก 4 ปัจจัยข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้องอีก 2 ปัจจัยคือ รัฐบาลและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย โดยแต่ละปัจจัยจะมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงระหว่างกัน ปัจจัยการผลิตในประเทศ หมายถึง โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนา ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศจีน

4. โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ หมายถึง โครงข่ายคมนาคมทางบก(เปรียบเทียบปริมาณถนนและคุณภาพถนน) และท่าเรือน้ำลึก(ประสิทธิภาพภาพที่วัดจาก Container Traffic)

5. ทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง จำนวนแรงงานภายในประเทศ (เทียบสัดส่วนตามจำนวนประชากรทั้งประเทศ) ร้อยละของการจ้างงานในประเทศ อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยในอุตสาหกรรมยานยนต์ และผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

6. เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรม รวมถึงการวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยต่อประชากร 10,000 คน

7. เงินทุน หมายถึง แหล่งเงินทุนภายในประเทศ ต้นทุนของเงินทุนที่วัดจากอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมภายในประเทศ

8. ปัจจัยด้านอุปสงค์ภายในประเทศ หมายถึง ปริมาณการผลิต ปริมาณยอดขาย และอัตราการเติบโตของยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ ตลอดจนความรู้จริงของผู้บริโภค

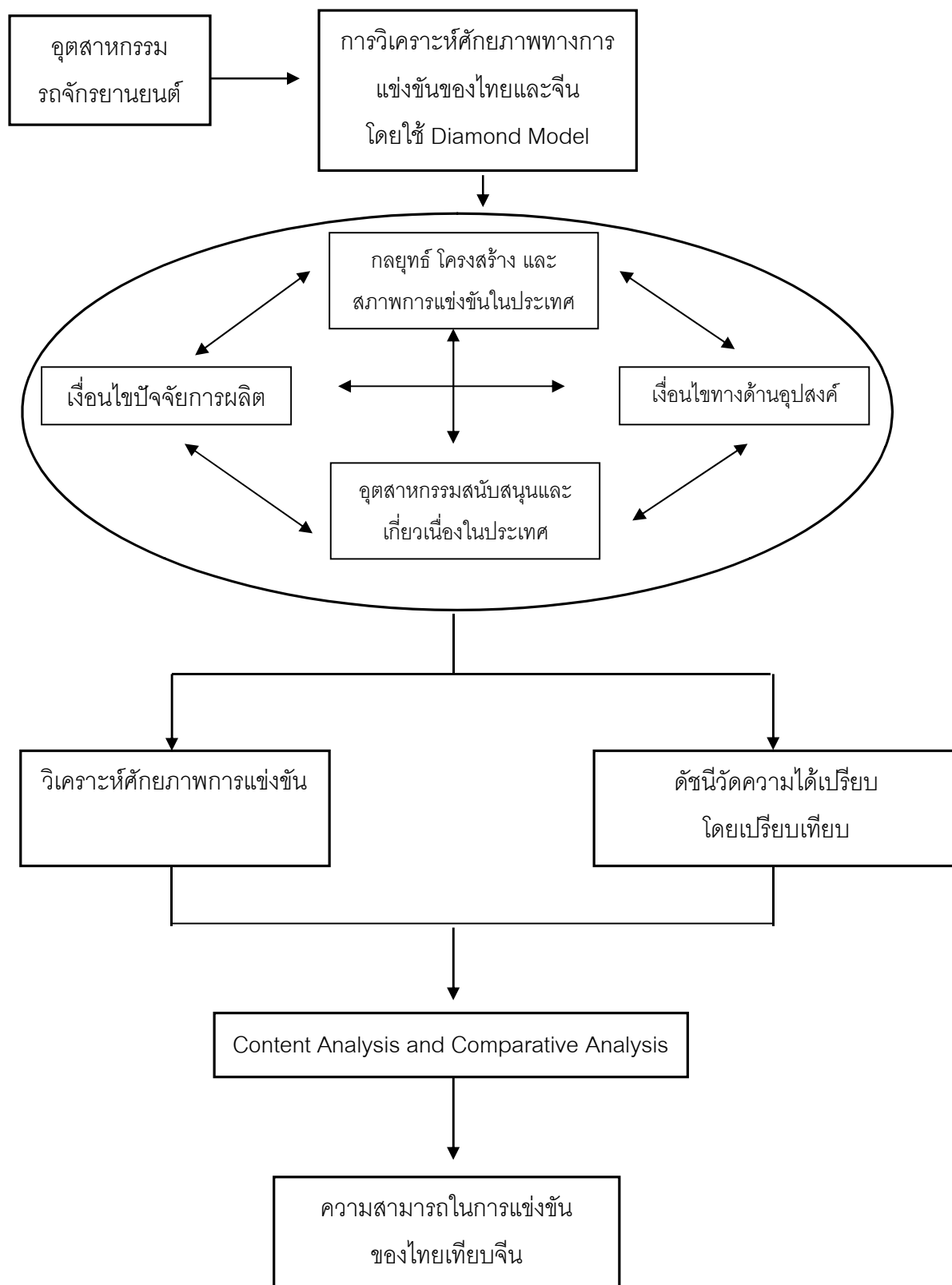
9. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ หมายถึง จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างองค์กร

10. กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วย กลยุทธ์การผลิต การตลาดของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

11. โครงสร้าง หมายถึง จำนวนผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในอุตสาหกรรมของประเทศ ลักษณะโครงสร้างตลาด

12. สภาพการแข่งขันในประเทศ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากจำนวนผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตในประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน
- 1.2 แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)
- 1.3 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)
- 1.4 โครงสร้างตลาด

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
- 2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

โดยทั่วไปความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ มีผู้ให้คำจำกัดความของความสามารถในการแข่งขันเอาไว้ดังนี้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2549 : ออนไลน์)

“ความสามารถของประเทศที่จะบรรลุเป้าหมายการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนโดยการเติบโตทางเศรษฐกิจวัดจากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว” (World Economic Forum. 1996)

“ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ ขณะเดียวกันประเทศนั้นยังสามารถรักษาและเพิ่มระดับรายได้ที่แท้จริงของประชากรของตนได้ดีด้วย” (U.S. Competitiveness Policy Council. 1992)

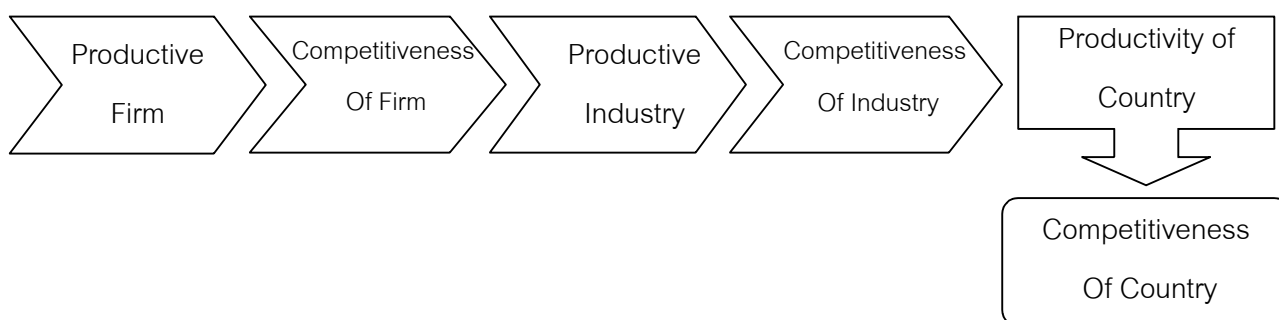
“ความสามารถของประชาชาติที่จะบรรลุถึงประสิทธิภาพการผลิตในระดับที่จะเพิ่มมาตรฐานการดำรงชีพของประชาชนอย่างยั่งยืนภายใต้ระบบเศรษฐกิจโลกที่สลับซับซ้อน” (กองความมั่นคงของประเทศและกิจการระหว่างประเทศ กรมบัญชีกลาง สหรัฐอเมริกา)

“ความสามารถของประเทศในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับความมั่งคั่งของชาติ โดยอาศัยกระบวนการจัดการทรัพยากรที่มีการใช้ศักยภาพในการก้าวรุกและดึงดูดปัจจัยภายนอกด้วย

ความเข้มแข็ง ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับสากล แล้วบูรณาการความสามารถเหล่านี้เข้าไว้ในรูปแบบทางเศรษฐกิจและสังคม” (International Management and Development – IMD.1996)

จากความหมายของความสามารถในการแข่งขันที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าเป้าหมายของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันไม่ใช่การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกดังที่หลายคนเข้าใจ แท้จริงการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศคือการเพิ่มมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศซึ่งอาจวัดได้ด้วยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว ณ ราคาคงที่ (real GDP per capita) หรืออาจวัดด้วยสวัสดิการสังคมในประเทศ

ตามแนวคิดของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดผู้เชี่ยวชาญในด้านกลยุทธ์การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้กล่าวไว้ว่า ความหมายของความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติ หมายถึง การเพิ่มผลผลิต หรือผลิตภาพของชาติ (Productivity) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดมาตรฐานความเป็นอยู่ของประเทศในระยะยาว ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Nation) ไม่ได้มีความหมายในแง่ของความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ (Economic Prosperity) เท่านั้น แต่เป้าหมายหลักทางเศรษฐกิจของประเทศ คือ การยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับผลิตภาพของการใช้ทรัพยากร (แรงงาน และทุน) ของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจเป็นลำดับต้น เนื่องจากการที่บริษัทมีผลิตภาพสูง จะส่งผลให้บริษัทนั้นมีความสามารถในการแข่งขันสูง หลาย ๆ บริษัทก็จะนำไปสู่อุตสาหกรรมที่มีผลิตภาพสูงและความสามารถในการแข่งขัน และหลายอุตสาหกรรมก็จะต่อเนื่องไปจนถึงระดับประเทศเช่นกัน



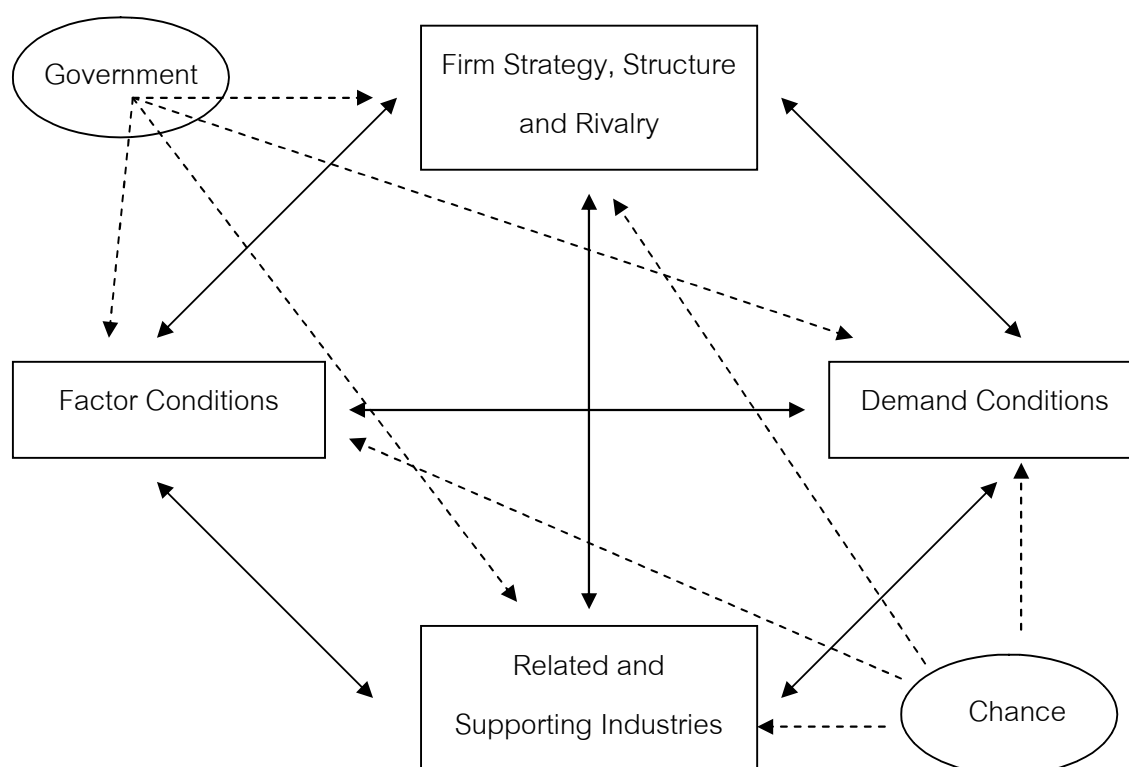
ภาพประกอบ 3 ลำดับการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2546 : 13

1.2 แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)

ผลิน ภูเจริญ.(2546: 38) ได้กล่าวว่า ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) โดย ไมเคิล อี พอตเตอร์ (Michael E. Porter, 1990) ภายใต้กรอบแนวคิดที่ใช้รูปแบบจำลองที่เรียกว่า Diamond Model ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า การที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันและเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายชนิด ทั้งปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา ซึ่งปัจจัยที่จะกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศมีอยู่ 4 ปัจจัยหลัก คือ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) นอกจากนี้ 4 ปัจจัยข้างต้นยังมีปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้องอีก 2 ปัจจัยคือ รัฐบาลและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (ภาพประกอบ 4)



ภาพประกอบ 4 The Complete System

ที่มา : Michael E. Porter. 1990: 127

ซึ่งเงื่อนไขแต่ละด้านนั้น มีประเด็นสำคัญที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

1. เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. (2540: 37) ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบไปด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Michael E. Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศนั้น ๆ มีและเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และจะมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุป สภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากรต่าง ๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หมายถึง ปริมาณแรงงานคุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resource) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ และพลังงานธรรมชาติอื่น ๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง และขนาดก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางการขนส่งและจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

1.3 ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge Resource) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจัยที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของภาครัฐบาลและเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรด้านนี้มาก มีนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นก็จะมีความสามารถในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้

1.4 ทรัพยากรด้านเงินทุน (Capital Resource) หมายถึง จำนวนและต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

1.5 สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึง ปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และราคาไม่แพง ในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้จะสามารถ

รองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศ การพัฒนาการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

ทั้งนี้ ปัจจัยการผลิตที่สมบูรณ์ และความสามารถในการใช้ปัจจัยการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีการโยกย้ายทรัพยากรมนุษย์ ความรู้ และทุน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ผลิตภาพของระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นได้

ทะนง พิทยะ. (2539: 92) ปัจจัยการผลิต สามารถจำแนกได้ตามลักษณะใหญ่ ๆ ได้แก่

จำแนกตามคุณสมบัติของปัจจัยการผลิต

1) ปัจจัยระดับพื้นฐาน (Basic Factors) เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ แรงงานไร้ฝีมือและกึ่งฝีมือ

2) ปัจจัยขั้นสูง (Advanced Factors) เป็นปัจจัยที่มีศักยภาพเหนือกว่า เช่น แรงงานที่ได้รับการศึกษาเฉพาะด้าน เช่น วิศวกร และระบบสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการใช้ความรู้ด้านต่าง ๆ มาผสมผสาน

จำแนกตามการใช้ประโยชน์

1) ปัจจัยอเนกประสงค์ (Generalized Factors) คือ ปัจจัยที่ใช้ประโยชน์ได้ร่วมกันในทุกอุตสาหกรรม เช่น ระบบทางด่วน หรือแรงงานที่มีขวัญและกำลังใจสูง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทุกองค์กร

2) ปัจจัยเฉพาะทาง (Specialized Factors) คือ แรงงานที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมหนึ่ง เช่น ช่างเจียรไนพลอย ซึ่งจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณี

ทั้งนี้ประเทศที่จะมีความสามารถในการแข่งขันเหนือประเทศอื่นได้ โดยพิจารณาจากเฉพาะปัจจัยการผลิตนั้น จะต้องประกอบด้วย Advanced Factors และ Specialized Factors และต้องใช้กลยุทธ์ในการเพิ่มปัจจัยการผลิตที่เป็นที่ต้องการของอุตสาหกรรมที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือการเปลี่ยนความเสียเปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้กลายเป็นความได้เปรียบในด้านอื่น เช่น หากประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ก็ต้องพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิตให้เป็นการผลิตในระบบอัตโนมัติซึ่งใช้แรงงานน้อย แต่สามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมากขึ้นทดแทน เป็นต้น

2. เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. (2540: 42) อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้หมายถึง ความต้องการในประเทศจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารวมถึงสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมาก ๆ ในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนเนื่องจากสามารถทำการผลิตได้ใน

ปริมาณมาก ๆ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ในทฤษฎีของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีเหตุผล คำนึงถึงผลประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็น หรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศจะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้ว การเน้นความต้องการภายในประเทศเป็นหลักจะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศหากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงการพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้ กล่าวโดยสรุปในสภาพของความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันได้แก่

2.1 ขนาดความต้องการในประเทศ (Size of Home Demand) ถ้าขนาดความต้องการในประเทศหรือหมายถึงตลาดในประเทศ หากมีขนาดใหญ่ก็แสดงว่า สามารถทำการผลิตปริมาณมากก็ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ได้มากขึ้น ขนาดภายในประเทศที่มีขนาดใหญ่จะสามารถรองรับการผลิตสินค้าในประเทศได้อย่างเพียงพอ นอกจากนั้นแล้วผู้ผลิตยังสามารถสร้างความชำนาญในการผลิต ซึ่งเป็นผลมาจากการผลิตสินค้าขายในประเทศจนเกิดความชำนาญเฉพาะตัว ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะและเทคโนโลยีในการผลิต และมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้การผลิตในประเทศมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการผลิตในระยะยาวและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.2 จำนวนผู้ซื้อที่มีอิสระ (Number of Independent Buyers) ในสภาพปัจจุบันจำนวนผู้ซื้อที่มีอิสระในตลาด จะก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ไม่มีขีดจำกัดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อที่มีอิสระในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลายไม่ยึดติดรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ ทำให้ตลาดมีความหลากหลาย ดังนั้นประเทศใดก็ตามที่จำนวนผู้ซื้อที่มีอิสระมีจำนวนมาก จะก่อให้เกิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ส่งผลต่อการพัฒนาของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้การผลิตในประเทศมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการผลิตในระยะยาวและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.3 อัตราการเจริญเติบโตของความต้องการในประเทศ (Rate of Growth of Home Demand) อัตราการเจริญเติบโตของความต้องการในประเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตในที่นี้ได้แก่ อัตราการลงทุนใน

อุตสาหกรรม ยิ่งอัตราการลงทุนในอุตสาหกรรมสูงเท่าใดนั้น อัตราการเจริญเติบโตก็ยิ่งสูงตามไปด้วย การที่อัตราการเติบโตในประเทศสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตในประเทศเร่งพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อที่จะสามารถขยายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

2.4 อุปสงค์ในประเทศที่เกิดขึ้นก่อน (Early Home Demand) ประเทศใดก็ตามที่อุปสงค์ของสินค้าเกิดขึ้นก่อนสินค้าประเภทเดียวกันในต่างประเทศ ผู้ผลิตในประเทศนั้นจะสามารถผลิตสินค้าและขายสินค้าได้ก่อน เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การขยายตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วการที่อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนจะทำให้ผู้ซื้อในประเทศรู้ข้อมูลสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นข้อมูลที่แท้จริงมากกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศที่มีอุปสงค์เกิดขึ้นภายหลัง

2.5 การถึงจุดอิ่มตัวก่อน (Early Saturation) ประเทศที่อุตสาหกรรมใดถึงจุดอิ่มตัวก่อนก็จะก่อให้เกิดการศึกษาพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้น ซึ่งเพื่อต้องการที่จะทำให้สินค้าของตนทันสมัยอยู่เสมอ หรือเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมที่ล้าสมัยและหมดความนิยมในตลาดแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่าอุตสาหกรรมใดที่เมื่อถึงจุดอิ่มตัว ผลิตภัณฑ์ในประเทศนั้นจะเริ่มหมดความนิยมในตลาด ระดับราคาเริ่มปรับตัวลดลง ผู้บริโภคเริ่มมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทดแทน ดังนั้นการที่ประเทศมีอุตสาหกรรมใดถึงจุดอิ่มตัวก่อน ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นก็จะเริ่มปรับตัวก่อนผู้ผลิตในประเทศอื่น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นต่อไปในอนาคต

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries)

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. (2540: 46) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สร้างเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้จะทำให้มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความสามารถในการแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุดจะทำให้เกิดการพัฒนาศุทธสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิต เช่น มีการร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

3.3 ถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกันหรือมีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมสูงประเทศนั้นก็มีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากความร่วมมือกันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมเดียวกันของประเทศอื่น ๆ

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. (2540: 52) การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศนั้น จะทำให้เกิดแนวทางการปฏิบัติตามกลยุทธ์การบริหารและกลยุทธ์การผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น อีกทั้งเป็นแรงกดดันเพื่อที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมีรูปแบบตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งในจุดนี้จะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมมากขึ้นสภาพการแข่งขันในประเทศถือได้ว่ามีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศนั้น ๆ การแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากก่อให้เกิดแรงกดดันซึ่งกันและกัน เกิดการพัฒนาในหลายด้านมากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพัฒนาในด้านอื่น ๆ อีกด้วย อาทิเช่น การพัฒนาเทคโนโลยีซึ่งในจุดนี้จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า นอกจากนี้ การแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตปริมาณมาก กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจาย เพราะการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมที่อยู่ในอาณาเขตเดียวกัน มีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออยู่ตลอดเวลา มีการเปิดตลาดและไม่กีดกันการนำเข้าเพื่อที่จะ

ทดแทนการขาดแคลนนั่น จะทำให้สภาพการแข่งขันภายในประเทศมีความเข้มข้นได้บ้าง แต่จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวก็ไม่ได้ทำให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นสภาพของการแข่งขันต้องมีความเข้มข้น เพราะสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นถือได้ว่าเป็นการนำทรัพยากรของประเทศไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. รัฐบาล (Government)

การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลมีจุดมุ่งหมายที่จะใช้ทรัพยากรทุกประเภทของประเทศทั้งทางด้านทรัพยากรแรงงาน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลิตภาพสูงสุดแก่ระบบเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำมาตราฐานความเป็นอยู่ที่ดีมาให้แก่ประชากรของประเทศและการที่จะเพิ่มผลิตภาพในประเทศให้สูงขึ้นได้นั้น ระบบเศรษฐกิจจะต้องพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงขึ้นจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพิงภาคเกษตรไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจที่ขยายไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและการใช้บริการเพิ่มขึ้น

รัฐบาลควรกำหนดนโยบายเศรษฐกิจที่จะกระตุ้นให้ภาคอุตสาหกรรมมีการปรับตัวไปสู่ระดับที่สูงขึ้น โดยรัฐบาลมีบทบาทในการสร้างบรรยากาศที่จะเอื้ออำนวยให้ภาคอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีทางการผลิตในขั้นที่สูงขึ้น และปรับปรุงการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

6. โอกาส (Chance)

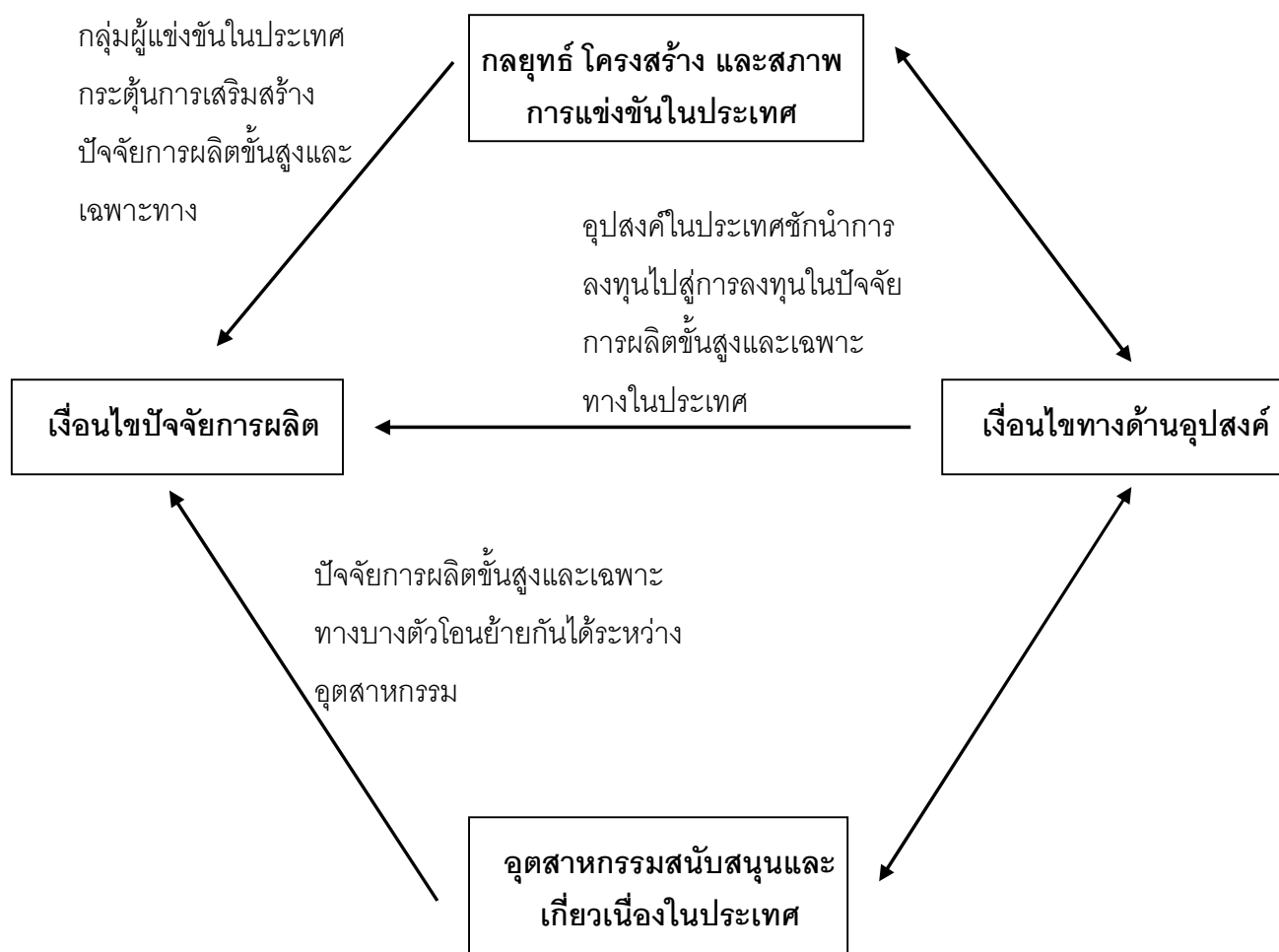
ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันนั้น นอกจากจะประกอบด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังกล่าวแล้ว ยังเป็นผลมาจากการเอื้ออำนวยโอกาสที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก อาทิเช่น วิกฤตการณ์น้ำมัน วิกฤตการณ์ทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน ความต้องการในต่างประเทศ การดำเนินนโยบายทางการเมืองของต่างประเทศ และสงคราม ซึ่งส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยทำให้คู่แข่งรายใหม่เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งเดิมที่มีอยู่ แต่ผู้ที่มีความได้เปรียบรายเดิมก็ยังคงดำรงบทบาทอยู่ได้หากสามารถนำ Diamond Model ดังกล่าวมาก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันยิ่งขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

สุรชัย รัตนกิจตระกูล (2540 : 71-80) กล่าวว่า ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันมีความสัมพันธ์กันและกันดังนี้

1. ผลต่อเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตในประเทศ ในประเทศหนึ่งปัจจัยการผลิตประเภทใด (โดยเฉพาะปัจจัยการผลิตขั้นสูงและปัจจัยเฉพาะทาง) จะถูกสร้างขึ้น ขึ้นอยู่กับผลของตัวกำหนดต่าง ๆ ในDiamond Model ต่อปัจจัยการผลิตในประเทศ ส่วนปัจจัยพื้นฐานทั่วไป ขึ้นอยู่กับDiamond

Model น้อยลงเพราะมักจะถูกสร้างขึ้นทั่วไปในหลาย ๆ ประเทศอยู่แล้ว โดยผลของนโยบายรัฐบาล เช่น ระบบทางหลวง ระบบการศึกษาภาคบังคับ ฯลฯ ปัจจัยใน Diamond Model มีผลต่อกลไกการสร้างยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตขั้นสูงและปัจจัยเฉพาะทางในประเทศ คือ



ภาพประกอบ 5 ผลต่อเงื่อนไขปัจจัยการผลิตในประเทศ

ที่มา : สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. 2540 : 73

1.1 สภาพการแข่งขันในประเทศ มีผลสูงสุด เนื่องจากการแข่งขันในประเทศอย่างเข้มข้นระหว่างผู้แข่งขันจำนวนมากจะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง โดยที่ทั้งหมดเป็นการพัฒนาโดยผู้แข่งขันโดยตลอด และอาจเป็นการพัฒนาร่วมกันระหว่างผู้แข่งขันกับรัฐบาลหรือมหาวิทยาลัยในรูปของหลักสูตรหรือวิชาพิเศษ การฝึกอบรมพิเศษ วารสารเฉพาะทางอุตสาหกรรมและการวิจัยอื่น ๆ เป็นต้น

1.2 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ เนื่องจากอาจมีปัจจัยการผลิตบางตัวสามารถโอนย้ายกันได้ระหว่างอุตสาหกรรม การอยู่ร่วมกันในประเทศเดียวกันของกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้บางอย่างร่วมกันในการผลิต เช่น วัตถุดิบ ชิ้นส่วน ความเชี่ยวชาญ หรือโครงสร้างพื้นฐาน จะช่วยดึงดูดให้หน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษา บริษัท และบุคคล มาลงทุนในกลไกการเสริมสร้างปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางในประเทศ โดยในบางกรณีอาจก่อให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อผลิตสิ่งที่ใช้ร่วมกันเพื่อจำหน่ายแก่อุตสาหกรรม เพราะว่ากลุ่มอุตสาหกรรมนั้นทำให้ความต้องการสิ่งที่ใช้ร่วมกันมีปริมาณมากพอที่จะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ในประเทศขึ้นมารองรับ

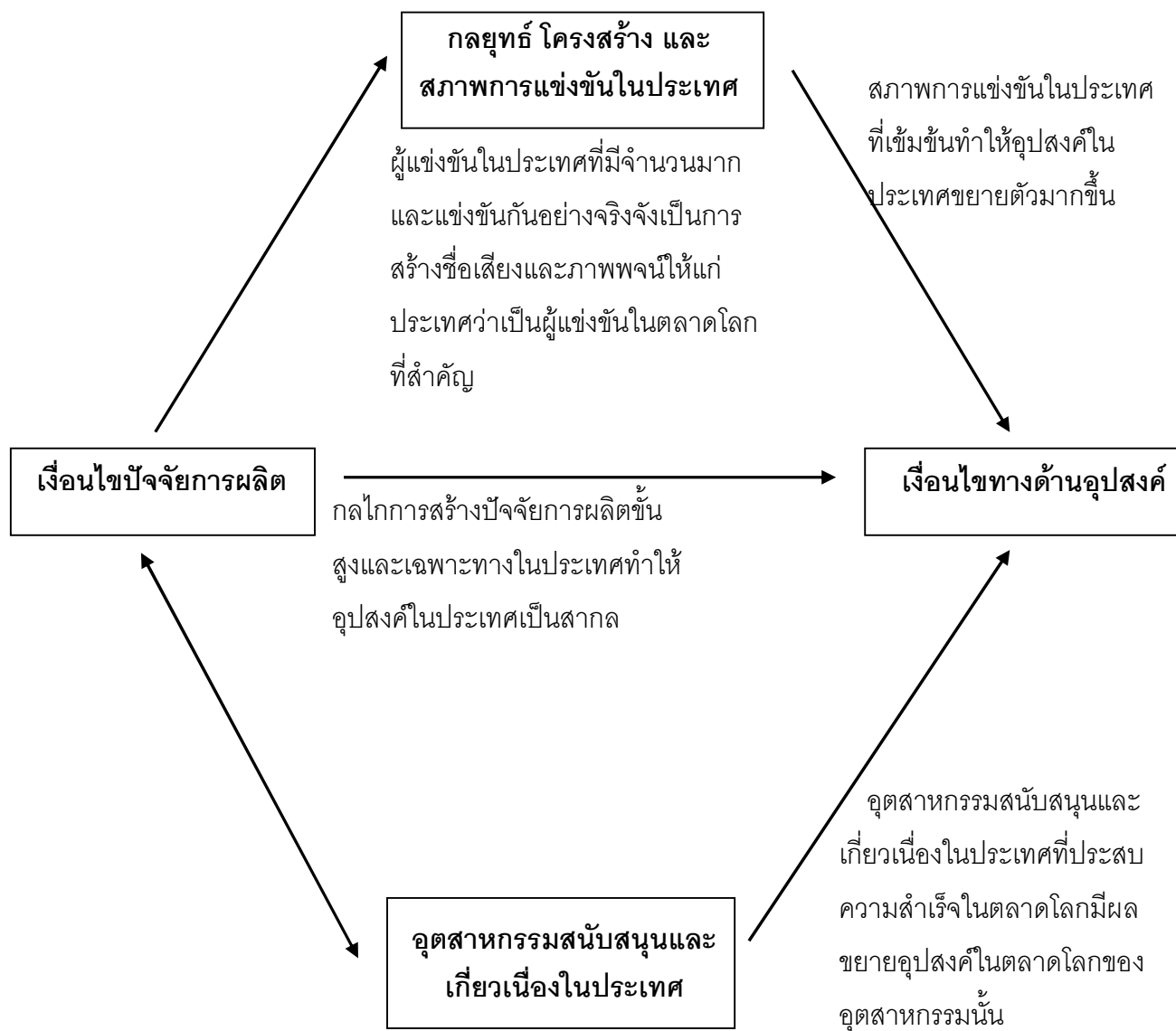
1.3 อุปสงค์ในประเทศ อุปสงค์ในประเทศที่มีปริมาณมากต่อสินค้าใด หรือที่รู้จักจริงต่อสินค้าใด หรือที่มีมาตรฐานคุณภาพสูงและเข้มงวดต่อสินค้าใด จะชักนำให้บุคคลหรือสังคมมาลงทุนในปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางต่อสินค้านั้น ๆ

2. ผลต่ออุปสงค์ในประเทศ อุปสงค์ในประเทศต่อสินค้าใดหรืออุตสาหกรรมใด เป็นผลจากลักษณะหลาย ๆ ประการของประเทศนั้น เช่น ประชากร ภูมิอากาศ วัฒนธรรม ค่านิยมและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศนั้น รวมทั้งมีผลจากปัจจัยต่าง ๆ ใน Diamond Model ดังนี้

2.1 สภาพการแข่งขันในประเทศ กลุ่มผู้แข่งขันในประเทศ แข่งขันกันลงทุนในด้านการตลาดและการแข่งขันกันลดราคา เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด กลุ่มผู้แข่งขันในประเทศมักจะวางจำหน่ายสินค้าก่อนนำออกวางจำหน่ายนอกประเทศ สินค้าที่จำหน่ายในประเทศจึงมักจะมีหลากหลายให้เลือกมากกว่าสินค้าที่ส่งออก เพียงแต่การที่มีผู้แข่งขันในประเทศจำนวนมากต่างแข่งขันกันและกันอย่างเข้มข้น สามารถกระตุ้นให้ตลาดรับรู้ว่ามีอุตสาหกรรมนั้นอยู่ในประเทศ ส่งผลให้ความต้องการขยายตัวขึ้น รวมทั้งยังส่งผลให้ตลาดถึงจุดอิ่มตัว จึงชักนำสู่การส่งออกเร็วขึ้น สภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นยังขยายอุปสงค์ต่างประเทศ เพราะผู้ซื้อในประเทศมักนิยมที่จะซื้อจากประเทศที่มีผู้ผลิตมากพอสมควรที่แข่งขันกันอย่างจริงจัง เพื่อผู้ซื้อในประเทศจะได้มีทางเลือกมาก ๆ

2.2 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก สามารถมีผลขยายอุปสงค์ในตลาดโลกต่อสินค้าอุตสาหกรรมนั้นได้ 2 วิธี คือ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้สร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ได้ดี จนตลาดโลกสามารถยอมรับอุตสาหกรรมนั้นได้ง่ายขึ้น หรือถ้าสินค้าของอุตสาหกรรมนั้นใช้ประกอบหรือเสริมกับสินค้าอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง ความสำเร็จในตลาดโลกของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องจะดึงดูดให้เกิดอุปสงค์ในตลาดโลกต่อสินค้าของอุตสาหกรรมนั้น

2.3 ปัจจัยการผลิตในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลไกการสร้างปัจจัยการผลิตขั้นพื้นฐานและเฉพาะทางในประเทศ สามารถมีผลทำให้อุปสงค์ในประเทศเป็นสากลได้



ภาพประกอบ 6 ผลต่อเงื่อนไขอุปสงค์ในประเทศ

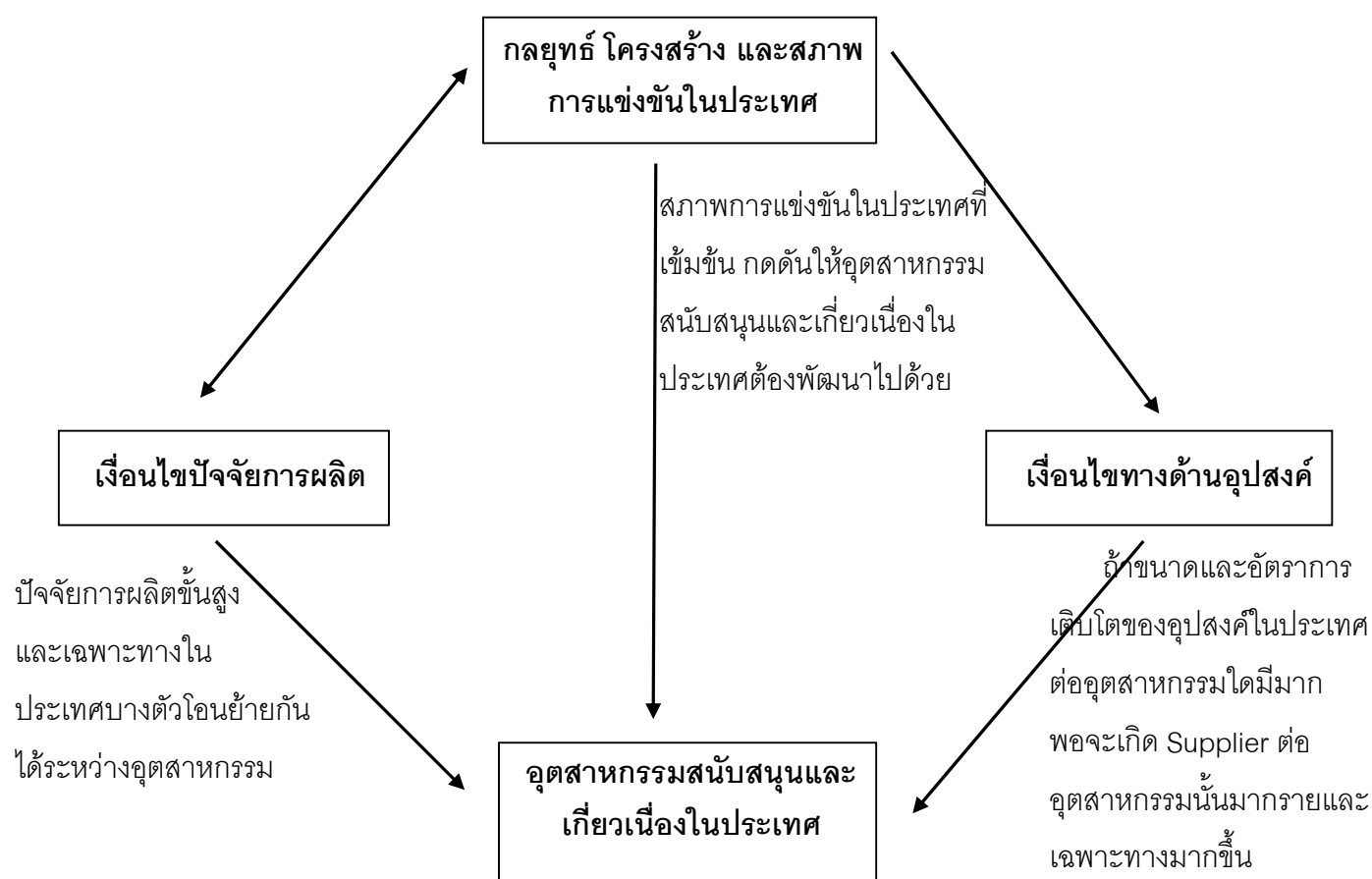
ที่มา : สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. 2540 : 75

3. ผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ปัจจัยกำหนดต่าง ๆ ใน Diamond Model ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีดังนี้

3.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศและกลไกการสร้างปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางในประเทศมีผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศเพราะว่าปัจจัยการผลิตบางตัวและกลไกดังกล่าวบางตัวสามารถโอนย้ายกันได้ระหว่างอุตสาหกรรม

3.2 อุปสงค์ในประเทศ ถ้าขนาดและอัตราการเติบโตของอุปสงค์ในประเทศต่ออุตสาหกรรมใดมีมากพอจะเกิดผู้ผลิตต่ออุตสาหกรรมนั้นมารายขึ้น เพื่อทดแทนการนำเข้าหรือทดแทนการผลิตเพื่อใช้เองในโรงงาน

3.3 สภาพการแข่งขันในประเทศ จะตั้งให้เกิดอุปสงค์ในตลาดโลกต่อสินค้าของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศของอุตสาหกรรมนั้น สภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นกดดันให้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศต้องพัฒนาไปด้วย การกระจุกตัวรวมอยู่ในบริเวณเดียวกันของอุตสาหกรรมหนึ่ง และอุตสาหกรรมสนับสนุนจะช่วยส่งเสริมการร่วมมือแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝ่ายทางด้านการวิจัย



ภาพประกอบ 7 ผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

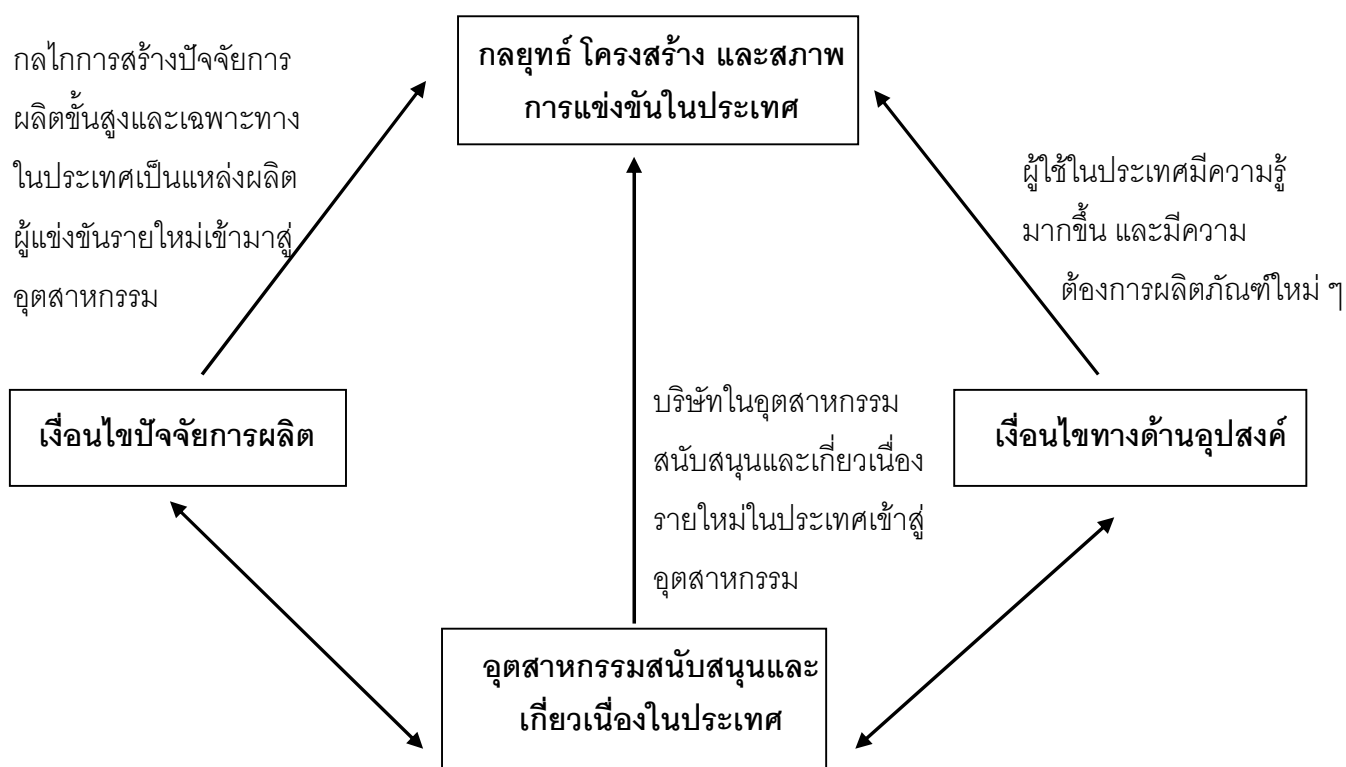
ที่มา : สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. 2540 : 77

4. ผลต่อสภาพการแข่งขันในประเทศ ปัจจัยต่าง ๆ ในระบบ Diamond Model มีผลต่อสภาพการแข่งขันในประเทศโดยเฉพาะผลต่อจำนวน ความเชี่ยวชาญ และกลยุทธ์ของผู้แข่งขันในประเทศ ดังนี้

4.1 อุปสงค์ในประเทศ ผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงที่เป็นบริษัทในอุตสาหกรรมผู้ใช้อาจเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผู้ซื้อรายนั้นมีความเชี่ยวชาญที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมนั้นและมองว่าอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของผู้ซื้อรายนั้นมีความสำคัญต่อตนทางกลยุทธ์ ผู้ซื้อรายนั้นเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมพร้อมด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในความต้องการของตลาด จึงอยู่ในตำแหน่งที่ดีมากที่จะพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม ประกอบกับปฏิกิริยาจากผู้แข่งขันรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมนั้น จะพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมต่อไปด้วย

4.2 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องหรืออุตสาหกรรมผู้ช่วยจะช่วยยกระดับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม เพราะผู้เข้ามาใหม่ประเภทนี้มักจะนำจุดแข็งของตนที่โอนย้ายได้ระหว่างอุตสาหกรรมเข้ามาในอุตสาหกรรม

4.3 ปัจจัยการผลิต กลไกการสร้างปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางในประเทศมีผลในทางก่อให้เกิดผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม



ภาพประกอบ 8 ผลต่อกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ

ที่มา : สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. 2540 : 79

1.3 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานของความได้เปรียบของระบบเศรษฐกิจนั้น ๆ

จากแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ของ อדם สมิท ซึ่งอธิบายว่า การค้าเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสัมบูรณ์นั้น คือ ประเทศใดประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าที่มีความชำนาญ (ได้เปรียบสินค้านั้นอย่างสัมบูรณ์) แล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ทำให้ประเทศทั้งสองมีสินค้าบริโภคมากขึ้น เดวิด ริคาร์โด ได้แสดงแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจาก อדם สมิท โดยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเดวิด ริคาร์โด มีข้อสมมติฐานเบื้องต้นที่ชัดเจนกว่าทฤษฎีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ ซึ่งเดวิด ริคาร์โดได้ให้แนวคิดที่ว่า ประเทศ 2 ประเทศจะทำการค้าขายกันเมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง โดยเน้นการค้าภายใต้ระบบการค้าเสรี แต่ละประเทศจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยที่ประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ แรงงานซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและแรงงานการผลิต ในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตแตกต่างกัน

ต่อมาแนวคิดทฤษฎีทางการค้าดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดย เฮคเชอร์ โอลิน (Heckscher Ohlin) ซึ่งอธิบายไว้ว่า ประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน โดยมีข้อสมมติว่า ปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศแต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกันจากแนวความคิดนี้ ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของเฮคเชอร์ โอลิน ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่า ประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าอะไร โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีอยู่มากในประเทศ

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของประเทศหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ นั้น จะวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตเปรียบเทียบกับเพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับสินค้านั้น แต่การวิเคราะห์ต้นทุนมีความยากลำบาก ในทางปฏิบัติเนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการจัดข้อมูลต้นทุนการผลิตจึงทำได้เพียงวิธีการสำรวจเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากวิธีการสำรวจเดียวกัน นอกจากนี้การเปรียบเทียบต้นทุนจะละเอียดปัจจัยที่มีใช้ตัวเงินไม่ได้ เช่น ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพของสินค้าและระดับการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งผลกระทบต่อบรรยากาศของการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นเพื่อขจัดปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการสร้างดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) (เกษร จันทรภูมิรัตน์. 2528: 28)

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

Bela Balassa ได้อธิบายดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบว่าเป็นความสัมพันธ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศ ในแต่ละสินค้า โดยมีข้อสมมติว่ารูปแบบของสินค้าในการทำการค้าสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของต้นทุนในแต่ละประเทศ ซึ่งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งออกของแต่ละประเทศ และยังสะท้อนถึงความแตกต่างของต้นทุนอีกด้วย (Balassa. 1989: 63)

การคำนวณหาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะใช้ข้อมูลการส่งออกที่รวมผลกระทบทางด้านภาษีและมาตรการกีดกันทางการค้าในแต่ละสินค้าที่ประเทศหนึ่งกระทำกับอีกประเทศหนึ่ง (Balassa. 1989: 63) โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (Balassa. 1989: 80)

$$XRCA_{ij} = \frac{(X_{ij} / \sum_j X_{ij})}{(\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij})}$$

โดยที่ $XRCA_{ij}$ = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า i ของประเทศ j

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

$\sum_j X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

$\sum_i X_{ij}$ = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของโลก

$$\sum_i \sum_j X_{ij} = \text{มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก}$$

โดยถ้าค่า $RCA > 1$ แสดงว่า ประเทศ j มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า i ไปยังตลาดโลก

ถ้าค่า $RCA < 1$ แสดงว่า ประเทศ j เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า i ไปยังตลาดโลก

แต่ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน จะใช้สูตรในการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ดังนี้ (Balassa. 1989: 94)

$$RCA_{tja} = (X_{tja} / X_{tj}) / (X_{wja} / X_{wj})$$

โดยที่ RCA_{tja} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ

การส่งออกสินค้า a ของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{tja} = มูลค่าการส่งออกสินค้า a ของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{wja} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า a ของโลกไปประเทศ j

X_{wj} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลกไปประเทศ j

a = สินค้า คือ รถจักรยานยนต์ (HS 87.11)

t = ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทยและประเทศจีน

j = ประเทศผู้นำเข้า คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์

ในการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดังนี้

ถ้า $RCA_{tja} > 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

ถ้า $RCA_{tja} < 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก
รถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

ถ้า $RCA_{tja} = 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนอยู่ในฐานะคงที่ (ไม่ได้เปรียบและไม่
เสียเปรียบ) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

ข้อดีของ RCA

- เป็นดัชนีวัดถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดย
เปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่
ค้า
- ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของแต่ละ
ประเทศในตลาดใดตลาดหนึ่งว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
ชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า

ข้อบกพร่องของ RCA

- ถ้า $RCA > 1$ หมายความว่า ประเทศ t มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก
สินค้า a แต่ไม่สามารถระบุได้ว่า ความได้เปรียบดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด
- ถ้าประเทศ 2 ประเทศมีค่า $RCA > 1$ ทั้งคู่ จะไม่สามารถระบุแน่ชัดได้ว่าประเทศใดมี
ความสามารถในการส่งออกสินค้า a มากกว่าหรือน้อยกว่ากัน
- ค่า RCA ไม่สามารถแสดงผลของการกีดกันทางการค้าออกมาได้เลย

1.4 โครงสร้างตลาด

โครงสร้างตลาด หมายถึง ลักษณะการกระจายขนาดของหน่วยผลิตในตลาด เช่น จำนวน
หน่วยผลิต จำนวนสินค้าที่ขายในตลาด ลักษณะการกระจายตัวของหน่วยผลิตในตลาด ลักษณะการ
กีดกันการเข้าสู่อุตสาหกรรมของหน่วยผลิตรายใหม่ ลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ผลิต โครงสร้างตลาด
เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของหน่วยผลิตและผลการดำเนินงานของตลาด (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์.
2544: 129)

ประเภทและลักษณะโครงสร้างตลาด

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

Robin Bade, Michael Parkin. (2005: 396-399) กล่าวว่า ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect
competition) เป็นตลาดในอุดมคติ ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ ประกอบด้วยหน่วยผลิตขนาดเล็กเป็น
จำนวนมาก หน่วยผลิตทั้งหมดจะผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ แต่ละหน่วยผลิตมีอิสระ

ในการเข้าหรือออกจากอุตสาหกรรมได้อย่างเสรี ลักษณะผลิตภัณฑ์เหมือนกัน ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ และทุกหน่วยผลิตต่างมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลทางด้านเทคนิคหรือวิธีการผลิต รวมถึงราคาสินค้าอย่างสมบูรณ์

ตลาดผูกขาด

ตลาดผูกขาด (Pure Monopoly) เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียว สินค้าที่จำหน่ายจะเป็นของผู้ผลิตเพียงรายเดียว สินค้ามีเอกลักษณ์ ไม่มีสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นทดแทนได้ ผู้ผลิตรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันไม่ได้หรือเข้ามาด้วยความยากลำบาก (Robin Bade, Michael Parkin. 2005: 396-399)

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) เป็นตลาดที่มีหน่วยผลิตและผู้ซื้อจำนวนมาก สินค้าในตลาดมีลักษณะใกล้เคียงกัน สามารถใช้ทดแทนกันได้ ทำให้หน่วยผลิตมีการแข่งขันกันเพื่อต้องการเพิ่มปริมาณขายของตน ดังนั้น หน่วยผลิตจึงพยายามสร้างความผูกขาดในตัวเอง ซึ่งจะทำให้สามารถรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้า การสร้างความผูกขาดสามารถทำได้โดยการทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าของตนกับหน่วยผลิตรายอื่น เช่น การปรับปรุงคุณภาพ รูปร่าง คุณสมบัติ หีบห่อ เป็นต้น (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธิ์. 2544: 131)

ตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย

ตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย (Oligopoly) เป็นตลาดที่มีหน่วยผลิตจำนวน 2 รายขึ้นไป เนื่องจากจำนวนหน่วยผลิตมีน้อยผู้ผลิตจึงใส่ใจต่อปฏิกิริยาของคู่แข่ง หากหน่วยผลิตรายใดมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณราคาสินค้า หรือส่งเสริมการขาย ย่อมมีผลทำให้คู่แข่งมีปฏิกิริยาโต้ตอบทันที ดังนั้นหน่วยผลิตในตลาดผู้ผลิตน้อยรายจึงมักไม่แข่งขันกันด้วยราคา เนื่องจากหากแข่งขันกันด้วยราคาจะทำให้เกิดผลกระทบในทางลบ สินค้าที่มีผู้ผลิตน้อยรายอาจมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ เช่น น้ำมัน ปูนซีเมนต์ ฟิล์มถ่ายรูป เป็นต้น หรือสินค้าที่มีผู้ผลิตน้อยรายอาจแตกต่างกัน เช่น รถยนต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ดีด เป็นต้น (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธิ์. 2544: 131)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

กาญจนา ปู่อาจ (2544) ได้ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทถ้วย จานและชามเซรามิกของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและ

มาเลเซีย โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในด้านสภาพปัจจัยการผลิต ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น ปัจจัยแรงงาน ด้านจำนวนแรงงานและค่าแรง ปัจจัยเงินทุนด้านปริมาณเงินทุนและอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านขนส่งในด้านค่าขนส่ง และปัจจัยด้านอัตราค่าไฟฟ้า มีการวิเคราะห์ในด้านสภาพอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิตบทบาทของรัฐบาล โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter (Michael E. Porter, 1990) ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในด้านแรงงานนั้นประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือกว่าประเทศไทยเนื่องมาจากค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า ในปัจจัยด้านทุน พบว่าประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือประเทศอื่น เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่า ในด้านการขนส่ง พบว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเนื่องจากมีอัตราค่าขนส่งที่ถูกกว่า ในด้านระบบสาธารณูปโภค ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเนื่องมาจากค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปาที่ต่ำกว่า ในด้านของสภาพอุปสงค์พบว่าประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเนื่องจากขนาดตลาดเซรามิกภายในประเทศที่ใหญ่กว่า ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง พบว่าประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเนื่องมาจากราคานำเข้าวัตถุดิบที่ต่ำกว่า ในด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเนื่องจากมีกำลังการผลิตมากกว่า จากการศึกษาโดยรวมพบว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทถ้วย จาน และชามเซรามิกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย

เกรียงศักดิ์ วงศ์พร้อมรัตน์ (2541) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน อาศัยทฤษฎี Michael E. Porter และหาค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในแต่ละปัจจัยโดยอาศัยข้อมูลสถิติภูมิและเอกสารข้อมูลต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์พบว่าในปัจจัยด้านอัตราค่าไฟฟ้า อัตราค่าน้ำ ที่ดิน ขนาดตลาดภายในประเทศ และความเข้มข้นในการแข่งขันประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศสิงคโปร์ ในด้านปัจจัยแรงงาน ทุน ระบบขนส่ง อุตสาหกรรมเอทิลีน และปัจจัยด้านขนาดกำลังการผลิต ประเทศสิงคโปร์มีความได้เปรียบมากกว่าประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ไทยเสียเปรียบสิงคโปร์อยู่ในหลายด้าน อาทิเช่น ปัจจัยด้านแรงงาน ทุน ขนาดกำลังการผลิต ระบบขนส่ง และด้านอุตสาหกรรมเอทิลีน เป็นต้น

ชัยยันต์ กิตติวิศิษฐ์ (2546) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนารวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าไอที ซึ่งใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าไอทีของไทยและจีน ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) สินค้าไอทีที่ทำการศึกษามี 13 ชนิดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสินค้า คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์โทรคมนาคม และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ในตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งการวิเคราะห์ RCA พบว่า สินค้าไอทีของไทยมีความได้เปรียบเทียบกับทุกตลาด แต่ค่า RCA มีแนวโน้มลดลง ขณะที่จีนมีความได้เปรียบในตลาดสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปแต่มีแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นทั้ง 3 ตลาด ส่วนการวิเคราะห์ CMS พบว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของไทยเป็นการอาศัยการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกเป็นสำคัญ โดยมีความสามารถในการแข่งขันลดลง โดยยังไม่มีการสร้างปัจจัยได้เปรียบในการแข่งขันใหม่ ๆ ขึ้นมา ขณะที่การส่งออกของจีนเป็นการอาศัยความสามารถในการแข่งขันเป็นสำคัญ ปัจจัยได้เปรียบเกิดจากการได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐและการลงทุนจากต่างชาติ

เสริมสิทธิ์ อินทร์จำ (2546) ได้ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชีย-โอเซเนีย มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ในการศึกษาได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี 2540-2545 ที่ได้รับรวบรวมจากหน่วยงานรัฐบาลและองค์กรนานาชาติ คำนวณตามวิธีการของศูนย์พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้าขององค์การสหประชาชาติเพื่อหาดัชนีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในแต่ละประเทศที่ทำการศึกษา ผลจากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยไม่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ในด้านที่เกี่ยวกับสภาพปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะทรัพยากรด้านความรู้ ทรัพยากรด้านเงินทุน และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ยังพึ่งพาจากต่างประเทศ แต่อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย อินโดนีเซีย ปากีสถาน และฟิลิปปินส์

Shinji Miyawaki (2547) ได้ศึกษาถึง กระบวนการวัดสมรรถนะสายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยชินจิเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยว่าควรจะมีกระบวนการสำหรับใช้วัดสมรรถนะของสายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภาพ คุณภาพ ทรัพยากรบุคคล และสารสนเทศพื้นฐาน ในการศึกษาครั้งนี้ชินจิได้นำเสนอ

กระบวนการวัดสายโซ่อุปทานซึ่งพัฒนาขึ้นจากผลงานวิจัยที่ผ่านมาในแง่มุมต่าง ๆ เช่น การวัดสมรรถนะโดยทั่วไป การวัดสมรรถนะในกิจการขนาดย่อมและขนาดกลาง กระบวนการนี้ใช้วัดตั้งแต่ผู้ขายวัตถุดิบโดยตรงให้กับกิจการไปจนถึงลูกค้าของกิจการโดยตรง โดยจะพิจารณาจาก 3 ประเด็น ได้แก่ กระบวนการที่รับผิดชอบ ซึ่งพัฒนามาจาก Supply Chain Operation Reference (SCOR) ตัวชี้วัดจากมุมมองของสายโซ่อุปทาน และระดับการจัดการ กระบวนการที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ได้นำไปทดลองใช้ระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยขึ้นใจ คาดว่าการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมยานยนต์มีการตื่นตัวในด้านสายโซ่อุปทาน

อาภรณ์ เติร์มประกิจกุล (2544) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกยานยนต์ของประเทศไทย โดยศึกษาถึงสภาพทั่วไปของการผลิต การส่งออก บทบาทของรัฐบาล ปัญหาและอุปสรรค และศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยทั้งในด้านการผลิตและการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และต้องใช้เงินทุนมาก รวมทั้งความชำนาญและเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ดังนั้นจึงเป็นการลงทุนร่วมกันระหว่างบริษัทในประเทศไทยและบริษัทแม่จากต่างประเทศ ลักษณะการผลิตเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูปจากต่างประเทศมาประกอบกับชิ้นส่วนที่ผลิตได้ภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง มูลค่าการส่งออกในแต่ละปีเพิ่มขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยเปลี่ยนแปลงจากอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้าไปสู่อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกมากขึ้น ประกอบกับภาครัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมมาโดยตลอด ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยานยนต์ของประเทศไทยโดยพิจารณาจากต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศพบว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยานยนต์และไม่มีความคุ้มค่าในการนำทรัพยากรภายในประเทศมาใช้ อุตสาหกรรมนี้จึงมีการผลิตที่มีประสิทธิภาพต่ำและมีความสามารถในการแข่งขันไม่มากนัก

มยุรัตน์ ศุภสิทธิ์ (2546) ได้วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่งของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโครงสร้างและสภาพทั่วไปในการส่งออกรถยนต์ 2 ประเภท ได้แก่ รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยพบว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศเข้ามาทำการผลิต ขณะที่มาเลเซียมีโครงการรถยนต์แห่งชาติเป็นแกนนำในอุตสาหกรรม การผลิต จำหน่าย ส่งออกและนำเข้ารถยนต์ของไทยส่วนใหญ่เป็นรถยนต์เพื่อการ

พาณิชย์ ความสำเร็จได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ไปยังตลาดโลกในช่วงปี 2535 – 2544 พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง ส่วนมาเลเซียนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ทั้งสองประเภท การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จแข่งขัน พบว่า ประเทศไทยและมาเลเซียมีความสมบูรณ์ในด้านวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานอุปสงค์รถยนต์ภายในประเทศของไทยมีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มการขยายตัวมากกว่าประเทศมาเลเซีย สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยและมาเลเซียมีการแข่งขันสูง กล่าวได้ว่าการศึกษานี้พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยโดยรวมมีความได้เปรียบแข่งขันดีกว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศมาเลเซีย

กุลชัย วงศ์นาราชกิจ (2545) ศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ด้านการกระจุกตัวและการวิเคราะห์ SWOT หลังการเปิดเสรีอุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2534 จนถึงปี 2543 เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการประเมินหรือสร้างแนวโน้มนโยบายในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยการศึกษาจะกล่าวถึง การผลิต การตลาด การนำเข้าและส่งออก นโยบายการปรับตัวในช่วงภาวะวิกฤติ และกระแสอุตสาหกรรมยานยนต์ พร้อมทั้งวิเคราะห์การกระจุกตัวและการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งในส่วนของการวิเคราะห์การกระจุกตัวนั้น ผู้ศึกษาได้แบ่งตลาดออกเป็น 3 ตลาด คือ ตลาดรถยนต์นั่ง ตลาดรถยนต์พาณิชย์และตลาดรถยนต์โดยรวม โดยการวิเคราะห์จะใช้ดัชนีชี้วัด คือ CR (Concentration Ratio) HI (Herfindahl Index) และเส้นการกระจุกตัว (Industry Concentration Curve) ผลที่ได้พบว่า การกระจุกตัวของรถยนต์นั่งภายในประเทศเกิดจาก 4 ผู้นำตลาด ขณะที่ในตลาดรถยนต์เชิงพาณิชย์ เกิดการกระจุกตัวจาก 4 ผู้นำตลาดเช่นกัน แต่มีแนวโน้มในอนาคตจะเพิ่มเป็น 5 ผู้นำตลาด และสำหรับตลาดรถยนต์โดยรวมพบว่าการกระจุกตัวจะเกิดจาก 4-5 ผู้นำตลาดเช่นกัน ส่วนผลจากการวิเคราะห์ SWOT สามารถนำเสนอถึงแนวโน้มที่จะนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการต่อไปคือ ควรศึกษาถึงผลดีผลเสียจากการเปิดเสรีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ และทำการวางแผนรองรับ ทบทวนและศึกษาการเข้าเป็นเจ้าของกิจการของชาวต่างชาติ สร้างบุคลากรเพื่อรองรับอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ยกกระชับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้ได้มาตรฐานสากล ควรจัดตั้งหน่วยงานที่รองรับและรับผิดชอบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์โดยตรง ติดตามและทบทวนนโยบายภาครัฐในด้านต่าง ๆ ในด้านการลงทุน การส่งออก อัตราภาษีและการส่งเสริมอุตสาหกรรม เร่งสร้างอุปสงค์ภายในประเทศ และพัฒนานวัตกรรมให้เป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

อาภรณ์ ชัยกุลเสวีรัตน์ (2544) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย งานศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของรถจักรยานยนต์ไทยในตลาดโลก รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศวิเคราะห์ ผลการศึกษา RCA ระหว่างปี 2534 – 2540 พบว่า ไทย ญี่ปุ่น จีน และอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ขณะที่มาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมนี้ ส่วนค่า DRC ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยที่คำนวณจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ประกอบข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ พบว่า อุตสาหกรรมนี้มีต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรภายในประเทศต่ำกว่าเงินตราต่างประเทศที่ได้จากการส่งออก อาจกล่าวได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ เมื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้ไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญมี 3 ปัจจัย คือ ไทยมีตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศขนาดใหญ่ จึงเหมาะสำหรับการผลิตรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยลดลงหรือเกิดการประหยัดจากขนาดเมื่อมีการขยายขนาดการผลิต การสนับสนุนและคุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศของรัฐบาล เช่น การให้การส่งเสริมการลงทุน การเก็บภาษีนำเข้ารถจักรยานยนต์ในอัตราสูง เป็นต้น ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ ทั้งทางด้านการเงิน เทคโนโลยีการผลิต การตลาด ตลอดจนการพัฒนาบุคลากร ปัจจุบันความสามารถในการแข่งขันของไทยเริ่มลดลงเนื่องจากค่าจ้างแรงงานปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับตลาดส่งออกในเวียดนามซึ่งเคยเป็นตลาดหลักของไทยกำลังประสบปัญหาจากการที่ทางการเวียดนามเริ่มใช้มาตรการส่งเสริมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากต่างประเทศทำให้ผู้ประกอบการไทยถูกจำกัดการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังเวียดนาม

ทรงชัย บริสุทธิ์ (2540) ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ในประเทศระหว่างปี 2520 – 2538 การศึกษาจะทำตามรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณ แล้วพยากรณ์อุปสงค์และอุปทานในอีก 5 ปีข้างหน้าในปี 2540-2544 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภคและราคาขายปลีกรถจักรยานยนต์ รวมไปถึงปริมาณรถยนต์ที่สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาการจราจรที่ติดขัดมีผลกระทบต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ แต่ราคาน้ำมันเบนซินไม่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานได้แก่มูลค่าการส่งออกและราคาขายส่งรถจักรยานยนต์ ในขณะที่ราคานำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในประเทศไม่มีผลต่ออุปทานรถจักรยานยนต์ ด้านการพยากรณ์อุปสงค์และอุปทาน

พบว่าอุปทานในอนาคตจะสูงเพียงพอต่ออุปสงค์ในประเทศ ดังนั้นภาครัฐและเอกชนควรเร่งส่งเสริมการส่งออกให้เพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่องต่อไป

สมศักดิ์ เมืองวงษ์ (2540) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกตามทัศนะของผู้แทนจำหน่ายในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจรถจักรยานยนต์ปี 2539 สมศักดิ์ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ในทัศนะผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออก ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปร่างทันสมัย สี สันสวย สะดุดตา เครื่องยนต์ดี มีความแข็งแรงทนทาน จึงจะเป็นที่นิยม และการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคจะคำนึงถึงรูปร่างที่ทันสมัย เครื่องยนต์แข็งแรงทนทาน เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นการบ่งชี้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และตัวกำหนดราคาในภาคตะวันออก ส่วนประเภทของรถจักรยานยนต์ที่ได้รับความนิยมสูงเป็นประเภทครอบครัว เพราะสามารถนำไปใช้ได้อย่างสะดวกสบาย กลยุทธ์ด้านราคา ผู้บริโภคนิยมช่วงราคาอยู่ระหว่าง 31,000 – 35,000 บาท เนื่องจากรายได้เพียงพอต่อการจ่ายและผ่อนดาวน์ ช่องทางการจำหน่าย ในทัศนะของผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการซื้อทั้งการบริการ การซ่อมบำรุง ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้แทนจำหน่ายจะมุ่งเน้นใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การใช้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่องและครบวงจร ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ ซึ่งจากผลการศึกษาสมศักดิ์พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในตลาดภาคตะวันออกจะมีแนวโน้มของยอดขายที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

อดุลย์ กลิ่นกาเข็น (2541) ศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย รวมถึงความต้องการภายในประเทศตามทฤษฎีอุปสงค์ โดยการศึกษาโครงสร้างตลาด พบว่าตลาดรถจักรยานยนต์เป็นตลาดแบบผู้ขายน้อยรายและมีแนวโน้มของการกระจุกตัวที่สูงขึ้นทำให้เกิดอุปสรรคในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่และอุปสรรคจากความแตกต่างของสินค้า สำหรับพฤติกรรมตลาด พบว่าผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายทางการตลาดผสมผสานกันระหว่างนโยบายแข่งขันทางด้านราคา และนโยบายแข่งขันที่มีใช้ราคา เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าได้มากขึ้น ในส่วนของผลการดำเนินงาน พบว่าผู้ประกอบการมีสภาพคล่องทางการเงินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่น่าพอใจ มีประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และกิจการได้รับการคุ้มครองจากเจ้าของกิจการมากขึ้น สำหรับผลการดำเนินงานที่มีต่อเศรษฐกิจและ

สังคม พบว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีการเติบโตและก้าวหน้าในทุกด้าน ตลอดจนมีมูลค่าส่งออกที่สูงขึ้น นอกจากนี้พบว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น และธุรกิจอื่น ๆ ทั้งผลกระทบเชื่อมโยงไปข้างหน้าและข้างหลัง และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ภายในประเทศคือ ราคาจำหน่ายรถจักรยานยนต์ และรายได้ส่วนบุคคล

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ (1) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้างและสถานภาพการแข่งขันในประเทศ (2) วิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการศึกษา
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ขอบเขตของการศึกษา

ระยะเวลาที่ศึกษา

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2539-2548 เป็นระยะเวลา 10 ปี
2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) ระหว่างปี 2544-2548 เป็นระยะเวลา 5 ปี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นหลัก รวมทั้งใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ประเภข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของงานวิจัยมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนอาทิเช่น ข้อมูลอุตสาหกรรม ปริมาณการผลิต ปริมาณ

การจำหน่าย อัตราผลตอบแทนแรงงาน ผลผลิตแรงงาน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ จำนวนผู้ประกอบการ มูลค่าการส่งออก ฯลฯ ได้รวบรวมเอกสาร ข้อมูลสถิติ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยค้นคว้าจาก สำนักงานเศรษฐกิจรายสาขา กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สถาบันยานยนต์ สมาคมอุตสาหกรรม ห้องสมุดของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการอุตสาหกรรมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยประเด็นการสัมภาษณ์จะยึดแบบจำลอง Diamond Model ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยมีขั้นตอนในการขอสัมภาษณ์ ดังนี้

- 1) ดำเนินการขอหนังสือแนะนำจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อใช้ประกอบการขอสัมภาษณ์ไปยังนักวิชาการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์
- 2) เตรียมแบบสัมภาษณ์ในประเด็นที่ต้องการข้อมูลและขอเข้าพบเพื่อทำการสัมภาษณ์
- 3) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียง จัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะเรียบเรียงข้อมูลจัดกระทำข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กระทำโดยการวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสถานภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยจะดำเนินการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนจะใช้ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ข้อมูลสถิติ งานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ตามแบบจำลอง Diamond Model ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

- 1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูล 4 ด้าน ได้แก่

1.1) โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง อาทิเช่น โครงข่ายคมนาคมทางบก ปริมาณถนนและคุณภาพ ขนาดท่าเรือ และประสิทธิภาพ ตลอดจนโครงสร้างในภาพรวมของการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ โดยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐาน จากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ International Institute for Management Development (IMD)

1.2) ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เกี่ยวกับจำนวนแรงงานภายในประเทศ อัตราค่าตอบแทนของแรงงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมถึงผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ โดยจะเปรียบเทียบข้อมูลจำนวนแรงงาน อัตราค่าตอบแทนของแรงงาน และผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีน

1.3) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนา ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้เทคโนโลยี การทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในภาคอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ รวมถึงจำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลาของประเทศไทยและประเทศจีน

1.4) เงินทุน ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายในประเทศ ต้นทุนของเงินทุนที่อยู่ในรูปของอัตราดอกเบี้ยกู้ยืม

2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพอุปสงค์ภายในประเทศ จากข้อมูลปริมาณการผลิต ยอดขาย และอัตราการเติบโตของยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ รวมถึงความรู้จริงของผู้ซื้อในประเทศอีกด้วย

3) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ ความพร้อมทางด้านเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยและประเทศจีน โดยการเปรียบเทียบจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ การอยู่ในพื้นที่เดียวกันของผู้ผลิตชิ้นส่วน มาตรฐาน ตลอดจนสถาบันและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีน

4) กลยุทธ์ โครงสร้างและสถานการณ์การแข่งขันในประเทศของผู้ผลิต ผู้วิจัยจะวิเคราะห์สภาพโครงสร้างของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ จากจำนวนผู้ผลิต โครงสร้างตลาด สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม จากส่วนแบ่งการตลาด รวมทั้งกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในประเทศไทยและประเทศจีนใช้ในการแข่งขันในอุตสาหกรรม

5) ปัจจัยเสริมด้านรัฐบาล ผู้วิจัยจะวิเคราะห์นโยบายและบทบาทของรัฐบาลที่มีผลต่ออุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 2 กระทำโดยการวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลตัวเลขสถิติมูลค่าการส่งออก(HS 87.11) ปี 2544-2548 ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศคู่ค้า 3 ประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ จากฐานข้อมูลการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์มาจัดกระทำโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

ซึ่งในการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีสูตรที่นำมาใช้ในการคำนวณ ดังนี้ (Balassa. 1989: 94)

$$RCA_{tja} = (X_{tja} / X_{tj}) / (X_{wja} / X_{wj})$$

โดยที่ RCA_{tja} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ

การส่งออกสินค้า a ของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{tja} = มูลค่าการส่งออกสินค้า a ของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ t ไปประเทศ j

X_{wja} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า a ของโลกไปประเทศ j

X_{wj} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลกไปประเทศ j

a = สินค้า คือ รถจักรยานยนต์ (HS 87.11)

t = ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทยและประเทศจีน

j = ประเทศผู้นำเข้า คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์

ในการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดังนี้

ถ้า $RCA_{tja} > 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

ถ้า $RCA_{tja} < 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

ถ้า $RCA_{tja} = 1$ แสดงว่า ประเทศไทยหรือจีนอยู่ในฐานะคงที่ (ไม่ได้เปรียบและไม่เสียเปรียบ) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา/อินโดนีเซีย/ฟิลิปปินส์

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะมุ่งศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับจีน การวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถเชิงแข่งขันประกอบด้วย 4 ด้าน คือ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ โดยประเทศที่ทำการศึกษาเปรียบเทียบคือ ประเทศจีน ระหว่างปี 2539-2548

ตอนที่ 2 ศึกษาเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ระหว่างปี 2544 – 2548 รวมระยะเวลา 5 ปี

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)

1.1 ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของเงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

1.1.1 โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศของไทยและจีน

โครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพและต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ภายในประเทศนั้น เน้นโครงสร้างพื้นฐาน 2 ส่วนหลัก ได้แก่ โครงข่ายคมนาคมทางบกและประสิทธิภาพของท่าเรือขนส่งสินค้า

เนื่องจากในอุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์มีการใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนในการผลิตเป็นจำนวนมาก ฉะนั้นโครงสร้างการขนส่งที่เพียงพอและมีคุณภาพจะช่วยให้การส่งมอบวัตถุดิบและชิ้นส่วนระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลาและช่วยบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงข่ายคมนาคมทางบกหรือถนนความยาวประมาณ 160,000 กิโลเมตร ประกอบด้วย ทางหลวงแผ่นดิน(Railway) 51,938 กิโลเมตร ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (Motorway) 146 กิโลเมตร ทางด่วนพิเศษ (Expressway) 150 กิโลเมตร และถนนในชนบทประมาณ 100,000 กิโลเมตร (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน.2550: ออนไลน์.)

ในขณะที่จีนมีโครงข่ายคมนาคมทางบกหรือถนนความยาวประมาณ 1,600,000 กิโลเมตร ประกอบด้วยทางหลวงแผ่นดิน(Railway) 75,000 กิโลเมตร ทางด่วนพิเศษ (Expressway) 25,000 กิโลเมตรและถนนในชนบทประมาณ 600,000กิโลเมตร (People's Daily. 2005: Online.)

ตาราง 3 ปริมาณถนนและคุณภาพถนนของประเทศไทยและประเทศจีน

ประเทศ	ปริมาณถนน/พื้นที่ 1000 ตร.กม.	ร้อยละถนนที่เป็นถนนลาดยางหรือถนนคอนกรีต
ไทย	125.7	97.5
จีน	203.5	22.4

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547: 112)

จากตาราง 3 เปรียบเทียบปริมาณถนนและคุณภาพถนนของประเทศไทยและประเทศจีนพบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนปริมาณถนนต่อพื้นที่ 1,000 ตารางกิโลเมตร เพียง 125.7 กิโลเมตร เป็นถนนที่ลาดยางหรือถนนคอนกรีตถึงร้อยละ 97.5 ในขณะที่ประเทศจีนมีสัดส่วนปริมาณถนนสูงถึง 203.5 กิโลเมตรต่อพื้นที่ 1,000 ตารางกิโลเมตร แต่เป็นถนนลาดยางหรือคอนกรีตเพียงร้อยละ 22.4 เท่านั้น หากเปรียบเทียบโครงสร้างด้านการขนส่งทางบกภายในประเทศระหว่างไทยและจีนแล้วนั้นจะพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพถนนเหนือกว่าประเทศจีน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยสามารถเคลื่อนย้ายวัตถุดิบตลอดจนสินค้าภายในประเทศด้วยวิธีการคมนาคมทางบกได้สะดวกและรวดเร็วกว่าประเทศจีน

โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าระหว่างพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และจังหวัดใกล้เคียง เช่น สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง และพระนครศรีอยุธยา ได้มีโครงข่ายถนนที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ทางด่วนยกระดับบางนา-ตราด ทางด่วนกรุงเทพ-ชลบุรี ถนนวงแหวนรอบนอก เป็นต้น ซึ่งใช้ระยะเวลาไม่นานในการเดินทางระหว่างบริษัทหรือระหว่างบริษัทกับท่าเรือขนส่งสินค้า

ตาราง 4 ขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจาก Container Traffic ระหว่างไทยและจีน

ประเทศ	ปริมาณ Container Traffic	อันดับ ¹
หน่วย : Twenty Foot Equivalent Units (TEU)		
ไทย	2,105,000	25
จีน	5,613,000	6

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547: 112)

ส่วนของการขนส่งทางเรื่อนั้น ปัจจุบันไทยมีท่าเรือน้ำลึกที่สำคัญทั้งสิ้น 6 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือมาบตาพุด ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือปัตตานี ท่าเรือภูเก็ตและท่าเรือสงขลา (กรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี. 2549: ออนไลน์) แต่การขนส่งสินค้าในอุตสาหกรรมรถยนต์ส่วนใหญ่จะดำเนินการผ่านทางท่าเรือแหลมฉบังเป็นหลัก เนื่องจากเป็นท่าเรือที่อยู่ใกล้โรงงานประกอบรถยนต์มากที่สุด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปริมาณ Container Traffic ซึ่งเป็นตัวชี้ขนาดและประสิทธิภาพของท่าเรือทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยมีปริมาณ Container Traffic มากเป็นอันดับที่ 25 ของโลก หรือท่าเรือของไทยสามารถรองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้ 2,105,000 TEU

ในขณะที่ประเทศจีนมีท่าเรือน้ำลึกที่สำคัญทั้งสิ้น 8 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ท่าเรือต้าเหลียน ท่าเรือเทียนจิน ท่าเรือหวงฟู่ ท่าเรือจ้านเจียว ท่าเรือเหลียนหยุนกึ่ง ท่าเรือเวินโจว และท่าเรือหนิงโปว (สภาธุรกิจไทย-จีน. 2550: ออนไลน์) ซึ่งขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจาก Container Traffic ของจีนอยู่ในอันดับที่ 6 ของโลก หรือสามารถรองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้มากถึง 5,613,000 TEU ซึ่งหากเทียบกับไทยแล้ว จีนน่าจะมีศักยภาพในด้านการขนส่งทางเรือได้มากกว่าไทยประมาณ 2 เท่าตัว

¹ การจัดอันดับขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจาก Container Traffic ของ International Institute for Management Development (IMD)

จากการศึกษาภาพรวมของการขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ พบว่าได้มีการจัดอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานในประเทศด้านการขนส่งของประเทศไทยและประเทศจีนดังนี้

ตาราง 5 เปรียบเทียบอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งระหว่างไทยและจีน

โครงสร้างการขนส่ง	หน่วยเปรียบเทียบ	ไทย ¹	จีน ²
ถนน	ความหนาแน่นของเครือข่าย (กม./กม. ²)	49	46
ทางรถไฟ	ความหนาแน่นของเครือข่าย (กม./กม. ²)	44	45
การคมนาคมทางอากาศ	ปริมาณผู้โดยสารโดยบริษัทขนาดใหญ่	23	3
คุณภาพการเดินทางทางอากาศ	ส่งเสริมการพัฒนาทางธุรกิจ	28	44
การเดินทางทางเรือ	เพียงพอกับความต้องการทางธุรกิจ	32	39
เฉลี่ย		35	35

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547: 4-12)

จากตาราง 5 เปรียบเทียบอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานในประเทศด้านการขนส่งของประเทศไทยและจีนซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างถนน ทางรถไฟ การคมนาคมทางอากาศ และการเดินเรือ พบว่าคุณภาพในการเดินทางทางอากาศที่เปรียบเทียบกับการส่งเสริมการพัฒนาทางธุรกิจ ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 28 ซึ่งสูงกว่าจีนที่อยู่ในอันดับที่ 44 และแม้ว่าจากข้อมูลตาราง 4 ที่กล่าวถึงขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจาก Container Traffic ข้างต้น จีนจัดอยู่ในอันดับที่ 6 ของโลก แต่หากวัดจากความเพียงพอกับความต้องการทางธุรกิจในประเทศแล้วนั้น จีนถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก ในขณะที่ไทยมีการขนส่งทางเรือเพียงพอกับความต้องการทางธุรกิจอยู่ในอันดับที่ 32 ซึ่งเป็นอันดับที่ดีกว่าจีน และเมื่อมองภาพรวมโดยเฉลี่ยของประเทศที่มีอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งกลับพบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 35 นั่นสะท้อนได้ว่า ในปัจจุบันทั้งประเทศไทยและจีนมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งเท่าเทียมกัน

¹ , ² การจัดอันดับประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งของไทยและจีน จาก International Institute for Management Development (IMD)

1.1.2 ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทยและประเทศจีน

ทรัพยากรมนุษย์ในด้านของจำนวนแรงงาน ทักษะของแรงงาน ตลอดจนอัตราค่าตอบแทนของแรงงาน ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของภาคการผลิตที่จะช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมนั้น ๆ ดำเนินงานได้อย่างสมบูรณ์

ก. ร้อยละของการจ้างงานในประเทศ

ประเทศที่มีจำนวนประชากรอยู่ในวัยทำงานมากจะสามารถสร้างความได้เปรียบในภาคการผลิตของประเทศ เพราะจำนวนแรงงานที่มีอยู่จะสามารถรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมได้ ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการขยายเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

ตาราง 6 ร้อยละของการจ้างงานภายในประเทศของประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2539-2548

หน่วย : ล้านคน

ปี	ประเทศไทย			ประเทศจีน		
	จำนวน ประชากร	การจ้างงาน	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน ประชากร	การจ้างงาน	คิดเป็น ร้อยละ
2539	59.00	32.23	54.63	1,231.0	689.50	56.01
2540	59.64	33.16	55.60	1,242.4	698.20	56.19
2541	60.25	32.14	53.34	1,253.5	706.37	55.88
2542	60.85	32.09	52.74	1,264.1	713.94	56.04
2543	64.44	33.00	51.21	1,274.0	720.85	56.17
2544	62.02	32.11	51.77	1,283.2	730.25	56.53
2545	62.59	33.03	52.77	1,291.8	737.40	56.72
2546	63.14	33.82	53.56	1,300.0	744.32	56.91
2547	63.69	34.72	54.51	1,308.0	752.00	57.15
2548	64.23	35.17	54.76	1,315.8	N/A	N/A
	เฉลี่ย		53.49	เฉลี่ย		56.40

ที่มา : International Financial Statistics. (2006). Employment. p. 223&580.

หมายเหตุ : N/A หมายถึง Not available: ไม่ปรากฏข้อมูล

จากตาราง 6 ร้อยละของการจ้างงานภายในประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2539-2548 พบว่า อัตราการจ้างงานในประเทศโดยรวมของจีนมีอัตราการจ้างงานโดยเฉลี่ยร้อยละ 56.40 ซึ่งเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ไทยมีอัตราการจ้างงานในประเทศโดยเฉลี่ยร้อยละ 53.49 จากจำนวนประชากรและสัดส่วนอัตราการจ้างงานในประเทศสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพด้านปัจจัยแรงงาน ซึ่งจากผลการศึกษาข้างต้นพบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถสนับสนุนและรองรับการเจริญเติบโตของภาคการผลิตและการลงทุนในประเทศได้อย่างต่อเนื่อง

หากมองถึงปัจจัยด้านแรงงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานในระดับฝีมือแรงงานและวิศวกรเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2548 มีการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ ส่งผลให้มีจำนวนแรงงานในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ประมาณ 300,000 คน แรงงานในภาคอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือและมีคุณภาพดีในการผลิต แต่ยังขาดทักษะและการพัฒนา ส่วนวิศวกรการผลิตและวิศวกรวิจัยของไทยยังขาดทักษะในการเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านรวมทั้งขาดทักษะในการพัฒนาระบบและพัฒนานวัตกรรม เพราะส่วนใหญ่เลือกทำงานในสายบริหารเป็นหลัก (สถาบันยานยนต์, 2548: 24)

ข. อัตราค่าตอบแทนและผลิตภาพของแรงงาน

ตาราง 7 ค่าแรงงานเฉลี่ยของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยและจีน ปี 2546

หน่วย : เหรียญสหรัฐต่อเดือน	
ประเทศ	ค่าแรงงาน
ไทย	220.30
จีน	223.80

ที่มา : International Labor Organization. 2004. (Online)

ตาราง 8 เปรียบเทียบผลิตภาพ(Productivity) แรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศ
ไทยและประเทศจีน

หน่วย : คันต่อคนต่อปี

ประเทศ	Productivity Ratio
ไทย	175.12
จีน	83.33

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2544. (ออนไลน์)

จากข้อมูลของ International Labor Organization (ตาราง 7) พบว่า ค่าแรงงานเฉลี่ยในอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยมีค่าแรงงาน 220.30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ในขณะที่ประเทศจีนมีค่าแรงงานในอุตสาหกรรมยานยนต์เฉลี่ย 223.80 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ซึ่งหากนำข้อมูลผลิตภาพ (Productivity) แรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยและจีน (ตาราง 8) มาเปรียบเทียบกับประกอบกับอัตราค่าแรงงานข้างต้น โดยแรงงานของไทย 1 คนสามารถผลิตรถจักรยานยนต์ได้ 175.12 คันต่อปี ในขณะที่แรงงานจีน 1 คนสามารถผลิตรถจักรยานยนต์ได้เพียง 83.33 คันต่อปีเท่านั้น จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนได้ว่า แม้ประเทศไทยจะมีอัตราผลตอบแทนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ใกล้เคียงกับประเทศจีนแต่แรงงานไทยสามารถสร้างผลิตภาพให้แก่ภาคอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ได้มากกว่าแรงงานของประเทศจีน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า แรงงานของไทยมีระดับการศึกษาและทักษะแรงงานอยู่ในระดับที่ดีกว่าแรงงานของประเทศจีน

1.1.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาของประเทศไทยและประเทศจีน

ก. เทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาของประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีค่อนข้างรวดเร็ว รถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีองค์ประกอบที่ซับซ้อนขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ผลิตต่างเร่งพัฒนาศักยภาพการผลิตของตนและติดตามความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จากการศึกษา พบว่าเทคโนโลยีที่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยใช้ในกระบวนการผลิตมีจุดเริ่มต้นที่การวิจัยและพัฒนาเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพและรูปทรงที่เหมาะสมกับตลาด บริษัทแม่ต่างชาติจะเป็นศูนย์กลางและมีบทบาทในกระบวนการวิจัยและพัฒนาส่วนที่เป็นเทคโนโลยีหลักแล้วจึงถ่ายทอดมายังบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทย อย่างไรก็ตามบริษัทผู้ผลิตที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศก็มีระบบวิจัยและพัฒนาในระดับที่ไม่ซับซ้อนมาก วัตถุประสงค์ของโรงงานผู้ผลิตเป็นเพียงการวิจัยใน

รูปลักษณะภายนอกเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งบริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงข้อมูลการออกแบบมาจากบริษัทแม่แล้วนำมาปรับปรุงสร้างแม่พิมพ์ร่วมกันระหว่างช่างคนไทยและผู้เชี่ยวชาญที่มาจากบริษัทร่วมทุนต่างชาติโดยตรง เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตที่ใช้จึงอยู่ในระดับพื้นฐาน ไม่สูงมากเกินไปเพราะความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในประเทศจะใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทางและขนส่งเท่านั้น

ในปัจจุบัน ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเพิ่มบทบาทการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจังมากขึ้น จะเห็นได้จากในปี 2540 บริษัท ฮอนด้า อาร์แอนด์ดี เซ้าอีสท์เอเซีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยขึ้น (ฮอนด้า. 2549: ออนไลน์) นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตรายอื่นยังให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านการตลาด อาทิเช่น บริษัท ไทยคาวาซากิ จำกัด และบริษัท ไทยยามาฮา จำกัด เป็นต้น แต่ในอุตสาหกรรมของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่เป็น OEM เกือบทั้งหมดในประเทศไทยที่ดำเนินการโดยบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติซึ่งเป็นเจ้าของเทคโนโลยี การควบคุมการผลิตเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงนั้นจะดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการชาวไทยจะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญในระดับหนึ่งเท่านั้น

ข. เทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาของประเทศจีน

จากข้อมูลของสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่าประเทศจีนได้มีการวางพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงหลังจากที่จีนได้เปิดประเทศ จีนมีนโยบายให้บริษัทร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติตั้งโรงงานในประเทศได้ แต่บริษัทต่างชาติจะต้องถ่ายทอดเทคโนโลยี ตลอดจนเทคนิควิธีการผลิตให้กับบริษัทร่วมทุนของจีนด้วย โดยในปัจจุบันผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของจีนมีระดับความสามารถทางเทคโนโลยีที่เลียนแบบรถจักรยานยนต์ของประเทศญี่ปุ่น และกำลังพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไปสู่ระดับที่สามารถวิจัยและพัฒนาได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ประเทศจีนยังได้มีการตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลายแห่ง ทั้งที่เป็นของภาครัฐและเอกชน โดยในภาคเอกชนบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จีนรายใหญ่ ๆ อาทิเช่น Zongshen Group, Jialing Group, Lifan Industrial Group, Locin Group และ Chongqing Jianshe Yamaha Motor ได้ให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาเป็นอย่างมาก บริษัทเหล่านี้มีการตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง โดยมีการลงทุนมากกว่า 400 ล้านหยวนหรือประมาณ 2,000 ล้านบาท ในศูนย์วิจัยและพัฒนาในแต่ละแห่งจะมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาเฉลี่ยประมาณ 4-5% ของยอดขาย แต่เทคโนโลยีของบริษัทผู้ผลิตราย

ย่อยังมีลักษณะที่ไม่เน้นคุณภาพอย่างจริงจัง มีต้นทุนต่ำ ต้องการเพียงให้สามารถนำมาใช้งานได้เท่านั้น ซึ่งรถจักรยานยนต์ราคาถูกจึงยังเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในประเทศอยู่มาก

ตาราง 9 จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลาต่อประชากร 10,000 คนของประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2544

หน่วย : คน

ประเทศ	จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยต่อประชากร 10,000 คน
สิงคโปร์	47.10
จีน	7.49
มาเลเซีย	4.33
ไทย	3.87
ฟิลิปปินส์	2.13

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. 2544 (ออนไลน์.)

การให้ความสำคัญในเรื่องของการวิจัยและพัฒนาเป็นแรงสนับสนุนให้อุตสาหกรรมภายในประเทศสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการศึกษาสถิติการวิจัยในประเทศที่ว่าด้วยจำนวนบุคลากรทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลาของประเทศไทยและประเทศจีน พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเพียง 3.87 คนต่อประชากร 10,000 คน ในขณะที่ประเทศจีนนั้น ในจำนวนประชากร 10,000 คนของจีนจะมีบุคลากรที่ทำการวิจัยมากถึง 7.49 คน ด้วยข้อมูลข้างต้นสามารถสะท้อนได้ว่าประเทศจีนให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนาภายในประเทศมากกว่าประเทศไทย ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลให้ประเทศจีนสามารถพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคการผลิตในประเทศได้มากขึ้น

1.1.4 เงินทุน

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการลงทุนสูงและยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลาตามการพัฒนาประเทศและเทคโนโลยีใหม่ ๆ การขยายตัวอยู่ตลอดเวลาตัวเองทำให้อุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต้องขยายตัวตามไปด้วย สำหรับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีโครงสร้างต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์โดยเฉลี่ยต่อคันประกอบด้วย ดังนี้

ก. ต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์

ตาราง 10 โครงสร้างต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์โดยเฉลี่ยต่อคัน

รายการ	สัดส่วนต้นทุนการผลิต (ร้อยละ)
1. ค่าวัตถุดิบและชิ้นส่วน	70
2. ค่าแรงงาน	15
4. ค่าดำเนินการและการบริหาร	10
5. อื่น ๆ	5
รวม	100

ที่มา : บริษัทปิซิเนสออนไลน์ จำกัด. 2549 (ออนไลน์)

ข. แหล่งเงินทุน

นอกจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมด้านการเพิ่มผลผลิตแล้วนั้นผู้ประกอบการยังต้องใช้เงินลงทุนเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมควบคู่กันไป โดยแหล่งเงินทุนภายในประเทศก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสามารถจัดหาเงินทุนได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น หากประเทศใดมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอก็จะสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างคล่องตัวมากกว่าที่จะต้องพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากต่างประเทศที่อาจมีความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนได้ โดยแหล่งเงินทุนภายในประเทศของไทยและจีน มีดังนี้

- แหล่งเงินทุนในประเทศของไทย

ตาราง 11 แหล่งเงินทุนภายในประเทศที่สำคัญของไทยในปี 2549

แหล่งเงินทุน	จำนวน (แห่ง)
ธนาคารพาณิชย์ *	34
บริษัทเงินทุน	6
สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	8
บริษัท บริหารสินทรัพย์	17
บริษัทหลักทรัพย์	47

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. 2550 (ออนไลน์)

หมายเหตุ : * ธนาคารพาณิชย์ของไทย 17 แห่งและธนาคารพาณิชย์ต่างชาติ 17 แห่ง

- แหล่งเงินทุนในประเทศของจีน

เนื่องด้วยประเทศจีนเป็นประเทศสังคมนิยม ดังนั้นธนาคารในประเทศจึงมีไม่มากเท่ากับประเทศทุนนิยมอื่นๆ ซึ่งในปัจจุบัน จีนมีธนาคารที่สำคัญ 7 แห่ง ดังนี้ (ธานี ปิติสุข. 2537: 50)

1. ธนาคารประชาชนจีน เป็นธนาคารกลาง หน้าที่หลักคือ กำหนดนโยบายการเงิน พิมพ์ธนบัตร ควบคุมดูแลอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยนเงินและเป็นตัวแทนคลังชาติ มีหน้าที่ชี้นำธนาคารอื่น ๆ

2. ธนาคารอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ มีหน้าที่ปล่อยเครดิตเงินกู้แก่วิสาหกิจทั่วไปและรับฝากเงินออมจากประชาชนทั้งในเมืองและชนบท ควบคุมดูแลเงินทุนหมุนเวียนทั่วไปและปล่อยเงินกู้สำหรับธุรกิจที่ต้องการเงินทุนในการปรับปรุง-ขยายกิจการ บุกเบิกธุรกิจหลักทรัพย์

3. ธนาคารสถาปติย์ เป็นธนาคารที่ให้สินเชื่อเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ ขณะเดียวกันก็มีหน้าที่ควบคุมดูแลธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจที่ดินและธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

4. ธนาคารการเกษตร มีหน้าที่ปล่อยสินเชื่อการเกษตรโดยเฉพาะ

5. ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารที่จัดการเกี่ยวกับเงินตราต่างประเทศโดยเฉพาะ จัดการบัญชีระหว่างประเทศ ซื้อขายเงินตราต่างประเทศ ออกพันธบัตรเงินกู้ ตลอดจนให้บริการธุรกิจการเงินสำหรับนักธุรกิจชาวต่างประเทศ

6. ธนาคารเพื่อการลงทุนแห่งประเทศไทย มีหน้าที่ระดมเงินทุนจากต่างประเทศและปล่อยเงินกู้แก่วิสาหกิจร่วมทุน

7. ธนาคารเนชั่นแนลทรัสต์แห่งประเทศจีน เป็นธนาคารที่กู้เงินจากต่างประเทศเข้ามาได้อย่างเสรี ออกพันธบัตรเงินกู้ จัดตั้งวิสาหกิจร่วมทุน ทำธุรกิจประเภทให้เช่าและธุรกิจบ้านและที่ดิน

จากข้อมูลแหล่งเงินทุนของประเทศไทยและประเทศจีนข้างต้น พบว่า จำนวนแหล่งเงินทุนในประเทศของไทยมีจำนวนมาก อาทิเช่น ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมี 17 แห่ง สถาบันการเงินเฉพาะกิจ 8 แห่ง ในขณะที่ประเทศจีนมีธนาคารที่สำคัญเพียง 7 แห่ง แต่ธนาคารในประเทศจีนก็มีบทบาทหน้าที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน ให้บริการธุรกิจที่แตกต่างกัน หรือกล่าวได้ว่าต่างก็เป็นธนาคารเฉพาะกิจทั้งสิ้น ซึ่งหากมองย้อนดูประเทศไทยที่มีสถาบันการเงินอยู่มากมายนั้น พบว่า สถาบันการเงินเหล่านี้ต่างก็มีบทบาทหน้าที่และการให้บริการที่แตกต่างกันเช่นเดียวกับสถาบันการเงินของจีน อาทิเช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยก็มีการให้บริการด้านการปล่อยสินเชื่อแก่ธุรกิจที่ต้องการเงินทุนเช่นเดียวกับธนาคารอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ของจีน เป็นต้น ดังนั้นผู้ผลิตหรือจรรยาบรรณในประเทศไทยและประเทศจีนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้หากประสบปัญหาด้านเงินทุนดังกล่าว

ค. ต้นทุนของเงินทุน

หากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมประสบปัญหาด้านเงินทุน มีความจำเป็นต้องจัดหาเงินทุนจากสถาบันการเงินภายในประเทศแล้วนั้น ต้นทุนของเงินทุนที่จัดหามาได้คือ ดอกเบี้ย ดังนั้น อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมภายในประเทศจึงมีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในประเทศ เพราะการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจ

ตาราง 12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมภายในประเทศของประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2539-2548

หน่วย : ร้อยละ

ประเทศ	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547*	2548*	เฉลี่ย
ไทย	13.40	13.65	14.42	8.98	7.83	7.25	6.88	5.94	5.50	5.79	8.96
จีน	10.08	8.64	6.39	5.85	5.85	5.85	5.31	5.31	5.58	5.58	6.44

ที่มา : Statistical Yearbook for Asia and The Pacific 2004.

หมายเหตุ : * International Financial Statistics 2006.

จากตาราง 12 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมภายในประเทศของประเทศไทยและประเทศจีน พบว่า ร้อยละของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมโดยเฉลี่ยของประเทศจีนระหว่างปี 2540-2548 มีต้นทุนของเงินทุนร้อยละ 6.44 ในขณะที่ต้นทุนของเงินทุนภายในประเทศไทยมีอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมโดยเฉลี่ยร้อยละ 8.96 ดังนั้น หากเปรียบเทียบปัจจัยทุนด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมซึ่งเป็นต้นทุนของเงินทุนโดยเฉลี่ย ประเทศจีนจะมีความได้เปรียบมากกว่าประเทศไทย แต่หากมองสถานการณ์ในปี 2548 จะเห็นได้ว่า ร้อยละของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระหว่างประเทศของไทยและจีน มีอัตราดอกเบี้ยที่ใกล้เคียงกัน โดยจีนมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพียงร้อยละ 5.58 ในขณะที่ไทยมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5.79 นั้นสะท้อนให้เห็นว่า ในปี 2548 ประเทศจีนมีความพร้อมในการขยายตัวของอุตสาหกรรมภายในประเทศมากกว่าประเทศไทยเพียงเล็กน้อย

ข้อเท็จจริงและความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของปัจจัยการผลิตด้านแหล่งเงินทุนในประเทศจากการสัมภาษณ์นักวิชาการ

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการของสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทย ได้กล่าวว่า บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย มีทั้งสิ้น 5 บริษัท ได้แก่

1. บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอร์ จำกัด
2. บริษัท ไทยยามาฮ่ามอเตอร์ จำกัด
3. บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด
4. บริษัท ไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด
5. บริษัท ไทเกอร์มอเตอร์ จำกัด

โดยเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ 4 ราย ยกเว้นบริษัท ไทเกอร์มอเตอร์ จำกัด เท่านั้นที่เป็นผู้ผลิตในประเทศ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ทั้ง 5 รายในประเทศไทยไม่ประสบปัญหาด้านเงินทุนแต่อย่างใด

1.2 ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

1.2.1 เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ของประเทศไทย

ก. ขนาดของอุปสงค์ภายในประเทศ

ขนาดของตลาดภายในประเทศมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพราะตลาดที่มีขนาดใหญ่จะสามารถทำให้ผู้ผลิตเกิดการเรียนรู้และพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังนำไปสู่การประหยัดต่อขนาดซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมลดลงได้ โดยจากการศึกษาข้อมูลขนาดอุปสงค์รถจักรยานยนต์ภายในประเทศของไทย พบว่า

ตาราง 13 ปริมาณการผลิต ปริมาณยอดขาย และอัตราการเติบโตของยอดขายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ปี 2539-2548

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิตรวม * (คัน)	ปริมาณยอดขายใน ประเทศ (คัน)	อัตราการเติบโตของ ยอดขาย (ร้อยละ)
2539	1,437,794	1,236,159	-
2540	1,081,044	910,664	-26.33
2541	600,497	526,845	-42.15
2542	846,426	604,010	14.65
2543	1,125,723	783,678	29.75
2544	1,209,995	907,100	15.75
2545	1,977,144	1,327,675	46.36
2546	2,424,678	1,766,860	33.08
2547	2,867,295	2,026,841	14.71
2548	3,533,706	2,112,426	4.22

ที่มา : สถาบันยานยนต์. (2549: 8)

หมายเหตุ : * ข้อมูลการผลิตรถจักรยานยนต์ได้รวมการผลิตทั้ง CBU และ CKD

ในปี 2539-2542 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีปริมาณการผลิตลดลง นั้นเป็นเพราะช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจจึงมีผลทำให้ปริมาณการผลิตและปริมาณยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศชะลอตัวลง แต่หลังจากปี 2542 เป็นต้นมายอดขายรถจักรยานยนต์สูงขึ้นโดยตลอด จาก 604,010 คัน ในปี 2542 เป็น 2,112,426 คันในปี 2548 โดยปีที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงสุดคือปี 2545 มีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงถึงร้อยละ 46.36 ซึ่งแม้ว่าการเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์จะชะลอตัวลงจากปี 2546 ที่ผ่านมาแต่ภาวะตลาดของรถจักรยานยนต์ในประเทศก็ยังคงเติบโตแม้จะไม่สูงนัก ผู้ผลิตรายใหญ่ยังคงขยายการลงทุน เน้นการผลิตรถจักรยานยนต์หลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ โดยยังคงใช้อัตรากำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 83 ของกำลังการผลิตทั้งหมด (สถาบันยานยนต์. 2547: ออนไลน์)

สิ่งที่ทำให้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโต เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์และโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศเอื้ออำนวย โดยเฉพาะทางด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีประชากรกว่า 65 ล้านคน มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ในเขตเมือง เช่น กรุงเทพฯ หรือจังหวัดใหญ่ ๆ มีการจราจรติดขัด รถจักรยานยนต์จึงกลายเป็นพาหนะที่สะดวก ประชาชนจำนวนมากนิยมใช้รถจักรยานยนต์เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง อีกทั้งปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ภายในประเทศเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศหรือกล่าวได้ว่าจำนวนรถจักรยานยนต์ที่ผลิตได้ในประเทศสามารถตอบสนองอุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศได้

ข. ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อ

ผู้ซื้อจะมีส่วนในการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ถ้าผู้ซื้อในประเทศมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ซื้อจะมีการตั้งมาตรฐานในการเลือกซื้อสินค้าไว้สูง ซึ่งจะเป็นแรงกดดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของห้างหุ้นส่วนไทยยนต์ จำกัด ผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ซุซูกิ พบว่า กลุ่มผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ที่ยังไม่มีรายได้ ผู้ปกครองเป็นผู้掏ค่าใช้จ่าย ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเน้นที่ตราสินค้า กระแสความนิยมตามกระแสโฆษณา ให้ความสำคัญในรูปลักษณ์ภายนอกเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของเครื่องยนต์ ประโยชน์ใช้สอยและราคา ผู้บริโภคกลุ่มที่สองคือ กลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีรายได้เป็นของตนเอง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเน้นเรื่องของคุณภาพของเครื่องยนต์ ราคา บริการหลังการขาย รวมถึงการรับประกันสินค้าเป็นหลัก

ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคจะมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคกลุ่มแรกมีความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์น้อยเพราะเชื่อคำโฆษณา เน้นความพอใจภายนอกมากกว่าคุณภาพของรถจักรยานยนต์ ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มหลังจะมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี จะใช้เวลาใน

การศึกษาข้อมูลและพิจารณาองค์ประกอบหลายด้าน เช่น เปรียบเทียบคุณภาพเครื่องยนต์ ราคา บริการหลังการขาย ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ที่สามารถหาซื้อได้ เป็นต้น จากข้อมูลข้างต้นแสดงว่า กลุ่มผู้บริโภคจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทั้งนี้ก็สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ผลิตในประเทศต่างเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้าของตนไปในทิศทางที่ดีขึ้น

1.2.2 เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ของประเทศจีน

ก. ขนาดอุปสงค์ภายในประเทศ

ตาราง 14 ปริมาณการจำหน่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีนปี 2545-2548

ปี	อุตสาหกรรมยานยนต์	ยานยนต์		ชิ้นส่วนยานยนต์	
	หน่วย : ล้านหน่วย	ล้านหน่วย	สัดส่วน	ล้านหน่วย	สัดส่วน
2545	3.24	3.15	97.17	0.09	2.83
2546	4.33	4.16	96.19	0.16	3.81
2547	5.06	4.64	91.58	0.43	8.42
2548	5.76	5.33	92.63	0.42	7.37

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม: ฐานข้อมูล China

Economic Information Center (CEIC). 2549

ตาราง 14 ข้อมูลจากกระทรวงอุตสาหกรรมที่มีการสำรวจปัจจัยด้านอุปสงค์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน พบว่า ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ และมีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก จึงส่งผลให้ความต้องการบริโภคสินค้ายานยนต์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจากฐานข้อมูลของ China Economic Information Center (CEIC) พบว่า ในปี 2545 มียอดจำหน่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งหมด 3.24 ล้านหน่วย แบ่งเป็นยานยนต์ 3.15 ล้านหน่วยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.17 ของปริมาณการจัดจำหน่ายทั้งหมด และชิ้นส่วนยานยนต์ 0.09 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.83 ของปริมาณการจัดจำหน่ายทั้งหมด สำหรับปี 2548 มียอดจำหน่ายทั้งหมด 5.76 ล้านหน่วย แบ่งเป็นยานยนต์ 5.33 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.63 ของปริมาณการจัดจำหน่ายทั้งหมด ชิ้นส่วนยานยนต์ 0.42 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.37 ของปริมาณการจัดจำหน่ายทั้งหมด

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า ปริมาณการบริโภคสินค้ายานยนต์ในประเทศจีนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทั้งส่วนของยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าปริมาณการบริโภครถจักรยานยนต์ภายในประเทศของจีนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่กล่าวว่า ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนมีขนาดใหญ่กว่าตลาดรถของประเทศไทยถึง 12 เท่า เนื่องจากประชากรของจีนมีมากถึงประมาณ 1,300 ล้านคน ส่งผลให้ยอดขายรถจักรยานยนต์ในปี 2544 ของจีนอยู่ที่ประมาณ 11 ล้านคัน นับได้ว่าจำนวนประชากรในประเทศที่สูงของจีนมีผลทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศของจีนเติบโตตามไปด้วย

1.3 ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเป็นอีกปัจจัยที่สามารถสะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพและความพร้อมในด้านการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ จากการศึกษาข้อมูลของสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า

1.3.1 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไทย

ก. จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์มีการแบ่งกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่ม Direct Supplier หรือ OEM Supplier ได้แก่ ผู้ที่ทำการผลิตชิ้นส่วนส่งให้กับผู้ประกอบการยานยนต์โดยตรง ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้ผลิตประมาณ 648 ราย จากเคยมี 709 รายเมื่อปี 2545 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการควบรวมกิจการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยบางส่วนได้เลิกกิจการไปเพราะสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ในจำนวนผู้ผลิต 648 รายมีผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 314 ราย ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้ผลิตที่เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติและผู้ผลิตที่เป็นคนไทยเอง ผู้ผลิตที่เป็นบริษัทร่วมทุนจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนประเภท Functional Parts ส่วนผู้ผลิตคนไทยจะผลิตชิ้นส่วนที่เป็นส่วนประกอบที่ไม่ซับซ้อนมากนัก อาทิเช่น Stamping Parts, Plastic Parts, Rubber Parts, Aluminum die-cast Parts, Body เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตคนไทยยังไม่มีเทคโนโลยีเป็นของตัวเอง

2. กลุ่ม Indirect Supplier หรือกลุ่ม Raw Materials และกลุ่ม 2nd/3rd Tier Supplier ซึ่งเป็นกลุ่มที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนด้านวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบย่อยหรือรับจ้างผลิตให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนกลุ่ม Direct Supplier รวมถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนบางรายในกลุ่มนี้อาจเป็นทั้ง Direct และ Indirect Supplier ปัจจุบันผู้ผลิตชิ้นส่วนในกลุ่มนี้มีประมาณ 1,641 ราย จากที่เคยมีอยู่ 1,000 รายในปี 2545

จากจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนของอุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศมีการพัฒนาและมีความพร้อมในการสร้างศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงการสร้างโอกาสที่ไทยจะเพิ่มขีดความสามารถในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยได้ในอนาคต



ภาพประกอบ 9 โครงสร้างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์
ที่มา : สถาบันยานยนต์และสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. (2549).

ข. ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อยู่ในพื้นที่เดียวกัน

บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนหลายรายเข้าไปตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกับโรงงานประกอบ ทั้งนี้เพื่อลดระยะเวลาในการขนส่ง ตลอดจนต้นทุนด้านการขนส่ง ทำให้ช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารการผลิตด้วยระบบ Just-in-time ผู้ผลิต

สามารถวางแผนการผลิตและส่งมอบสินค้าได้ตามเวลาโดยไม่ต้องมีสินค้าคงคลังมากเกินไป ยกตัวอย่างเช่น บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด มีโรงงานประกอบอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี โดยมีบริษัท ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในบริเวณจังหวัดปทุมธานีจำนวน 39 ราย เป็นต้น

ค. มาตรฐานของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการของสำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวง อุตสาหกรรม พบว่า กระทรวงอุตสาหกรรมได้ทำการสำรวจมาตรฐานและความสามารถในการผลิต ของโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่มีการร่วมทุนกับ บริษัทต่างชาติส่วนใหญ่มีขีดความสามารถสูงกว่าบริษัทที่ไม่ได้ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ โดยได้ ประเมินขีดความสามารถของบริษัทต่าง ๆ ใน 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านต้นทุน ด้านคุณภาพ และด้านเทคโนโลยี บริษัทผู้ประกอบการชาวไทยมีความสามารถด้านต้นทุนและด้าน คุณภาพที่ไม่แตกต่างจากบริษัทที่มีการร่วมทุนกับต่างชาติมากนัก แต่ยังเป็นรองในด้านการบริหาร จัดการและด้านการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนในไทยจำนวนมากที่ ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลต่าง ๆ เช่น QS 9000, ISO 9000, ISO 14000 เป็นต้น โดยจะพบใน บริษัทกลุ่มผู้ผลิตลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมา

ง. สถาบันและสมาคมผู้ประกอบการต่างๆที่มีบทบาทในอุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์

ประเทศไทยมีองค์กรและสถาบันที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ซึ่งสามารถจำแนกได้ 2 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น
2. กลุ่มองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์หรืออุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์เป็นหลัก เช่น สถาบันยานยนต์ สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สมาคมผู้ผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ สมาคมวิศวกรยานยนต์ไทย เป็นต้น

จ. ธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

จากการศึกษาพบว่า นอกจากสถาบันและสมาคมผู้ประกอบการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์แล้ว ยังมีธุรกิจและบริการที่มีความเกี่ยวข้องที่เป็นแรงเสริมให้อุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์มีศักยภาพในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น นั่นคือ ธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics) ซึ่งถือได้ว่าเป็น ธุรกิจที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องขนส่งรถจักรยานยนต์ไปจำหน่าย ให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ การกระจายสินค้าที่รวดเร็วจะช่วยผลักดันให้ผู้ผลิตตอบสนองความต้องการ ของตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศได้มากขึ้น

1.3.2 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจีน

ก. จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศจีน

จากการศึกษาข้อมูลอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศจีนนั้น ผู้ศึกษาไม่สามารถได้รายละเอียดในเชิงลึกมากนัก เพราะข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่เป็นข้อมูลในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เน้นหนักไปทางอุตสาหกรรมรถยนต์เท่านั้น ซึ่งจากการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า นโยบายอุตสาหกรรมที่จีนใช้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่นในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ คือ การทำต้นแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่เมืองฉงชิ่ง ซึ่งต้นแบบคลัสเตอร์(Cluster) อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์นี้ประกอบด้วยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ผู้ผลิตชิ้นส่วน และศูนย์วิจัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนั้น ภายใต้เครือข่ายอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ดังกล่าวยังมีการส่งเสริมและเกื้อหนุนการผลิต การวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิตแก่กันด้วย โดยในเมืองฉงชิ่ง มีโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมากกว่า 1,000 โรงงาน ส่งออกรถจักรยานยนต์ประมาณ 1.66 ล้านคันต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นปริมาณการส่งออกถึงร้อยละ 50 ของปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์ทั้งหมดของจีน และมีปริมาณการขายของรถจักรยานยนต์ที่ผลิตจากเมืองนี้ คิดเป็น 2 ใน 3 ของปริมาณการขายทั้งหมดของจีน

ข. มาตรฐานของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศจีน

จากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า ประเทศจีนมีศูนย์ทดสอบเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นของรัฐ แต่จะเน้นการทดสอบคุณภาพและสมรรถนะของรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน ในขณะเดียวกันแต่ละบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ก็มีศูนย์วิจัยและพัฒนาของตนเอง เพื่อการทดสอบคุณภาพให้ได้ตามที่กำหนด และเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเครื่องมือ อุปกรณ์ของศูนย์วิจัยภาคเอกชนมุ่งไปเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเป็นส่วนมาก เนื่องจากตลาดใหญ่ยังเป็นตลาดภายในประเทศซึ่งมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ยังไม่เข้มงวดมากนัก

ข้อเท็จจริงและความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจากการสัมภาษณ์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการอุตสาหกรรม ของสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า ประเทศไทยมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกของคลัสเตอร์จักรยานยนต์

และชิ้นส่วน ภายใต้ชื่อโครงการ SMEs 007 Plus ซึ่งเป็นการศึกษาของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งเป็นเพียงแนวทางและกลยุทธ์ที่กำหนดบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ของคลัสเตอร์รถจักรยานยนต์ในประเทศไทย แต่เนื่องจากเป็นเพียงโครงการจึงยังไม่มี การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมอย่างคลัสเตอร์ของจีน

นอกจากนี้ นักวิชาการยังกล่าวถึงประเด็นของการจัดการโรงงานชิ้นส่วนยานยนต์ที่จีนว่า ถึงแม้จีนจะมีการตั้งศูนย์ทดสอบเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ยานยนต์แล้ว แต่ในส่วนของโรงงาน ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศจีนยังไม่มีการจัดการโรงงานที่เป็นระบบ และไม่มี การควบคุมคุณภาพให้ทัดเทียมสากล ทั้งนี้เพราะจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนมีมาก โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนจีนในท้องถิ่น การผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพย่อมมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น แต่เนื่องจากผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่มีระดับรายได้ค่อนข้างต่ำ ผู้ผลิตจึงมีความ จำเป็นต้องผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต้นทุนต่ำทำให้ได้รถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพต่ำไปด้วย เพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ดังนั้น การจัดการโรงงานที่เป็นระบบและมีคุณภาพจึงเป็น ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นซึ่งผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญของการเพิ่มต้นทุนด้านนี้

1.4 ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

1.4.1 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศไทย

ก . โครงสร้างของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย

จากที่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีการพัฒนาและขยายตัวมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานแล้วนั้น แต่โครงสร้างของตลาดรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยยังคงมีลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เนื่องจากในประเทศไทยมีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าเพียง 5 ราย อีกทั้งรถจักรยานยนต์ในประเทศที่จำหน่ายมีลักษณะไม่แตกต่างกันมาก สามารถใช้ทดแทนกันได้ ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีสภาพการแข่งขันสูง รวมถึงการเข้ามาของผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่สามารถเข้ามาได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากผู้บริโภคยังยึดติดภาพพจน์ของสินค้าและอุตสาหกรรมนี้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก ทำให้ในปัจจุบันให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยยังมีผู้ผลิตเพียง 5 ราย ดังนี้

ตาราง 15 รายชื่อบริษัททุนจดทะเบียน กำลังการผลิต ประสิทธิภาพแรงงาน เครื่องหมายการค้าที่ผลิตของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	กำลัง การผลิต (คัน/ปี)	จำนวน แรงงาน (คน)	เครื่องหมาย การค้า (ยี่ห้อที่ผลิต)
1.บริษัท ไทยฮอนด้า แมนู แฟคเจอร์ จำกัด ที่ตั้ง นิคมอุตสาหกรรม ลาดกระบัง กรุงเทพฯ	150 สัดส่วนการถือหุ้น ไทย 60% ญี่ปุ่น 40%		5,300	ฮอนด้า (HONDA)
2.บริษัท ไทยยามาฮ่า มอเตอร์ จำกัด ที่ตั้ง ถนนบางนา-ตราด บาง พลี สมุทรปราการ	1,820 สัดส่วนการถือหุ้น ไทย 40% ญี่ปุ่น 60%		3,169	ยามาฮ่า (YAMAHA)

ตาราง 15 (ต่อ) รายชื่อบริษัท พุนจตทะเบียน กำลังการผลิต ประสิทธิภาพแรงงาน เครื่องหมายการค้า
ที่ผลิตของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	พุนจตทะเบียน (ล้านบาท)	กำลัง การผลิต (คัน/ปี)	จำนวน แรงงาน (คน)	เครื่องหมาย การค้า (ยี่ห้อที่ผลิต)
3.บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด	271			
ที่ตั้ง ถนนรังสิต-องครักษ์	สัดส่วนการถือหุ้น			ซูซูกิ
ตำบลบึงยี่โถ รัษฎบุรี	ไทย 47.94%	360,000	960	(SUZUKI)
ปทุมธานี	ญี่ปุ่น 52.06%			
4.บริษัท ไทยคาวาซากิ มอเตอร์ จำกัด	40			
ที่ตั้ง ถนนพุทธรักษา ตำบล	ไทย 40%		300	คาวาซากิ
ท้ายบ้าน อำเภอเมือง	ญี่ปุ่น 60%			(KAWASAKI)
สมุทรปราการ				
5.บริษัท ไทเกอร์มอเตอร์ จำกัด	120			
ที่ตั้ง ถนนพุทธรักษา ตำบล	สัดส่วนการถือหุ้น	6,000 -		ไทเกอร์
ท้ายบ้านใหม่ อำเภอเมือง	ไทย 100%	7,000	240	(TIGER)
สมุทรปราการ				

ที่มา : 1. <http://www.aphonda.co.th>

2. <http://www.yamaha-motor.co.th/company/index.asp>

3. <http://www.thaisuzuki.co.th>

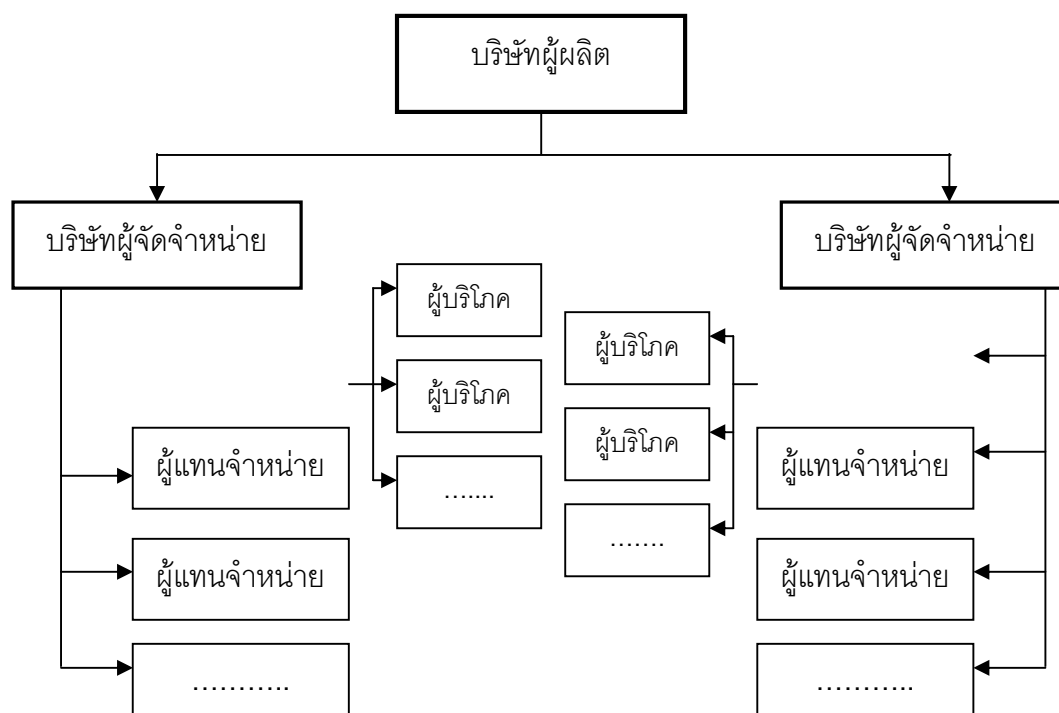
4. <http://www.kawasaki.co.th/ka/main/htm>.

5. <http://www.thaimotorcycle.com/tm2005/ndetail.asp>

ข. กลยุทธ์ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ โดยบริษัทร่วมทุนต่างชาติมีความตั้งใจให้ไทยเป็นฐานการผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกในภูมิภาคเอเชีย กลยุทธ์หลักที่ผู้ผลิตแต่ละบริษัทดำเนินงานจะมาจากบริษัทแม่แทบทั้งสิ้น แต่กลยุทธ์ที่ผู้ผลิตใช้ในการดำเนินงานสำหรับตลาดในประเทศโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาด อันเนื่องมาจากรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่มีความคล่องตัวสูง สามารถใช้ได้ทั้งในพื้นที่ชนบทและในพื้นที่ที่มีการจราจรหนาแน่น ราคาไม่สูงเกินกำลังซื้อของผู้บริโภค ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายในประเทศจะใช้กลยุทธ์ด้านราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทของตน โดยส่วนใหญ่ตลาดหลักของรถจักรยานยนต์จะอยู่ในเขตภูมิภาคของประเทศ ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายของแต่ละบริษัทจะมีกลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่ายที่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ทั้ง 5 รายจะส่งรถจักรยานยนต์ไปยังบริษัทผู้จัดจำหน่าย บริษัทผู้จัดจำหน่ายจะขนส่งสินค้าไปยังผู้แทนจำหน่ายกว่า 500 รายทั่วประเทศ วิธีการขนส่งรถจักรยานยนต์ไปจำหน่ายแก่ลูกค้าตามต่างจังหวัดจะนิยมขนส่งโดยใช้รถบรรทุกและรถไฟ เนื่องจากรถจักรยานยนต์มีขนาดเล็ก การขนส่งทำได้สะดวกและไม่ก่อให้เกิดต้นทุนการขนส่งที่สูงมากจนเกินไป การกระจายสินค้าจะอยู่ในลักษณะจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง(แสดงในภาพประกอบ 10)





ภาพประกอบ 10 ช่องทางการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

ที่มา : ขวลิขิต ตั้งมานะกุล. (2550: สัมภาษณ์)

นอกจากกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศที่ผู้ผลิตทั้ง 5 รายต่างมีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกันแล้วนั้น ยังมีกลยุทธ์ด้านการตลาดอื่นๆ ที่ผู้แทนจำหน่ายแต่ละบริษัทต่างนำมาใช้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย อาทิเช่น บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด ทำการตลาดรถจักรยานยนต์ด้วยวิธีการจำหน่ายแบบเงินผ่อน โดยจะให้ผู้บริโภครายจ่ายเงินดาวน์ในอัตราที่ต่ำแต่เพิ่มระยะเวลาของการผ่อนชำระ ซึ่งวิธีนี้จะกระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ได้เร็วขึ้น ส่งผลให้ยอดขายรถจักรยานยนต์สูงตามไปด้วย นอกจากนี้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็นับได้ว่าเป็นแรงกระตุ้นให้ตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศมีความคึกคักมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากแต่ละบริษัทนำดารานักแสดง นักร้องมาช่วยประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างกระแสความนิยมและให้รถจักรยานยนต์รุ่นใหม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

ค . สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศของไทยมีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย(Oligopoly) นั้น สะท้อนให้เห็นได้ว่า ในอุตสาหกรรมมีสภาพการแข่งขันที่สูงเนื่องจากมีผู้ผลิตเพียง 5 ราย สินค้าในอุตสาหกรรมมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนัก การเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาและจำนวนการผลิตจะมีผลกระทบต่อคู่แข่งในตลาด ส่งผลให้ในปัจจุบัน

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยต่างเร่งพัฒนารถจักรยานยนต์ให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในประเทศได้มากยิ่งขึ้น เพื่อช่วงชิงความเป็นผู้นำในตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ

ตาราง 16 ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยจำแนกตามเครื่องหมายการค้า
ปี 2538 – 2548

หน่วย : คัน

ปี พ.ศ.	ฮอนด้า	ยามาฮ่า	ซูซูกิ	คาวาซากิ	ไทเกอร์	รวม
2539	632,530	278,819	233,967	88,272		1,233,588
2540	531,776	200,016	124,060	52,779		908,631
2541	357,571	76,878	57,900	28,135		520,484
2542	423,310	84,216	69,815	21,121		598,462
2543	571,326	98,828	106,572	18,126		794,852
2544	679,396	91,492	108,285	21,542		900,715
2545	970,209	141,982	172,814	35,266		1,320,271
2546	1,248,601	189,399	231,922	30,584	46,151	1,746,657
2547	1,422,164	284,057	253,522	24,148	42,214	2,026,105

ที่มา : บริษัท ไทยมอเตอร์เซลล์ จำกัด. (2549: ออนไลน์)

ตาราง 17 ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยปี 2540-2548

หน่วย : ร้อยละ

ปี พ.ศ.	ฮอนด้า	ยามาฮ่า	ซูซูกิ	คาวาซากิ	ไทเกอร์	รวม
2540	58.52	22.01	13.65	5.81		100.00
2541	68.70	14.77	11.12	5.41		100.00
2542	70.73	14.07	11.67	3.53		100.00
2543	71.88	12.43	13.41	2.28		100.00
2544	75.43	10.16	12.02	2.39		100.00
2545	73.49	10.75	13.09	2.67		100.00
2546	71.49	10.84	13.28	1.75	2.64	100.00
2547	69.71	14.07	12.54	1.23	2.09	100.00
2548	70.19	14.02	12.51	1.19	2.08	100.00

ที่มา : สถาบันยานยนต์. (2548 : 17)

จากตาราง 16 และตาราง 17 แสดงให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จะเห็นได้จากปริมาณการจำหน่ายและส่วนแบ่งการตลาดในปี 2539-2548 ที่ผ่านมา บริษัท ไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด โดยในปี 2548 ฮอนด้ามีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 70.19 รองลงมาคือบริษัท ไทยยามาฮ่ามอเตอร์ จำกัดที่มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 14.02 ตามมาด้วย บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัดมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12.51 ส่วนบริษัท ไทยคาวาซากิมอเตอร์และบริษัท ไทเกอร์มอเตอร์ จำกัดมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 1.19 และร้อยละ 2.08 ตามลำดับ ด้วยสภาพการแข่งขันที่สูงนี้ทำให้ผู้ผลิตในประเทศต่างเร่งพัฒนาเทคโนโลยีตลอดจนรูปแบบภายนอกให้มีความทันสมัยสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

1.4.2 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของจีน

ก. โครงสร้างของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีน

จากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรม(2545) ที่ทำการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีน พบว่า ประเทศจีนมีบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศ

มากกว่า 150 บริษัท แต่ด้วยนโยบายของรัฐบาลจีนที่ให้มีการแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพจึงทำให้จำนวนผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนลดน้อยลงและมีเพียงผู้ผลิตที่มีความเข้มแข็งที่สามารถอยู่รอดได้ในอุตสาหกรรม อาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีนมีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย(Oligopoly)

ในปัจจุบันผู้ผลิตรถจักรยานยนต์สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริษัทของรัฐบาล มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 30
2. กลุ่มบริษัทเอกชน มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 60
3. กลุ่มร่วมทุนจีน-ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 5-10

โดยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ในประเทศจีนมีทั้งสิ้น 5 ราย คือ

1. China Jialing Group เป็นบริษัทซึ่งมีรัฐบาลจีนเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่
2. China Zongshen Group เป็นบริษัทเอกชน
3. Chongqing Jianshe Yamaha Motor เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างจีนและญี่ปุ่น
4. China Litan Industrial (Group) Co.,Ltd.
5. Loncin Group Co.,Ltd.

ข. กลยุทธ์ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศจีน

จากการศึกษากลยุทธ์ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีนพบว่า ในอดีตการผลิตรถจักรยานยนต์ของผู้ผลิตในจีนจะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ซึ่งมาจากประชาชนและเงินทุนที่ได้รับจากที่ต่าง ๆ ล้วนมาจากการประเมินผลของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ 5 ปี แต่ในปัจจุบัน การผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนเพิ่มจำนวนขึ้นทุกปี ซึ่งการผลิตรถจักรยานยนต์ในจีนโดยส่วนใหญ่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ภายในประเทศ รถจักรยานยนต์ของจีนอาจจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 50 cc. ซึ่งจะเป็นรถจักรยานยนต์แบบครอบครัว ในลักษณะ MOPED หรือ SCOOTER เป็นหลัก และกลุ่มขนาดเครื่องยนต์ 50 – 250 cc. ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่และมีหลากหลายรุ่นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศได้เป็นอย่างดี ส่วนรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่องยนต์ใหญ่กว่า 250 cc. จะไม่ได้รับความนิยมจากชาวจีนมากนัก

นอกจากนี้ จีนได้มีการนำเอารถจักรยานยนต์มาดัดแปลงเป็นรถสามล้อแบบมีประตูและแบบไม่มีประตู ซึ่งถือว่าการสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่รถจักรยานยนต์มากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากที่ได้มีการนำรถจักรยานยนต์ดัดแปลงออกสู่ตลาดพบว่าผู้บริโภคชาวจีนให้ความนิยมรถจักรยานยนต์ดัดแปลงเป็นจำนวนมาก

ส่วนด้านการตลาดในประเทศจีน พบว่า ด้วยภูมิประเทศที่กว้างใหญ่และจำนวนประชากรที่มากของจีนทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในจีนจะลงทุนตั้งฐานการผลิตตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเพื่อกระจายสินค้าออกไปยังพื้นที่โดยรอบได้อย่างรวดเร็ว เช่น บริษัท China Zongshen Group มีฐานการประกอบรถจักรยานยนต์อยู่ที่เมืองฉงชิ่ง กวางโจว และเมืองซีอู๋เซียง ซึ่งจะมีฐานการผลิตขึ้นส่วนอยู่ที่เมืองฉงชิ่ง เป็นต้น

ในปัจจุบันรถจักรยานยนต์ของจีนจะจำหน่ายได้เฉพาะในประเทศและประเทศที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำเท่านั้น (ลาว กัมพูชา พม่า) โดยผู้ผลิตจะใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลัก ราคาจักรยานยนต์ของจีนจะมีราคาที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับราคารถจักรยานยนต์ของไทย ซึ่งราคารถจักรยานยนต์ 120 Cc.ของจีนโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ราคา 2,000 หยวน หรือประมาณ 10,000 บาทเท่านั้น

จากการศึกษา พบว่า ระบบการจัดการการผลิตรถจักรยานยนต์ในจีนมีลักษณะเป็น Labor-intensive ไม่ค่อยใช้เครื่องมืออัตโนมัติมากนัก โดยโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์จะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1. โรงงานของเจ้าของตราสินค้ารถจักรยานยนต์เอง มีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีการวางแผนโรงงานที่เป็นระเบียบ มีมาตรฐานการผลิต
2. โรงงานที่ซื้อสิทธิตราสินค้ารถจักรยานยนต์มาประกอบเอง โดยส่วนใหญ่มีระบบการบริหารจัดการที่ไม่ดี ไม่มีการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่จีนใช้สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ คือ การส่งเสริมและการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ เริ่มตั้งแต่การผลิตเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต การสร้างและการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยสามารถทำงานอย่างครบวงจรได้ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและเรียนรู้จากสินค้าที่ได้รับความนิยมต่าง ๆ พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพควบคู่กันไป กลยุทธ์หนึ่งจีนที่ใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ คือ ปล่อยให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีจำนวนมากกว่า 150 ราย แข่งขันในตลาดภายในประเทศกันเอง เพื่อให้มีผู้ผลิตน้อยรายลง แต่เกิดความเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพแทน

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ของสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า นอกจากเรื่องคุณภาพการผลิต ผู้ผลิตจีนจะไม่เน้นเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยภายในโรงงาน ถึงแม้ว่าจะเป็นโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ แต่พนักงานยังไม่มี การใช้อุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ เช่น รองเท้านิรภัย หรือเครื่องป้องกันเสียง เป็นต้น แต่ในอนาคตคาดว่า ผู้ผลิตในประเทศจีนจะให้ความสำคัญกับระบบการผลิตและการจัดการโรงงานมากขึ้น เพื่อที่สินค้าที่ออกไปสู่ตลาดจะได้รับรองมาตรฐานสากลมากขึ้น

1.5 ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของปัจจัยเสริมด้านรัฐบาล

1.5.1 นโยบายและบทบาทของรัฐบาลไทย

นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ประกาศโดยกระทรวงอุตสาหกรรมที่ยังมีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันที่สำคัญคือ

1. 19 กรกฎาคม 2520 อนุญาตให้มีการตั้งและขยายโรงงานได้ แต่ต้องใช้ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ผลิตได้ในประเทศมูลค่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่ารวมของวัสดุส่วนประกอบทั้งหมด

2. 31 กรกฎาคม 2529 กำหนดให้โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใช้เครื่องยนต์ที่ผลิตในประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2532 เป็นต้นไป

3. 2 มกราคม 2534 ให้เปลี่ยนแปลงการผลิตและประกอบรถจักรยานยนต์จากระบบ 2 จังหวะเป็นระบบ 4 จังหวะ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษจากท่อไอเสียโดยผ่อนปรนจนถึง 2545 และในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2536 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้กำหนดให้กิจการประกอบรถจักรยานยนต์ประเภท 4 จังหวะเป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน แต่ไม่ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นตามมาตรา 30 โดยมีเงื่อนไขดังนี้

- กิจการต้องตั้งอยู่ในพื้นที่เขต 3
- จะต้องเป็นโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ประเภทเครื่องยนต์ 4 จังหวะ และมีกำลังการผลิตไม่น้อยกว่า 50,000 คันต่อปี
- ต้องมีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเชื่อม ประกอบโครงรถ และการพ่นสี โดยจะต้องใช้ชิ้นส่วนและเครื่องยนต์ที่ผลิตภายในประเทศตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด

4. ในปี 2536 ได้มีการอนุญาตให้สามารถตั้งหรือขยายโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ได้โดยเสรี

5. ในปี 2539 รัฐได้อนุญาตให้สามารถนำเข้ารถจักรยานยนต์มาจำหน่ายในประเทศได้โดยเสรี

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ในภูมิภาค เห็นได้จาก นโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ที่จัดทำขึ้นเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ.2545-2549 ซึ่งแผนแม่บทดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 โดยวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในระยะ 10 ปีข้างหน้า ตลอดจนกำหนดกรอบนโยบายให้สอดคล้องกับสภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

และโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งมีนโยบายพัฒนาและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตยานยนต์ในประเทศ ซึ่งจากแผนแม่บทดังที่กล่าวมานั้น รัฐบาลได้กำหนดวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2553 ที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย หรือ Detroit of Asia คือ ผู้ผลิตจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศโดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่ง และมีเป้าหมายให้ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศ โดยมียุทธศาสตร์หลักอยู่ 2 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สร้างสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ประกอบด้วย

1. การพัฒนาสารสนเทศและวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรม ติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างข้อมูลด้านตลาดให้มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ และศึกษาวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อที่จะสามารถเสนอแนะมาตรการในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ต่อไป

2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ ศึกษากระบวนการกำหนดหลักเกณฑ์ความสามารถของบุคลากร และการหามาตรการจูงใจในการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร

3. การขยายตลาดโดยการเปิดตลาดเสรีระหว่างประเทศ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยตลาดในประเทศจะอาศัยกลไกด้านภาษีและอัตราดอกเบี้ย ลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนการจำหน่าย หาช่องทางทางการตลาดให้มากขึ้น ส่วนในตลาดของต่างประเทศจะดำเนินการเจรจาให้อาเซียนรวมเป็นตลาดเดียวกัน เปิดการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าและเจรจาลดการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี

4. การพัฒนากฎระเบียบของรัฐที่โปร่งใสและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ ปรับปรุงให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีการทำงานที่เป็นระบบ กำหนดนโยบายของภาครัฐให้ชัดเจนและแจ้งแก่ภาคเอกชนก่อนมีผลบังคับใช้

5. การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ประกอบด้วย

1. การส่งเสริมการค้าและการเชื่อมโยง โดยส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ส่งเสริมโครงการร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จัดตั้งระบบธุรกรรมเพื่อการซื้อขายแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนยานยนต์ พัฒนาอุตสาหกรรมที่เน้นการเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจและส่งเสริมห่วงโซ่อุปทาน

2. การพัฒนามาตรฐาน โดยร่วมมือกันกำหนดมาตรฐานสินค้าและมาตรฐานความปลอดภัยให้เป็นสากล จัดตั้งห้องทดสอบมาตรฐานสินค้าและการรับรองคุณภาพสินค้า รวมทั้งส่งเสริมและเร่งผลักดันให้ผู้ประกอบการได้รับใบรับรองระบบการจัดการด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย

3. การพัฒนาการจัดการและเทคโนโลยีการผลิต

4. การเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ โดยการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และผลิตภัณฑ์ พัฒนาขีดความสามารถในการพัฒนาและออกแบบให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล

5. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์

จากนโยบายของรัฐบาลไทยที่สนับสนุนและจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2545-2549 ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยได้รับผลกระทบในทางทิศทางที่ดีขึ้น เพราะอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยด้วย ด้วยนโยบายของรัฐบาลทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ระดับโลกมั่นใจในการลงทุนและเล็งเห็นถึงความพร้อมของภาครัฐที่จะสนับสนุนให้อุตสาหกรรมในประเทศเติบโตยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตได้เล็งเห็นถึงความต้องการและกำลังซื้อรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ จึงได้ตั้งฐานการผลิตรถจักรยานยนต์และศูนย์วิจัยพัฒนาในไทย แต่เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ส่วนใหญ่มาจากบริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่น การวิจัยและพัฒนาที่เกิดขึ้นในประเทศไทยโดยมากจะเป็นการวิจัยและพัฒนาด้านการตลาดเพียงเท่านั้น

1.5.2 นโยบายและบทบาทของรัฐบาลจีน

จากข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า รัฐบาลจีนมีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่มีประเด็นของการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีน โดยหลักการสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์จีนจะให้ความสำคัญด้านการปรับปรุงเทคนิคเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน การยกระดับโครงสร้างขององค์กรและขยายการส่งออก เพื่อให้ประเทศจีนเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่และมีบทบาทสำคัญในตลาดโลก ซึ่งมีนโยบายที่สำคัญดังนี้

1. ให้ความสำคัญต่อตลาดเป็นอันดับแรก ปฏิรูปอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และดึงดูดภาคเอกชนให้มาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้
2. พัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออก
3. เปลี่ยนแปลงจากการขยายจำนวนการผลิตเป็นการปรับปรุงคุณภาพ บริษัทผู้ผลิตต้องส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกันและใช้กำลังการผลิตให้เต็มความสามารถแทนที่จะเร่งขยายการผลิต

ในด้านจำนวน นอกจากนั้นผู้ผลิตยังต้องปรับปรุงการดำเนินงานและปรับปรุงระบบองค์กรให้ทันสมัยมากขึ้น พัฒนาความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา ลดต้นทุนการผลิต จัดตั้งระบบโลจิสติกส์ และระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพบุคลากร

4. การพัฒนาและการใช้กฎหมายอย่างจริงจังมากขึ้น จะมีผลทำให้การแข่งขันในตลาดและการกระจายทรัพยากรมีบทบาทและเป็นธรรมมากขึ้น

5. สิ่งสำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา คือ การปรับปรุงรถจักรยานยนต์ในเมืองใหญ่ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยการมุ่งปรับปรุงให้มีความทนทานมากขึ้น ลดไอเสีย และประหยัดน้ำมันมากขึ้น นอกจากนั้นจีนควรพัฒนารถจักรยานยนต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของชนบทซึ่งมีรายได้ต่ำด้วย

นอกจากนโยบายภาพรวมของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์แล้วนั้น เป้าหมายหลักในปี 2548 จีนได้มีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในรูปแบบที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจีนได้แบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ด้านด้วยกันคือ

1. การพัฒนาการปรับโครงสร้าง โดยจะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมมีการปรับปรุงระบบขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามข้อกำหนดของนโยบายในภาพรวม โดยจัดกลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ดังนี้

1.1 บริษัทที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง 3-5 กลุ่ม ซึ่งมีความชำนาญด้านการวิจัยและพัฒนา กำลังการผลิตรายปี 1-2 ล้านคันและมูลค่าการขายไม่น้อยกว่า 5,000 ล้านหยวน

1.2 บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีความสามารถพัฒนาความชำนาญด้วยตนเองและส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

1.3 ชี้แนะบริษัทที่เหลืออีกกว่า 100 รายให้พัฒนาตนเองโดยให้คำแนะนำที่ถูกต้อง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายหลังจากที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ของจีนได้สิ้นสุดลง กลุ่มบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในจีนควรจะสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขั้นนำควรจะสามารถได้ในระดับที่ทัดเทียมกับของต่างประเทศ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ต้องได้ระดับมาตรฐานสากล

3. การส่งออก การส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนคาดว่าจะสูงถึงร้อยละ 10-20 ของผลผลิตทั้งหมด นอกจากนั้นบริษัทใหญ่ ๆ จะได้รับการสนับสนุนให้ร่วมทุนหรือตั้งบริษัทในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและสร้างตลาดการส่งออกที่มั่นคง

นอกจากนั้น รัฐบาลจีนยังใช้มาตรฐานอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของตนเอง คือ CCC Mark (China Compulsory Certification) ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2545 ซึ่งใช้กับทั้งรถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศและรถจักรยานยนต์ที่นำเข้ารวมถึงอุปกรณ์ยานยนต์และชิ้นส่วนกว่า 100 รายการ ซึ่ง

ถือเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศอีกทางหนึ่งก่อนที่จะเปิดตลาดรถจักรยานยนต์อย่างเต็มที่

ตอนที่ 2 ศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA Index)

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดส่งออกที่สำคัญ 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ โดยวิเคราะห์ว่าประเทศไทยหรือประเทศจีนมีความสามารถในการส่งออกไปสู่ตลาดทั้ง 3 ประเทศมากกว่ากัน ซึ่งการศึกษาจะใช้ข้อมูลการส่งออกทั้งสิ้น 5 ปี ตั้งแต่ปี 2544 – 2548

มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย

ตาราง 18 มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญปี 2544-2548

หน่วย : ล้านบาทสหรัฐ

Country	2544	2545	2546	2547	2548
The World	99.021	122.009	181.179	261.038	298.621
United States	25.731	33.682	38.081	53.917	65.957
Indonesia	6.622	9.838	17.052	21.61	46.015
Philippines	0.016	1.716	11.624	27.712	32.895

ที่มา : ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.(2549)

จากตาราง 18 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2548 การส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยไปยังตลาดทั่วโลกมีมูลค่าถึง 298.621 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ถึงร้อยละ 14.40 นอกจากนี้ มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยในปี 2548 การส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีมูลค่าสูงถึง 65.957 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 22.33 ในขณะที่ อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจากปี 2547 และฟิลิปปินส์มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.70

มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศจีน

ตาราง 19 มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศจีนไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ปี 2544-2548

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ					
Country	2544	2545	2546	2547	2548
The World	747.392	650.037	1,449.52	1,979.35	2,416.09
United States	24.091	55.3	290.569	455.293	256.841
Indonesia	49.252	34.052	60.83	103.412	77.547
Philippines	20.147	45.816	53.309	69.551	53.893

ที่มา : ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.(2549)

จากตาราง 19 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปทั่วโลกในปี 2548 มากถึง 2,416.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ถึงร้อยละ 22.06 นอกจากนี้ มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของจีนไปยังสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ต่างก็มีมูลค่าการส่งออกที่สูง แต่ในปี 2548 พบว่า มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ลดลงจากปี 2547 โดยการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกามีมูลค่าลดลงร้อยละ 43.59 อินโดนีเซียลดลงร้อยละ 25.01 ฟิลิปปินส์ลดลงร้อยละ 22.51

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีน ระหว่างปี 2544-2548

ตาราง 20 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี 2544-2548

ปี	ประเทศไทย		ประเทศจีน	
	ค่า RCA	ความหมาย	ค่า RCA	ความหมาย
2544	0.93	เสียเปรียบ	0.21	เสียเปรียบ
2545	1.21	ได้เปรียบ	0.38	เสียเปรียบ
2546	1.34	ได้เปรียบ	1.51	ได้เปรียบ

2547	1.65	ได้เปรียบ	1.72	ได้เปรียบ
2548	1.85	ได้เปรียบ	0.75	เสียเปรียบ
เฉลี่ย	1.39	ได้เปรียบ	0.91	เสียเปรียบ

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัยในตารางภาคผนวก ก

จากตาราง 20 แสดงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออก รถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ระหว่างปี 2544-2548 การส่งออกโดยเฉลี่ยของไทยมีค่า RCA อยู่ในระดับ 1.39 หมายถึง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังสหรัฐอเมริกา โดยตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ค่า RCA ของไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีค่ามากกว่า 1 จนกระทั่งในปี 2548 RCA มีค่าสูงถึง 1.85 นั้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปประเทศสหรัฐอเมริกา

ในขณะที่ภาพรวมการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศจีนไปสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2544-2548 พบว่า RCA ของจีนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 0.91 แสดงให้เห็นว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าในปี 2546 และ 2547 ค่า RCA ในการส่งออกของจีนจะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม แต่ภาวะการส่งออก รถจักรยานยนต์ในปี 2548 กลับมีมูลค่าการส่งออกลดลงจาก 455.293 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 เหลือเพียง 256.841 ล้านเหรียญสหรัฐนั้น (ตาราง 19) ส่งผลให้ ค่า RCA ของประเทศจีนในปี 2548 ลดลงอยู่ที่ระดับ 0.75 ทำให้จีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

หากเปรียบเทียบระดับความได้เปรียบเชิงแข่งขันจากค่า RCA ของการส่งออก รถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนไปยังสหรัฐอเมริกา จากข้อมูลข้างต้นสามารถสะท้อนได้ว่า ประเทศไทยมีระดับความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังสหรัฐอเมริกาสูงกว่าประเทศจีน

ตาราง 21 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศอินเดีย ปี 2544-2548

ปี	ประเทศไทย	ประเทศจีน
----	-----------	-----------

	ค่า RCA	ความหมาย	ค่า RCA	ความหมาย
2544	5.66	ได้เปรียบ	20.15	ได้เปรียบ
2545	13.11	ได้เปรียบ	22.15	ได้เปรียบ
2546	18.20	ได้เปรียบ	33.50	ได้เปรียบ
2547	13.31	ได้เปรียบ	32.53	ได้เปรียบ
2548	31.83	ได้เปรียบ	25.44	ได้เปรียบ
เฉลี่ย	16.42	ได้เปรียบ	26.75	ได้เปรียบ

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัยในตารางภาคผนวก ก

จากตาราง 21 แสดงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออก รถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ระหว่างปี 2544-2548 การส่งออกโดยเฉลี่ยของไทยมีค่า RCA อยู่ที่ระดับ 16.42 หมายถึง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจากข้อมูลระหว่างปี 2544-2548 นั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์มาโดยตลอด และเมื่อนำค่า RCA มาเปรียบเทียบกับประเทศจีน พบว่า ในภาพรวมการส่งออกระหว่างปี 2544-2548 ค่า RCA โดยเฉลี่ยของจีนอยู่ที่ระดับ 26.75 นั้นหมายถึง ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศอินโดนีเซีย และค่า RCA ที่ได้นั้นก็มีค่าสูงกว่าประเทศไทย แต่หากมองถึงภาวะการส่งออกในปี 2548 ของประเทศจีน ที่มีมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปประเทศอินโดนีเซียลดลงจาก 103.412 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 เหลือเพียง 77.547 ล้านเหรียญสหรัฐนั้น ส่งผลให้ ค่า RCA ของประเทศจีนในปี 2548 ลดลงอยู่ที่ระดับ 25.44 แต่ก็ยังทำให้จีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังอินโดนีเซีย

หากเปรียบเทียบระดับความสามารถในการแข่งขันจากค่า RCA ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนในปี 2548 พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทยมีระดับที่สูงกว่าประเทศจีน โดยประเทศไทยมีค่า RCA อยู่ที่ระดับ 31.83 แต่ประเทศจีนมีค่า RCA อยู่ที่ระดับ 25.44 เท่านั้น ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศอินโดนีเซียเหนือกว่าประเทศจีน

ตาราง 22 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548

ปี	ประเทศไทย		ประเทศจีน	
	ค่า RCA	ความหมาย	ค่า RCA	ความหมาย
2544	0.00	เสียเปรียบ	2.99	ได้เปรียบ
2545	0.39	เสียเปรียบ	6.53	ได้เปรียบ
2546	1.85	ได้เปรียบ	4.43	ได้เปรียบ
2547	3.26	ได้เปรียบ	3.50	ได้เปรียบ
2548	2.99	ได้เปรียบ	2.13	ได้เปรียบ
เฉลี่ย	1.70	ได้เปรียบ	3.92	ได้เปรียบ

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัยในตารางภาคผนวก ก

จากตาราง 22 แสดงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออก รถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศฟิลิปปินส์ระหว่างปี 2544-2548 ซึ่ง การส่งออกรถจักรยานยนต์โดยเฉลี่ยของประเทศไทยมีค่า RCA อยู่ในระดับ 1.70 หมายถึง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปประเทศอินโดนีเซีย ตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศฟิลิปปินส์มากขึ้นส่งผลให้ ค่า RCA ของไทยอยู่ที่ระดับ 2.99 ในปี 2548 ซึ่งถือได้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศฟิลิปปินส์ และเมื่อนำค่า RCA มาเปรียบเทียบกับประเทศจีนพบว่า ในภาพรวมการส่งออกรถจักรยานยนต์ระหว่างปี 2544-2548 ค่า RCA โดยเฉลี่ยของจีนอยู่ที่ระดับ 3.92 แสดงว่า ประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศฟิลิปปินส์ และค่า RCA โดยเฉลี่ยที่ได้นั้นก็มีค่าสูงกว่าประเทศไทย แต่หากมองถึงภาวะการส่งออกในปี 2548 ของประเทศจีนที่มีมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปประเทศฟิลิปปินส์ลดลงจาก 68.551 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 เหลือเพียง 53.893 ล้านเหรียญสหรัฐนั้น(ตาราง 19) ส่งผลให้ ค่า RCA ของประเทศจีนในปี 2548 ลดลงอยู่ที่ระดับ 2.13

หากเปรียบเทียบระดับความสามารถในการแข่งขันจากค่า RCA ของประเทศจีนกับประเทศไทยในปี 2548 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA ในระดับที่สูงกว่าประเทศจีน โดยประเทศไทยมีค่า RCA อยู่ในระดับ 2.99 ในขณะที่ประเทศจีนมีค่า RCA อยู่ในระดับ 2.13 เท่านั้น ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศฟิลิปปินส์เหนือกว่าประเทศจีน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ.2539-2548) โดยผลการวิจัยทั้งหมดมีดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting) กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2544-2548

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

1. ประเทศไทยมีความพร้อมในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มากกว่าประเทศจีนทุกด้าน
2. ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดส่งออกย่อมมีความสามารถเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

1.1 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยและประเทศจีน อาทิเช่น โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ปริมาณอุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ โครงสร้างของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ กลยุทธ์ของผู้ผลิต สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม บทบาทและนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น

1.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน โดยเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันจากข้อมูลสถิติ ตามแบบจำลอง Diamond Model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน คือ (1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (3) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ รวมถึงบทบาทของรัฐบาล

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

2.1 รวบรวมข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนที่ใช้ในการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

2.2 รวบรวมข้อมูลสถิติมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ (HS 87.11) จากประเทศไทยและจีน ของประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

2.3 คำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี 2544-2548 ระยะเวลา 5 ปี

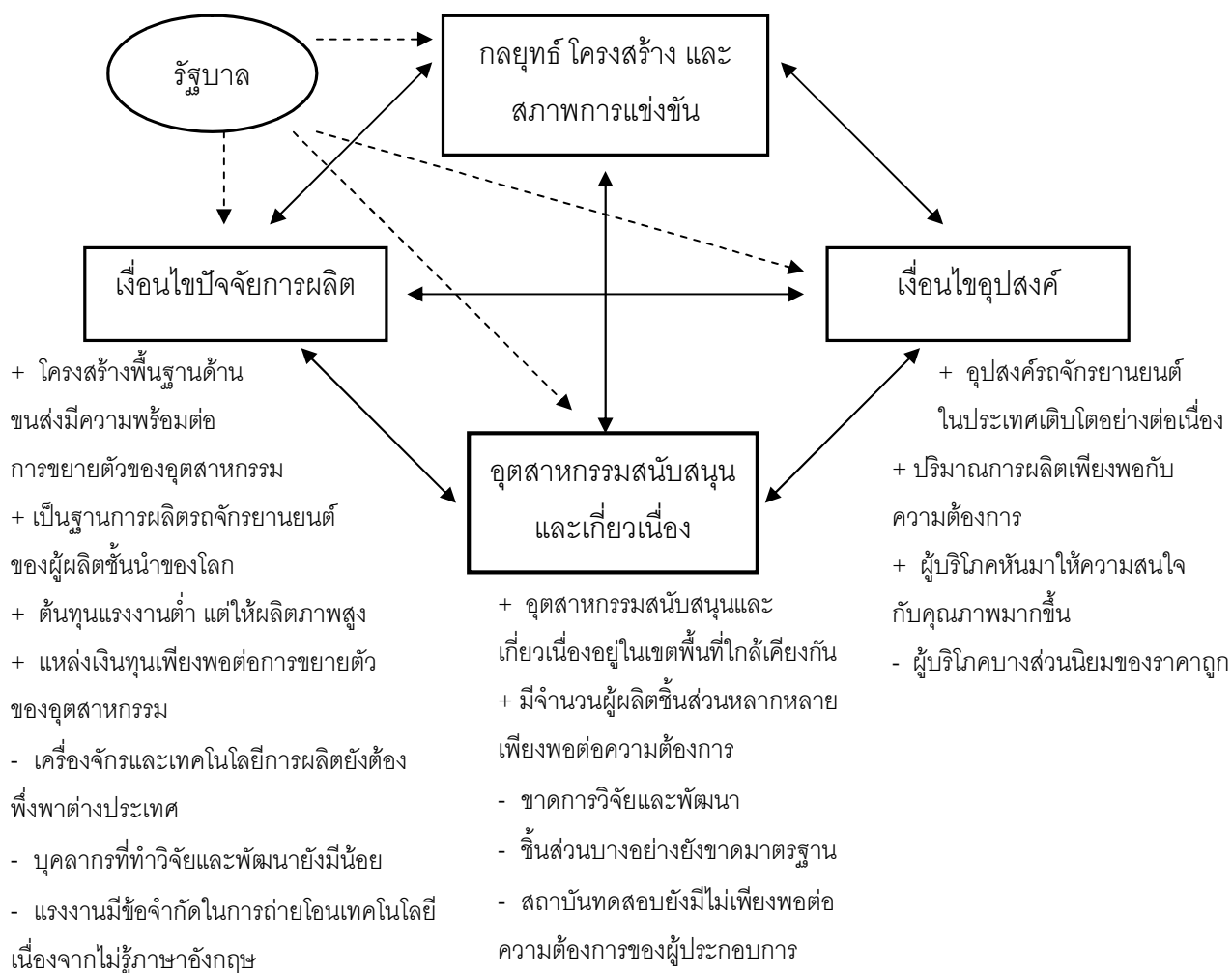
2.4 นำค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่คำนวณได้ของประเทศไทยและประเทศจีนในตลาดส่งออกสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มาหาค่าเฉลี่ย 5 ปี แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน โดยจะเปรียบเทียบความได้เปรียบในการส่งออกไปยังตลาดเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

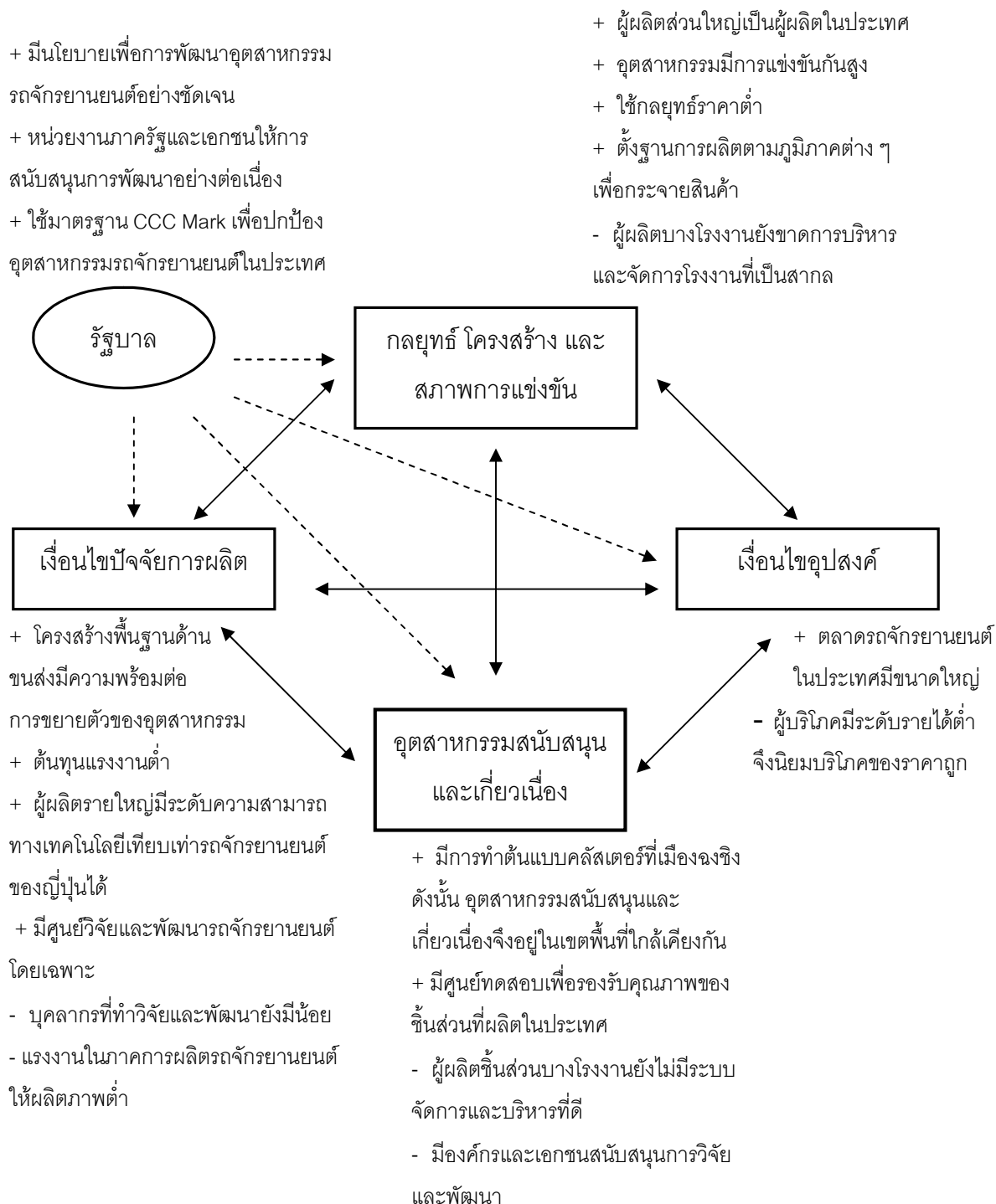
สรุปผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ใช้แนวคิด Diamond Model มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

- + อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์
- + นโยบายการค้าเสรีสร้างโอกาสและความมั่นใจให้นักลงทุน

- + อุตสาหกรรมมีการแข่งขันกันสูง
- + ผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อใช้ในประเทศและส่งออก
- + ผู้ผลิตพัฒนารูปลักษณะที่ทันสมัยเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด
- มีบริษัทที่เป็นผู้ประกอบการในประเทศน้อย
- ผู้ผลิตยึดติดตราสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้ามาได้ยาก



ภาพประกอบ 11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย



ภาพประกอบ 12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

1. สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ตาราง 23 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัย	ประเทศไทย	ประเทศจีน
โครงสร้างพื้นฐาน	- มีถนนลาดยาง/ถนนคอนกรีตร้อยละ 97.5 ของปริมาณถนนทั้งหมด - ขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจากปริมาณ Container Traffic 2,105,000 TEU (อันดับที่ 25) - ประสิทธิภาพของโครงสร้างการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 35	- มีถนนลาดยาง/ถนนคอนกรีตร้อยละ 22.4 ของปริมาณถนนทั้งหมด - ขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพที่วัดจากปริมาณ Container Traffic 5,613,000 TEU (อันดับที่ 6) - ประสิทธิภาพของโครงสร้างการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 35
ทรัพยากรมนุษย์	- ร้อยละของการจ้างงานภายในประเทศโดยเฉลี่ย 53.49 - ค่าแรงงานเฉลี่ยของอุตสาหกรรมยานยนต์ 220.30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน - Productivity Ratio 175.12 คนต่อคนต่อปี	- ร้อยละของการจ้างงานภายในประเทศโดยเฉลี่ย 56.40 - ค่าแรงงานเฉลี่ยของอุตสาหกรรมยานยนต์ 223.80 เหรียญสหรัฐต่อเดือน - Productivity Ratio 83.33 คนต่อคนต่อปี
เทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนา	- บริษัทแม่ต่างชาติจะเป็นศูนย์กลางและมีบทบาทในกระบวนการวิจัยและพัฒนาส่วนที่เป็นเทคโนโลยีหลักแล้วจึงถ่ายทอดมายังบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทย - ผู้ผลิตในประเทศยังไม่ให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาเท่าที่ควร - จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลา 3.87 ต่อประชากร 10,000 คน	- มีนโยบายให้บริษัทร่วมทุนต่างชาติถ่ายทอดเทคโนโลยี เทคนิควิธีการผลิตให้กับบริษัทร่วมทุน - มีระดับความสามารถทางเทคโนโลยีเลียนแบบรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่นได้ - ภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนในการวิจัยและพัฒนา มีการตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนา รถจักรยานยนต์โดยเฉพาะ - จำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลา 7.49 ต่อประชากร 10,000 คน
เงินทุน	- แหล่งเงินทุนภายในประเทศมีมากเพียงพอกับความต้องการ - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมภายในประเทศโดยเฉลี่ย 8.96 - ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไม่ประสบ	- แหล่งเงินทุนในประเทศมีธนาคารสำคัญ 7 แห่ง ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และบริการที่แตกต่างกัน - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมภายในประเทศโดยเฉลี่ย 6.44

ปัญหาด้านเงินทุน

ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีโครงข่ายคมนาคมทางบกที่มีคุณภาพมากกว่าประเทศจีน โดยวัดจากร้อยละของถนนที่ลาดยางหรือถนนคอนกรีตที่ไทยมีมากถึงร้อยละ 97.5 ส่วนประเทศจีนมีศักยภาพเกี่ยวกับขนาดท่าเรือที่วัดจาก Container Traffic มากกว่าประเทศไทย โดยประเทศจีนมีท่าเรือน้ำลึกที่สำคัญ 8 แห่ง สามารถรองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้มากถึง 5,613,000 TEU แต่ในภาพรวมของประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนถูกจัดอันดับอยู่ในระดับเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ อยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก ซึ่งนั่นหมายถึง ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานทางการขนส่งที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนในภาพรวมอยู่ในระดับที่เท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ประเทศจีนมีความได้เปรียบในเรื่องของจำนวนประชากรที่มากกว่าไทย แต่เมื่อเทียบสัดส่วนของการจ้างงานภายในประเทศ พบว่า ร้อยละของการจ้างงานในประเทศไทยและประเทศจีนมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนในภาคแรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ประกอบกับผลผลิตภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ พบว่า ค่าแรงงานเฉลี่ยของไทยถูกกว่าแรงงานในประเทศจีนเพียงเล็กน้อย และแรงงานไทย 1 คนยังสร้างผลผลิตภาพให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ได้มากถึง 175.12 คันต่อปี ในขณะที่แรงงานจีนสร้างผลผลิตภาพได้เพียง 83.33 คันต่อปี นั่นสะท้อนได้ว่าแรงงานไทยมีศักยภาพที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มากกว่าแรงงานของประเทศจีน

ด้านเทคโนโลยีนั้น โดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยและประเทศจีนจะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทร่วมทุนต่างชาติเช่นเดียวกัน จะต่างกันตรงที่การให้ความสำคัญในเรื่องการวิจัยและพัฒนา จะเห็นได้จากสถิติด้านการวิจัยภายในประเทศที่ว่าด้วยจำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยเทียบเท่าเต็มเวลา ซึ่งประเทศจีนมีบุคลากรที่ทำการวิจัยมากถึง 7.49 คนต่อจำนวนประชากร 10,000 คน ในขณะที่ไทยมีบุคลากรที่ทำการวิจัยเพียง 3.87 คนเท่านั้น จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสะท้อนได้ว่า ประเทศจีนให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนามากกว่าประเทศไทย ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลให้ประเทศจีนสามารถสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ภาคการผลิตในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศได้มากขึ้น

ในการศึกษาปัจจัยด้านเงินทุนของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ พบว่า โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยและจีนมีสัดส่วนต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อรถ 1 คันไม่แตกต่างกัน แหล่งเงินทุนภายในประเทศของไทยและจีนสามารถรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมได้ ต่างกันที่ต้นทุนของเงินทุนในรูปของอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่จีนมีความได้เปรียบในด้านอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่ต่ำกว่า

ไทย เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนจะเห็นได้ว่า ประเทศจีนมีความพร้อมในด้านของปัจจัยทุนมากกว่าไทย ซึ่งอาจเกิดจากการที่จีนกำลังเปิดประเทศและต้องการขยายการลงทุน ดังนั้น รัฐบาลจีนจึงให้การสนับสนุนปัจจัยการลงทุนเพื่อดึงดูดให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาลงทุนในจีนมากยิ่งขึ้น

2. สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ตาราง 24 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ปัจจัย	ประเทศไทย	ประเทศจีน
ขนาดอุปสงค์ในประเทศ	- มีจำนวนประชากรในประเทศ 65 ล้านคน - อุปสงค์ภายในประเทศมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง - ปริมาณการผลิตเพียงพอกับความต้องการ	- มีจำนวนประชากรในประเทศ 1,300 ล้านคน - คนมีผลให้อุปสงค์การบริโภคจักรยานยนต์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้น
ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อ	- ผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น - มีผู้บริโภคบางกลุ่มยังนิยมบริโภคสินค้าราคาถูก	- ผู้บริโภคมีระดับรายได้ต่ำจึงนิยมบริโภคสินค้าราคาถูก

ในการศึกษา พบว่า อุปสงค์จักรยานยนต์ภายในประเทศของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการผลิตเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งผู้บริโภคของไทยมีความรู้จริงในการตัดสินใจเลือกซื้อจักรยานยนต์เพียงบางส่วนเท่านั้น

อุปสงค์จักรยานยนต์ในประเทศจีนมีขนาดใหญ่ จะเห็นได้จากปริมาณการบริโภคสินค้าจักรยานยนต์ภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนประชากรภายในประเทศจีนมีมากถึง 1,300 ล้านคน ส่งผลให้อุปสงค์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ขนาดตลาดจักรยานยนต์ในประเทศจีนจึงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยอุปสงค์ในประเทศที่มากขึ้นส่งผลให้ตลาดจักรยานยนต์ของจีนมีขนาดใหญ่กว่าตลาดจักรยานยนต์ในประเทศไทยถึง 12 เท่า ประกอบกับผู้บริโภคในประเทศจีนส่วนใหญ่มีระดับรายได้ไม่สูงนักจึงนิยมบริโภคสินค้าราคาถูก จักรยานยนต์ราคาและคุณภาพต่ำจึงยังเป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศอยู่

3. ผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ(Related and Supporting Industries)

ตาราง 25 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries)

ปัจจัย	ประเทศไทย	ประเทศจีน
ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในประเทศ	- มีการศึกษาข้อมูลคลัสเตอร์รถจักรยานยนต์ (SMEs 007 Plus) แต่ยังขาดความชัดเจนและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง - มีจำนวนผู้ผลิตในกลุ่ม OEM Supplier ประมาณ 648 ราย เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 314 ราย และกลุ่ม 2nd/3rd Tier Supplier อยู่ประมาณ 1,641 ราย - ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์	- มีการทำต้นแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่เมืองฉงชิ่ง ประกอบด้วยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ผู้ผลิตชิ้นส่วน และศูนย์วิจัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีการส่งเสริมและเกื้อหนุนการผลิต การวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิตแก่กันด้วย - มีโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมากกว่า 1,000 โรงงาน
มาตรฐานของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์	- ผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติจะมีการจัดการและการบริหารที่ดี และมีมาตรฐานสากลมากกว่าบริษัทที่ไม่ได้ร่วมทุนกับบริษัทต่าง - บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนในไทยจำนวนมากยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล โดยจะพบในบริษัทกลุ่มผู้ผลิตลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมา	- มีศูนย์ทดสอบเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ - บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์มีศูนย์วิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง - ผู้ผลิตบางส่วนไม่มีการจัดการโรงงานที่เป็นระบบ และไม่มีการควบคุมคุณภาพชิ้นส่วนให้มีมาตรฐานสากล
องค์กรและสถาบันที่สนับสนุน	- สถาบันและองค์กรที่สนับสนุนภายในอุตสาหกรรมขาดการประสานงานและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	- มีองค์กรของภาครัฐและเอกชนสนับสนุนในด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์กลุ่ม 1st Tier Supplier (OEM Supplier) ที่มี 314 ราย และผู้ผลิตชิ้นส่วนในกลุ่ม 2nd/3rd Tier Supplier (Raw Materials) ที่มีถึง 1,641 ราย โดยบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของกรมโรงงาน ช่วยให้ลดระยะเวลาในการขนส่งและเพิ่มศักยภาพในการบริหารการผลิตได้มากขึ้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยยังมีองค์กร สถาบัน ธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เพียงพอ แต่ยังขาดการประสานงานและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องของประเทศจีนนั้น พบว่า จีนให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มาก ถึงขั้นทำต้นแบบคลัสเตอร์(Cluster) เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยต้นแบบคลัสเตอร์ (Cluster) นี้ประกอบด้วยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ผู้ผลิตชิ้นส่วน และศูนย์วิจัยซึ่งอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนมากกว่า 1,000 โรงงาน นอกจากนั้น ภายใต้เครือข่ายอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ดังกล่าวยังมีการส่งเสริมและเกื้อหนุนการผลิต การวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิตแก่กันด้วย สะท้อนให้เห็นถึงอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีนมีการพัฒนาทั้งด้านของอุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมสนับสนุนควบคู่กันไป ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องของการผลิตรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน พบว่า อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจีนมีศักยภาพและความพร้อมเหนือกว่าประเทศไทยในด้านของภาครัฐที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

4. สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ตาราง 26 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ปัจจัย	ประเทศไทย	ประเทศจีน
โครงสร้างของอุตสาหกรรม	- โครงสร้างของตลาดมีลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) มีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าเพียง 5 ราย เป็นบริษัทร่วมทุนต่างชาติ 4 ราย และ 1 รายเป็นบริษัทของคนไทย	- โครงสร้างตลาดมีลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) มีบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสิ้น 5 รายจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มบริษัทของรัฐบาล 2.กลุ่มบริษัทเอกชน 3.กลุ่มร่วมทุนจีน-ญี่ปุ่น
กลยุทธ์ของอุตสาหกรรม	- การผลิตรถจักรยานยนต์ในไทยเพื่อตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกในภูมิภาคเอเชีย - กลยุทธ์หลักของบริษัทมาจากบริษัทต่างชาติที่ร่วมทุน - ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายในประเทศจะใช้กลยุทธ์ด้านราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ กระจายสินค้าไปยังภูมิภาคต่าง ๆ	- การผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนเพื่อตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำ - ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จะตั้งฐานการผลิตตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเพื่อกระจายสินค้าออกไปยังพื้นที่โดยรอบได้อย่างรวดเร็ว - ใช้กลยุทธ์ด้านราคาต่ำ - ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและเรียนรู้จากสินค้าที่ได้รับความนิยม
สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	- อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศมีสภาพการแข่งขันที่สูง - ผู้ผลิตในประเทศพัฒนาเทคโนโลยีและรูปลักษณะที่ทันสมัยเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด	- อุตสาหกรรมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีจำนวนมากแข่งขันกันเองในตลาด เพื่อให้มีผู้ผลิตน้อยรายลง และเกิดความเข้มแข็ง

จากตาราง 26 สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศไทยและจีน พบว่า ประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) โดยมีบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเพียง 5 ราย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทร่วมทุนกับประเทศญี่ปุ่น กลยุทธ์หลักของบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมาจากบริษัทร่วมทุนต่างชาติ เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกไปยังเขตภูมิภาคเอเชีย ส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายในประเทศจะใช้กลยุทธ์ด้านราคา และการโฆษณาเป็นหลัก และเนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นสินค้าที่มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก จึงทำให้ผู้ผลิตเร่งสร้างความโดดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภค ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีสภาพการแข่งขันที่สูง

เมื่อเปรียบเทียบโครงสร้างตลาดรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย พบว่า มีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เช่นเดียวกับไทย มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่สำคัญ 5 ราย และมีผู้ผลิตรายย่อยอีกกว่า 150 ราย ซึ่งสามารถแบ่งผู้ผลิตออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ 1) กลุ่มบริษัทของรัฐบาล มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 30 2) กลุ่มบริษัทเอกชน มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 60 และ 3) กลุ่มบริษัทร่วมทุนจีน-ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5-10 การผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนมีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับไทย คือ ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ แต่ตลาดส่งออกของจีนจะอยู่ในประเทศที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำเป็นหลัก กลยุทธ์ที่ผู้ผลิตของจีนใช้จึงเป็นกลยุทธ์ด้านราคาต่ำ นอกจากนี้การตั้งฐานการผลิตตามภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถกระจายสินค้าออกไปยังพื้นที่โดยรอบได้อย่างรวดเร็วและประหยัดเวลา และเนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายย่อยของจีนมีจำนวนมาก รัฐบาลจึงมีนโยบายให้ผู้ผลิตแข่งขันกันเองในตลาด ส่งผลให้ตลาดรถจักรยานยนต์ของจีนมีสภาพการแข่งขันที่สูง ผู้ผลิตที่เข้มแข็งจะสามารถอยู่รอดได้ในอุตสาหกรรม

จากผลการศึกษาข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า ด้วยสภาพการแข่งขันที่สูงประกอบกับแรงสนับสนุนจากรัฐบาลอาจส่งผลให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนมีศักยภาพที่จะพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศได้มากกว่าผู้ผลิตของไทย

5. สรุปผลการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของปัจจัยเสริมด้านรัฐบาล

รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ในภูมิภาค ได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการอุตสาหกรรมภายใต้แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ.2545-2549 เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนากิจการอุตสาหกรรมยานยนต์ในระยะ 10 ปีข้างหน้า ตลอดจนกำหนดกรอบนโยบายให้สอดคล้องกับสภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยและโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งกำหนดวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2553 ที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย หรือ Detroit of Asia และสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศ โดยมียุทธศาสตร์หลักอยู่ 2 ด้าน คือ สร้างสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งนโยบายของรัฐบาลที่จัดทำขึ้นนี้เป็นภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ ไม่ได้ให้รายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพัฒนากิจการอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์แต่อย่างใด

ที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ที่สำคัญคือ ได้มีการอนุญาตให้สามารถตั้งหรือขยายโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ได้โดยเสรี อนุญาตให้สามารถนำเข้ารถจักรยานยนต์มาจำหน่ายในประเทศได้โดยเสรี อีกทั้งยังให้การสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนของกิจการที่ประกอบรถจักรยานยนต์ประเภท 4 จังหวะ ซึ่งการสนับสนุนของภาครัฐข้างต้นส่งผลให้สภาพการแข่งขันภายในประเทศเป็นไปในทิศทางที่จะช่วยกระตุ้นให้นักลงทุนในประเทศขยายการลงทุนพร้อมทั้งสร้างศักยภาพในการผลิตเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นในอุตสาหกรรม

ในขณะที่รัฐบาลจีนมีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 มีประเด็นของการพัฒนากิจการอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์โดยเฉพาะ ซึ่งหลักการสำคัญของการพัฒนากิจการอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศจีนนั้นจะให้ความสำคัญด้านการปรับปรุงเทคนิคเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ยกกระโดดโครงสร้างขององค์กรและขยายการส่งออก เพื่อให้ประเทศจีนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่และมีบทบาทสำคัญในตลาดโลก นอกจากนโยบายภาพรวมแล้ว ในปี 2548 จีนมีแผนพัฒนากิจการอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่ชัดเจนมากขึ้น โดยได้แบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ด้าน คือ การพัฒนาโครงสร้าง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการส่งออก นอกจากนี้รัฐบาลจีนยังใช้มาตรฐานอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของตนเอง คือ CCC Mark (China Compulsory Certification) เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกธัญญานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนระหว่างปี 2544-2548 โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA)

สรุปผลการวิจัยจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกธัญญานยนต์(HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

ตาราง 27 สรุปค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกธัญญานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2544-2548

ปี	ประเทศไทย			ประเทศจีน		
	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์
2544	0.93	5.66	0.00	0.21	20.15	2.99
2545	1.21	13.11	0.39	0.38	22.15	6.53
2546	1.34	18.20	1.85	1.51	33.50	4.43
2547	1.65	13.31	3.26	1.72	32.53	3.50
2548	1.85	31.83	2.99	0.75	25.44	2.13
เฉลี่ย	1.39	16.42	1.70	0.91	26.75	3.92
สถานะ	ได้เปรียบ	ได้เปรียบ	ได้เปรียบ	เสียเปรียบ	ได้เปรียบ	ได้เปรียบ

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัยในตารางภาคผนวก ก

การพิจารณาค่าเฉลี่ยของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกธัญญานยนต์ (HS 87.11) ของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2544-2548 (ตาราง 27) พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกธัญญานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ โดยประเทศไทยมีค่าเฉลี่ย RCA อยู่ในระดับ 1.39 ในตลาดส่งออกสหรัฐอเมริกา 16.42 ในตลาดส่งออกอินโดนีเซียและ 1.70 ในตลาดส่งออกฟิลิปปินส์ ในขณะที่ประเทศจีนมีค่าเฉลี่ย RCA ในตลาดส่งออกอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์อยู่ที่

ระดับ 26.75 และ 3.92 ตามลำดับ ซึ่งในตลาดส่งออกสหรัฐอเมริกา จีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ โดยประเทศจีนมีค่าเฉลี่ย RCA อยู่ที่ระดับ 0.91 ต่ำกว่าระดับค่าเฉลี่ย RCA ของประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ย RCA อยู่ที่ระดับ 1.39 สะท้อนได้ว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเหนือกว่าประเทศจีน แต่ในส่วนของตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ประเทศไทยกลับมีระดับค่า RCA ต่ำกว่าจีน ฉะนั้นประเทศไทยจึงมีความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ด้อยกว่าจีน

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน(พ.ศ.2539-2548) ตามกรอบแนวคิด Diamond Model พบว่าประเทศจีนมีปัจจัยที่สร้างความสามารถเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ได้สูงกว่าประเทศไทย สะท้อนได้จากองค์ประกอบของปัจจัยการแข่งขัน 4 ด้าน คือ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

องค์ประกอบแรกของปัจจัยที่สร้างความสามารถเชิงแข่งขันได้คือ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต จากการศึกษาผู้วิจัยจะเน้นปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายคมนาคมทางบก เพราะ โครงสร้างการขนส่งที่เพียงพอและมีคุณภาพจะช่วยให้การส่งมอบวัตถุดิบและชิ้นส่วนระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา และช่วยบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในประเด็นนี้ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้าน โครงข่ายคมนาคมทางบก เนื่องจากมีร้อยละถนนที่ลาดยางหรือถนนคอนกรีตถึงร้อยละ 97.5 สอดคล้องกับข้อมูลการจัดอันดับคุณภาพโครงข่ายคมนาคมทางบกของ IMD (IMD World Competitiveness Yearbook 2004.) ที่จัดอันดับให้ไทยมีคุณภาพโครงข่ายคมนาคมทางบกอยู่ในอันดับที่ 14 และจีนอยู่ในอันดับที่ 61 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fay และ Yepes (2003) ที่ทำการศึกษาสัดส่วนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มประเทศต่าง ๆ ซึ่งไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศระดับรายได้ต่ำ-กลาง (Lower-middle income) ¹ มีสัดส่วนการลงทุนในสาขาถนนสูงที่สุดในกลุ่มประเทศเดียวกัน ในจุดนี้อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีปัจจัยด้านโครงสร้างการขนส่งทางบกที่ดีกว่าจีน แต่หากมองถึงการขนส่งทางเรือแล้วพบว่า ประเทศจีนมีศักยภาพด้านขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพของท่าเรือที่สามารถรองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้ถึง 5,613,000 TEU มากกว่าไทยถึง 2 เท่าตัว ทั้งนี้สอดคล้องกับการจัดอันดับของ IMD ที่จัดอันดับให้จีนมีขนาดท่าเรือและประสิทธิภาพอยู่ในอันดับที่ 6 ในขณะที่ไทยอยู่ในอันดับที่ 25 อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีความ

¹ Lower-middle income คือ ประเทศที่มี GNI per capita ในปี 2002 \$735 ถึง \$2,935

ได้เปรียบในเรื่องของอัตราผลตอบแทนและผลิตภาพของแรงงาน ซึ่งแรงงานไทยมีค่าแรงเฉลี่ยในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ต่ำกว่าจีนและยังสามารถสร้างผลิตภาพได้สูงกว่าแรงงานของจีนอีกด้วย โดยแรงงานไทยหนึ่งคนสามารถผลิตรถจักรยานยนต์ได้มากถึง 175.12 คันต่อปี ในขณะที่แรงงานจีนหนึ่งคนผลิตได้เพียง 83.33 คันต่อปี

เมื่อพิจารณาด้านเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนา พบว่า ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนมีความพร้อมและมีแนวโน้มที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าผู้ผลิตในประเทศไทย เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ของจีนมีแรงสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่เปรียบเทียบจำนวนบุคลากรที่ทำวิจัยในประเทศในปี 2544 โดยจีนมีนักวิจัย 7.49 คนต่อประชากร 10,000 คน ในขณะที่ไทยมีบุคลากรที่ทำวิจัยในประเทศเพียง 3.87 คนต่อประชากร 10,000 คนเท่านั้น

นอกจากนี้ โครงสร้างอุปสงค์ภายในประเทศของจีนมีส่วนช่วยกระตุ้นให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์จีนมีการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้น ผู้ผลิตจะนำเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค เพราะตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่จะสามารถดึงดูดให้นักลงทุนในประเทศและนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาสร้างผลผลิตและเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากตลาดขนาดใหญ่ การศึกษาข้อมูลของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ อ้างถึงตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนว่า มีขนาดใหญ่กว่าตลาดรถจักรยานยนต์ของไทยถึง 12 เท่า เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากจีนมีประชากรประมาณ 1,300 ล้านคน มียอดขายนำยรถจักรยานยนต์อยู่ที่ประมาณ 11 ล้านคัน นั่นอาจกล่าวได้ว่าจำนวนผู้บริโภคในประเทศมีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม

เมื่อศึกษาอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องของรถจักรยานยนต์ในประเทศ ทำให้ทราบว่า ประเทศจีนมีการสนับสนุนในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์อย่างจริงจัง มีการทำต้นแบบคลัสเตอร์อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่กล่าวข้างต้น สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ทำการศึกษาศุทธสาหกรรมยานยนต์ในจีน พบว่า จีนมีต้นแบบคลัสเตอร์(Cluster) รถจักรยานยนต์ที่เมืองฉงชิ่ง ประกอบด้วย ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ผู้ผลิตชิ้นส่วน และศูนย์วิจัย ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีการส่งเสริมและเกื้อหนุนการผลิต มีโรงงานประกอบและโรงงานชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มากกว่า 1,000 โรงงาน มีศักยภาพการส่งออกรถจักรยานยนต์ประมาณ 1.66 ล้านคันต่อปี โดย 2 ใน 3 ของปริมาณขายรถจักรยานยนต์ในประเทศจีนเป็นสินค้าที่ผลิตมาจากอุตสาหกรรมต้นแบบคลัสเตอร์(Cluster) ที่เมืองฉงชิ่งนี้ ในขณะเดียวกันจากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ประเทศไทยมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกของ คลัสเตอร์รถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน (SMEs 007 Plus) เช่นเดียวกับประเทศจีน

หากมองในด้านของโครงสร้างอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ประเทศไทยและประเทศจีนต่างมีโครงสร้างตลาดรถจักรยานยนต์แบบผู้ผลิตน้อยราย (Oligopoly) คือ มีจำนวนผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งตลาดในระดับที่สูง 5 ราย แต่เมื่อศึกษาอย่างละเอียด พบว่า แท้จริงแล้วจีนมีจำนวนผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศกว่า 150 ราย รัฐบาลใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมนี้ โดยให้ผู้ผลิตแข่งขันด้านราคาและคุณภาพกันเองในตลาด ด้วยสภาพการแข่งขันที่สูง จะมีเพียงผู้ผลิตที่เข้มแข็งเท่านั้นที่อยู่รอดได้ในอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้ในปัจจุบันจีนมีผู้ผลิตรายใหญ่ 5 รายเช่นเดียวกับไทย แต่ผู้ผลิตของจีนมีความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศจะผลักดันให้ผู้ผลิตเร่งสร้างเทคโนโลยีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นในตลาดได้ ในขณะที่ผู้ผลิตของไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทร่วมทุนกับประเทศญี่ปุ่น นโยบายและกลยุทธ์หลักที่ใช้ดำเนินงานมาจากบริษัทร่วมทุนต่างชาติ กลยุทธ์ของผู้ผลิตไทยจะเน้นสร้างความแตกต่างด้านรูปลักษณ์ คุณภาพ แทนการแข่งขันกันด้านราคาเช่นผู้ผลิตของจีน

จากปัจจัยทั้ง 4 ด้านที่กล่าวถึงข้างต้น โดยส่วนใหญ่รัฐบาลเป็นผู้มีบทบาทในการพัฒนาและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศมีการขับเคลื่อนไปด้วยดี หากรัฐบาลเมินเฉยไม่เห็นความสำคัญของการนำปัจจัยเหล่านั้นมาสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ภาคอุตสาหกรรม ก็อาจส่งผลให้ประเทศไทยและจีนขาดโอกาสในการนำปัจจัยที่มีอยู่มาสร้างศักยภาพในการแข่งขันได้

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนแล้ว สิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือ ศักยภาพของอุตสาหกรรมในเวทีโลก เพราะแม้ว่ามีปัจจัยสนับสนุนในประเทศมากมาย แต่เมื่อเผชิญกับอุปสงค์ของตลาดโลกก็อาจจะหวั่นได้ถึงความสามารถที่แท้จริงของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ว่าสินค้าที่ประเทศตนผลิตขึ้นมีความสามารถในการแข่งขันและเป็นที่ต้องการของตลาดโลกหรือไม่ ในการศึกษาครั้งนี้ได้หยิบยกประเด็นการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยและจีนไปยังประเทศคู่ค้า 3 ประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ โดยทั้ง 3 ประเทศต่างมีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากไทยและจีนค่อนข้างสูง และเมื่อเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันจากมูลค่าการส่งออกจึงต้องวัดความสามารถในการแข่งขันจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) เพื่อตัดสินว่า ประเทศไทยหรือประเทศจีนมีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มากกว่ากัน โดยผลการศึกษาดัชนี RCA พบว่า ตั้งแต่ปี 2544-2548 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศคู่ค้าทั้ง 3 ประเทศ ในขณะที่จีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพียง 2 ประเทศ ซึ่งจีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอาภรณ์ ชัยกุลเสรีรัตน์ ที่ทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบ (RCA) ระหว่างปี 2534-2540 พบว่า ประเทศไทยและประเทศจีนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

จุดที่น่าสังเกตของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ศึกษาข้างต้นคือ จีนมีศักยภาพในการส่งออกจักรยานยนต์ไปยังประเทศอินโดนีเซียและประเทศฟิลิปปินส์ โดยมีค่าดัชนี RCA ในระดับที่สูงกว่าประเทศไทย ในประเด็นนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มเป้าหมายของตลาดรถจักรยานยนต์จีนจะอยู่ที่ประเทศกำลังพัฒนา ประชากรในประเทศนั้น ๆ มีระดับรายได้ที่ไม่สูงนัก ผู้ผลิตจะเน้นกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของจีนที่ว่า จีนจะจำหน่ายรถจักรยานยนต์ได้เฉพาะในประเทศและประเทศที่มีมาตรฐานยานยนต์ต่ำเท่านั้น โดยผู้ผลิตจะใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลัก ราคารถจักรยานยนต์ของจีนจึงมีราคาต่ำมากเมื่อเทียบกับราคารถจักรยานยนต์ของไทย ดังนั้น หากมองในแง่มุมมองของตลาดส่งออก ประเทศไทยและจีนอาจมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยจีนผลิตรถจักรยานยนต์ออกสู่ตลาดเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคระดับล่าง รถจักรยานยนต์ที่จีนผลิตจึงมีคุณภาพและมาตรฐานต่ำ เพราะด้วยกลยุทธ์ด้านราคาจึงทำให้จีนต้องลดต้นทุนของการผลิตลง ในขณะที่ไทยผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อส่งออกไปยังตลาดผู้บริโภคทุกระดับ รถจักรยานยนต์ของไทยจึงมีคุณภาพและมีมาตรฐานสูงกว่าจีน ซึ่งในตลาดส่งออกสหรัฐอเมริกาประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจักรยานยนต์

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถสร้างความแข่งขันในอุตสาหกรรมรวมถึงตัวเลขดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สะท้อนศักยภาพการส่งออกในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน พบว่า ประเทศจีนมีความพร้อมในด้านปัจจัยที่สามารถสร้างความแข่งขันได้ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าประเทศไทย แต่ด้วยกลุ่มผู้บริโภคของจีนแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคของไทย จึงอาจทำให้รถจักรยานยนต์ที่จีนผลิตมีระดับมาตรฐานและคุณภาพด้อยกว่ารถจักรยานยนต์จากไทย แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า ประเทศจีนมีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ที่ดีกว่าไทย

ดังนั้น คงทราบกันแล้วว่า ประเทศจีนมีศักยภาพมากพอที่จะผลิตรถจักรยานยนต์หรือสินค้าอื่น ๆ ให้มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าต่างชาติได้ ฉะนั้นประเด็นหลักที่จีนผลิตสินค้าต่าง ๆ ออกมาจำหน่ายและส่งออกนั้น จึงเป็นเพียงการผลิตเพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอีกระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งในอนาคตผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า หากจีนต้องการขยายตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มอื่น จีนก็จะสามารถสร้างความแข่งขันได้ในตลาดทุกระดับ ประเทศไทยจึงต้องเร่งพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่ภาคอุตสาหกรรม เพราะคาดว่าอีกไม่นานประเทศจีนอาจกลายเป็นผู้นำตลาดในภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญของโลกได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน พบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยยังขาดปัจจัยที่จะสร้างศักยภาพการแข่งขันหลายด้าน คือ

1. จากการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ดังนั้น รัฐบาลควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายเดิมมีการขยายการลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ในขณะเดียวกันก็ควรส่งเสริมการลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันภายในประเทศมากยิ่งขึ้น

2. จากการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) พบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีโอกาสการแข่งขันในเวทีโลก ดังนั้น การเปิดเสรีทางการค้า จะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศมีการแข่งขันกันสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีความหลากหลาย รวมถึงการบริหารและจัดการโรงงานที่เป็นสากลมากขึ้น

3. กลุ่มผู้ผลิตชั้นส่วน 1st Tier จะถูกควบคุมการผลิตโดยบริษัทต่างชาติเช่นเดียวกับบริษัทผู้ประกอบการ แต่กลุ่มผู้ผลิต 2nd และ 3rd Tier Supplier เป็นกลุ่มที่มีการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยกับต่างชาติ และบริษัทผู้ประกอบการชาวไทย ซึ่งมีความแตกต่างในด้านของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต จึงเป็นเรื่องยากที่จะควบคุมคุณภาพของชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมให้ผู้ผลิตชั้นส่วนพัฒนาศักยภาพ โดยการให้บุคลากรไทยมีส่วนร่วมในการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น

4. แม้ว่าประเทศไทยจะมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกคลัสเตอร์จักรยานยนต์และชิ้นส่วน ภายใต้ชื่อโครงการ SMEs 007 Plus แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาขาดการกำหนดทิศทางและบทบาทที่ชัดเจนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินงาน ทำให้โครงการคลัสเตอร์จักรยานยนต์ล้มเหลว ดังนั้น ภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องควรมีการประสานงานและกำหนดบทบาทการทำงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาของผู้วิจัยมีการเปรียบเทียบอุตสาหกรรมระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ในประเภทสินค้าหลักรถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษารายละเอียดปลีกย่อยของประเภทรถจักรยานยนต์เพื่อให้เกิดข้อมูลเชิงลึกของสินค้ามากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยมองภาพรวมของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ ฉะนั้น รายละเอียดของปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมจึงเป็นประเด็นกว้าง ดังนั้น การศึกษาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ครั้งต่อไป ควรศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นหลักเพื่อให้ได้ข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในแง่ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก และผู้บริโภค

3. การศึกษาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดอื่น อาทิเช่น ดัชนีวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม หรือการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาด (CMS) เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาศาสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี. (2549). **สถิติข้อมูล**. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.md.go.th/statistic.php>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2547). **โครงการประเมินผลการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมและการลงทุน**. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2545). **สรุปผลการสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรมต่างประเทศภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน: สาขายานยนต์**. (เอกสาร). กรุงเทพฯ : ม.ป.พ
- กาญจนา ปู่อาจ. (2544). **การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เกสร จันทน์ภูมิรัตน์. (2528). **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกรียงศักดิ์ วงศ์พร้อมรัตน์. (2541). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กุลชัย วงศ์นารักษ์กิจ. (2545). **โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ด้านการกระจุกตัวและการวิเคราะห์ SWOT**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- จิรายุส บงกชมาศ. (2540). **แวดวงอุตสาหกรรม: รถจักรยานยนต์**. *วารสารเศรษฐกิจ*. 29 (6): 23-40.
- ชวลิต ตั้งมานะกุล. (2550, 11 กุมภาพันธ์). **สัมภาษณ์โดย นิรวรรณ ไตอินทร์** ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยยนต์.
- ชัยยันต์ กิตติวิศิษฐ์. (2546). **ความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงดาว ขาวเจริญ. (2550, 15 มกราคม). **สัมภาษณ์โดย นิรวรรณ ไตอินทร์** ที่สำนักงานนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา กระทรวงอุตสาหกรรม.

ทง พิชยะ. (2539). **การเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ :
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

ทรงชัย บริสุทธิ์. (2540). **การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย**.
วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ถ่ายเอกสาร.

ไทเกอร์มอเตอร์. (2550). **ประวัติ**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2550, จาก
<http://www.thaimotorcycle.com/tm2005/ndetail.asp>

ไทยคาวาซากิมอเตอร์. (2550). **ประวัติ**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2550, จาก
<http://www.kawasaki.co.th/ka/main/htm>.

ไทยซูซูกิมอเตอร์. (2550). **ประวัติ**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2550, จาก <http://www.thaisuzuki.co.th>

ไทยมอเตอร์เซลล์. (2549). **ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2549,
จาก <http://www.thainr.com/news%20data/automobile>

ไทยยามาฮ่ามอเตอร์. (2550). **ประวัติ**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2550, จาก <http://www.yamaha-motor.co.th/company/index.asp>

ธเนศ มัทธนาลัย. (2545). อุตสาหกรรมดาวรุ่ง: รถจักรยานยนต์. **บรรษัทปริทรรศน์**. 20 (4): 11-15.

ธานี ปิติสุข. (2537). **เส้นทางธุรกิจในจีน: ธนาคารในประเทศจีน**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.

บิซิเนสออนไลน์. (2549). **โครงสร้างต้นทุนการผลิต**. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2549, จาก
<http://www.businessonline.it>.

ผลิน ภูเจริญ. (2546). **การจัดการธุรกิจร่วมสมัย: กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้าง
และพัฒนาพลวัตในการแข่งขัน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไท.

พรณี เสงสุทธา. (2544). จักระแสการลงทุน : ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมจีนหลังเป็นสมาชิก WTO.
วารสารการลงทุน. 12 (12): 50.

พัชรินทร์ ภูอภิสิทธิ์. (2545). **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

มยุรัตน์ ศุภสิทธิ์. (2546). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิง
แข่งขันของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่งของประเทศไทยและประเทศ
มาเลเซีย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2549). **ความสามารถในการแข่งขัน**. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2549
จาก http://www.ftp.or.th/th/knwinf_prdind.htm.

สถาบันยานยนต์. (2547). **อัตราค่าลังการผลิต**. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก

http://www.thaiautoparts.or.th_fileupload/motocycle.

สถาบันยานยนต์. (2548). **รายงานประจำปีของสถาบันยานยนต์**. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

สถาบันยานยนต์. (2548, มกราคม). ส่วนแบ่งการตลาด. **วารสารสถาบันยานยนต์**. 2 (3): 17.

สถาบันยานยนต์. (2549, เมษายน-มิถุนายน). สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์.

วารสารอุตสาหกรรม. (3): 8.

สถาบันยานยนต์. (2549). **สถิติยานยนต์ 2539 - 2548**: สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2549 จาก

<http://www.thaiauto.or.th>.

สถาบันยานยนต์และสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. (2549). **โครงการศึกษาการพัฒนาขีด**

ความสามารถในการแข่งขันของไทย. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

สภาธุรกิจไทย-จีน. (2550). **การขนส่งทางเรือ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2550, จาก

http://www.tcabc.or.th/library_transport.php.

สมศักดิ์ เมืองวงษ์. (2540). **กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออก**

ตามทัศนะของผู้แทนจำหน่าย. ปรินญานิพนธ์ ศศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุพรรณิ ดันติศรีสุข. (2530). **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและทฤษฎีต้นทุน (Industrial Economic**

and Cost Theory) หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพฯ : สุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. (2540). **ยุทธการธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เสริมสิทธิ์ อินทรน้า. (2546). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์**

ของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชีย-โอเชเนีย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). **โครงการพัฒนาขีด**

ความสามารถในการแข่งขันของไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์. กรุงเทพฯ: ศคินทร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547). **รายงานฉบับสมบูรณ์**

โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย. กรุงเทพฯ :

ธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547). **ยุทธศาสตร์การพัฒนา**

โครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ.

กรุงเทพฯ : ธรรมศาสตร์.

- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2544). **จำนวนบุคลากรทางการวิจัยและพัฒนา**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2549, จาก <http://www.nrct.net>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2550). **โครงข่ายคมนาคม**. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.boi.go.th/thai/how/highways.asp>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2550). **แหล่งเงินทุนภายในประเทศของไทย**. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2550, จาก <http://www.fpo.go.th/content>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2544). **รายงานการศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทย จีน และไต้หวัน**. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.oie.go.th/Benchmarking/2544>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2549). **การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทยและประเทศจีน**: ฐานข้อมูล China Economic Information Center (CEIC). (เอกสาร). กรุงเทพฯ
- สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาคและระหว่างประเทศ. (2547). สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2549 จาก <http://www.fpo.go.th/record>
- อดุลย์ กลิ่นการเซ็น. (2541). **โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- อาภรณ์ ชัยกุลเสรีรัตน์. (2544). **ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย**. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อาภรณ์ เจริญประกิจกุล. (2544). **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกยานยนต์ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์. (2549). สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2550, จาก <http://www.aphonda.co.th>
- Bade, Robin and Michael Parkin. (2002). *Foundations of Microeconomics*. Boston: Pearson Education, Inc.,
- Balassa Bela. (1989). *The Changing Comparative of Japan and United States in Comparative Advantage, Trade Policy And Economic Development*. 80-104. Manchester School of Economics and Social Studies.
- Fay, Marianne and Yepes, Tito. (2003). *Investing in Infrastructure: What is needed from 2000 to 2010*. World Bank Policy Research working.

- International Labor Organization. (2004). *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*. Retrieved December 20, 2006, from <http://www.laborsta.ilo.org>
- International Monetary Fund. (2006). *International Financial Statistics Yearbook*.
- Michael E. Porter. (1990). *Competitive Advantage of Nation*: Determinants of National Competitive Advantage. London: Macmillan Press.
- People's Daily. (2005). *China's Highways*. Retrieved December 13, 2006, from <http://www.english.peopledaily.com.cn/english>.
- Robin Bade, Michael Parkin. (2005). *Foundations of Microeconomics*. Pearson Education Indochina. Ltd.
- Shinji Miyawaki (2547). *A Supply Chain Performance Measurement Process for Thai Automotive Industry*. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (การจัดการทางวิศวกรรม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- The World Competitiveness Yearbook. (2006). สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2549 จาก <http://www.02.imd.ch/wcc/ranking/>
- United Nations. (2004). *Statistical Yearbook for Asia and The Pacific 2004*. New York: Nations Unies.
- World Trade Atlas. (2006). *Thailand Export 8711 Motorcycles to United States*.
Thailand Export 8711 Motorcycles to Indonesia.
Thailand Export 8711 Motorcycles to Philippines.
China Export 8711 Motorcycles to United States.
China Export 8711 Motorcycles to Indonesia.
China Export 8711 Motorcycles to Philippines.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางภาคผนวก ก.1 มูลค่าการส่งออกกรดจักรยานยนต์ (HS 87.11) ของไทยและจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศไทย						ประเทศจีน				
ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
สหรัฐอเมริกา	25.731	33.682	38.081	53.917	65.957	24.091	55.3	290.569	455.293	256.841
อินโดนีเซีย	6.622	9.838	17.052	21.61	46.015	49.252	34.052	60.83	103.412	77.547
ฟิลิปปินส์	0.016	1.716	11.624	27.712	32.895	20.147	45.816	53.309	69.551	53.893

ที่มา : ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2549)

ตารางภาคผนวก ก.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	ประเทศไทย					ประเทศจีน				
	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
สหรัฐอเมริกา	13,192.94	13,439.93	13,638.89	15,438.35	16,915.03	54,276.60	69,959.40	92,510.15	124,973.45	162,938.72
อินโดนีเซีย	1,360.15	1,673.29	2,312.09	3,196.50	3,958.81	2,842.48	3,426.81	4,481.79	6,257.42	8,348.54
ฟิลิปปินส์	1,152.45	1,268.89	1,615.93	1,821.03	2,045.31	1,621.00	2,042.31	3,094.24	4,264.78	4,689.05

ที่มา :ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.(2549)

ตารางภาคผนวก ก.3 มูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์(HS 87.11) ของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548
สหรัฐอเมริกา	2,386.21	2,400.77	2,612.45	3,112.94	3,534.20
อินโดนีเซีย	26.62	14.034	13.187	23.637	21.068
ฟิลิปปินส์	137.281	134.715	157.468	205.339	237.168

ที่มา :ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2549)

ตารางภาคผนวก ก.4 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปี 2544-2548

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548
สหรัฐอเมริกา	1,140,999.40	1,161,365.97	1,257,121.25	1,469,704.40	1,673,454.52
อินโดนีเซีย	30,962.14	31,288.85	32,550.68	46,524.53	57,700.88
ฟิลิปปินส์	33,057.16	39,236.51	40,470.51	44,039.21	44,051.98

ที่มา :ฐานข้อมูล World Trade Atlas.กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2549)

ตารางภาคผนวก ก.5 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออก
รถจักรยานยนต์ (HS 87.11) ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ปี 2544-2548

ปี	ประเทศไทย			ประเทศจีน		
	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	สหรัฐอเมริกา	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์
2544	0.93	5.66	0.00	0.21	20.15	2.99
2545	1.21	13.11	0.39	0.38	22.15	6.53
2546	1.34	18.20	1.85	1.51	33.50	4.43
2547	1.65	13.31	3.26	1.72	32.53	3.50
2548	1.85	31.83	2.99	0.75	25.44	2.13
เฉลี่ย*	1.39	16.42	1.70	0.91	26.75	3.92

ที่มา : จากการคำนวณตารางภาคผนวก ก.1-ก.4

หมายเหตุ : * ผู้วิจัยคำนวณค่าเฉลี่ย

ภาคผนวก ข



ที่ ศธ 0519.12/ 1466

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๘ กุมภาพันธ์ 2550

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณดวงดาว ขาวเจริญ

เนื่องด้วย นางสาวฉวีวรรณ โตอินทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การ
จัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน” โดยมี
อาจารย์รัชพันธุ์ เษยจิตร และอาจารย์อัศรพล ขาวเจริญ เป็นคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์
ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ ท่านตอบสัมภาษณ์
เรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่าง
ประเทศไทยและประเทศจีน ในระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2550

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวฉวีวรรณ โตอินทร์ ได้เก็บ
ข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02 - 2583838 # 44 มือถือ 089 - 7213472

ที่ ศธ 0519.12/ 1496



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10

๑ กุมภาพันธ์ 2550

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณชวลิต ตั้งมานะกุล

เนื่องด้วย นางสาวฉวีวรรณ โตอินทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจกการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน (พ.ศ. 2539- 2548)” โดยมี อาจารย์รัชพันธุ์ เขยจิตร ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์อัศรพล ฮวบเจริญ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัยโดยขอให้ท่านตอบแบบสัมภาษณ์เรื่องการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2550 – เดือนมีนาคม 2550

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวฉวีวรรณ โตอินทร์ ได้ทำการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 089-721-3472

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาวณัฏฐวรรณ ไตอินทร์
วันเดือนปีเกิด	24 ธันวาคม 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดนครพนม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	239 หมู่ 10 ถ.เลียงเมือง ต.แจระแม อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช อุบลราชธานี
พ.ศ.2546	บริหารธุรกิจบัณฑิต บธ.บ. (การเงิน) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ.2550	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ