

ศึกษาผลกระทบจากการเปิดเสรีระหว่างประเทศไทย-อินเดีย
กรณีศึกษา : เครื่องรับโทรทัศน์

โดย

จตุรภรณ์ เมฆงาม

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

ศึกษาผลกระทบจากการเปิดเสรีระหว่างประเทศไทย-อินเดีย

กรณีศึกษา : เครื่องรับโทรทัศน์สี

โดย

จตุรภรณ์ เมฆงาม

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

บทคัดย่อ

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์ที่ใช้ในครัวเรือนในประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนในประเทศมากขึ้นเพื่อทดแทนชิ้นส่วนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและมีการพัฒนาจากการผลิตเพื่อขายในประเทศมาเป็นการผลิตเพื่อส่งออกปีละกว่าล้านเหรียญสหรัฐ แม้ชิ้นส่วนสำคัญของเครื่องรับโทรทัศน์ที่ใช้ในบ้านมีการผลิตในประเทศมากขึ้น และความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ก็มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องแต่ชิ้นส่วนและสินค้าสำเร็จรูปบางชนิดยังต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมนี้ยังต้องพึ่งพาการลงทุนและเทคโนโลยีจากต่างชาติ ผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นบริษัทที่มีการร่วมทุนจากต่างชาติ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์จำนวนมาก ประกอบด้วยบริษัทต่างชาติที่ร่วมทุนกับผู้ผลิตในประเทศไทย เช่น บริษัทจากญี่ปุ่นและเกาหลี และบริษัทของคนไทยเอง

กระบวนการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ของประเทศไทยนั้นเป็นการประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกันจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้แก่ ปัจจัยทุนและวัตถุดิบ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ ชิ้นส่วนและเครื่องจักร และปัจจัยแรงงาน โดยที่สัดส่วนการใช้แรงงานในโรงงานซึ่งผลิตสินค้าเหล่านี้ต่ำมากประมาณร้อยละ 5-10 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ในการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ใช้ชิ้นส่วนนำเข้าจากต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 53 ของการใช้ชิ้นส่วนทั้งหมด ปัจจัยประเภทชิ้นส่วนนับว่าเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตสินค้าเหล่านี้ แหล่งที่มาของชิ้นส่วนสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ คือ ชิ้นส่วนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นชิ้นส่วนที่ผู้ผลิตซื้อจากผู้ผลิตชิ้นส่วนรายอื่นในประเทศ ชิ้นส่วนที่ผู้ผลิตในโรงงานของตนเองหรือชิ้นส่วนที่ต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศเช่น Transistor, Resistor, Capacitor, Coil, Diode, หลอดภาพโทรทัศน์ขนาด 9-13 นิ้ว, หลอดภาพที่มีขนาดใหญ่กว่า 25 นิ้ว และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

ระดับความสามารถทางเทคโนโลยีของผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์จะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าที่ผลิต และยังขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ผลิตอีกด้วย กล่าวคือ ถ้าผู้ผลิตสินค้าเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศโดยมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นชาวต่างชาติและมีบริษัทแม่อยู่ในต่างประเทศ ผู้ผลิตจะสามารถใช้เทคโนโลยีของผู้ลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งบริษัทเหล่านี้มักไม่มีหน่วยออกแบบและพัฒนาแบบการผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตบางส่วน

จะต้องเป็นชิ้นส่วนที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งเป็นเทคโนโลยีของบริษัทแม่ ดังนั้น จึงต้องนำเข้าจากฐานการผลิตของบริษัทในเครือที่ทำหน้าที่ผลิตและป้อนสู่โรงงานผลิตเครื่องรับโทรทัศน์สีในเครือเดียวกันทั่วโลก ขณะเดียวกันหลายบริษัทในประเทศซึ่งเคยผลิตชิ้นส่วนเพื่อส่งออกไปต่างประเทศโดยตรงได้เริ่มมีการจำหน่ายให้บริษัทในประเทศมากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประกอบเป็นสินค้าเพื่อการส่งออกอีกทอดหนึ่ง ได้แก่ ขดลวดทองแดง (ผลิตโดยบริษัทอิตาชิ อีนาเมลไวร์) แก้วหน้าจอ (Panel) และกรวยแก้ว (Funnel) (ผลิตโดยบริษัท สยามอາซาฮี เทคโนโลยีกลาส) Metal parts ต่าง ๆ ประกอบด้วย Frame, Internal magnetic shield และ Shadow mask band (ผลิตโดยบริษัทมูราโต้อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด)

ลักษณะโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์สีในประเทศไทยเป็นแบบ “ตลาดผู้ขายน้อยราย” เนื่องจากการเข้าสู่ตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์สีค่อนข้างยากเนื่องจากมีสิ่งกีดกั้นการเข้าสู่ตลาด ทำให้หน่วยผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ จึงทำให้มีผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์สีในตลาดของไทยมีจำนวนผู้ผลิตไม่มากนัก จึงทำให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตและสินค้าของผู้ผลิตแต่ละตราสินค้าค่อนข้างสูง ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตสินค้า ในแต่ละตราสินค้าต้องสร้างความแตกต่างกันในตัวสินค้า (Differentiated products) เช่น การออกแบบรูปลักษณะภายนอก หรือขนาดของหน้าจอ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อตามความพอใจ โดยอาจจะเลือกซื้อจากตราสินค้า (Brand) เพราะความยึดมั่นในตราสินค้า (Brand loyalty) และเนื่องจากตลาดเครื่องรับโทรทัศน์สีในประเทศไทยมีการแข่งขันค่อนข้างสูงและส่วนแบ่งตลาดในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จัก ซึ่งนอกจากจะมีการแข่งขันกันภายในประเทศแล้วยังมีการแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศที่นำเข้ามาอย่างถูกกฎหมาย เช่น จีน เกาหลีและมาเลเซีย

การศึกษา “ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างไทย – อินเดีย :กรณีศึกษาเครื่องรับโทรทัศน์สี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตในด้านต้นทุนการผลิต ส่วนแบ่งตลาดในประเทศและโครงสร้างตลาดภายในประเทศ เมื่อมีการเปิดเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย มีผลให้การส่งออกสินค้าจากไทยไปยังอินเดียมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2547-2549 มูลค่าการส่งออกเพิ่มจาก 913.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 1,529.72 และ 1,803.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ (ปี 2547 มีมูลค่าส่งออก 34.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มเป็น 124.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2549)

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการส่งออกของเครื่องรับโทรทัศน์สีของไทยเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่ไทยส่งออกไปตลาดโลก ซึ่งใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบอย่างเปิดเผย (Revealed Comparative Advantage) หรือ RCA ดัชนีความสามารถในการส่งออกเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Export Performance: CEP Index) และดัชนีวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม (Concentration Ratio) จากการศึกษาดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบอย่างเปิดเผย (Revealed Comparative Advantage) หรือ RCA พบว่าไทยมีความสามารถในการส่งออกของเครื่องรับโทรทัศน์สีเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่ไทยส่งออกไปยังตลาดโลก (ค่า RCA ของไทยในระหว่างปี 2544 - 2548 มีค่าเท่ากับ 4.66, 4.66 215.72, 189.44 และ 153.73 ตามลำดับ ส่วนค่า RCA ของอินเดีย มีค่าเท่ากับ 4.45, 6.75, 25.07, -7.68 และ -47.52 ตามลำดับ) จากการศึกษาดัชนีความสามารถในการส่งออกเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Export Performance) หรือ CEP พบว่าไทยมีความสามารถในการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์สีเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันนี้ที่ประเทศอื่นส่งออกไปยังตลาดโลก (ค่า CEP ของไทยในระหว่าง ปี 2544 - 2548 มีค่าเท่ากับ 3.13, 3.32, 3.01, 3.66 และ 4.42 ตามลำดับ ส่วนค่า CEP ของอินเดีย มีค่าเท่ากับ 0.16, 0.15, 0.16, 0.19 และ 0.25 ตามลำดับ) และจากการศึกษาดัชนีวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์สีในปี 2546 มีการกระจุกตัวในระดับสูง และ ในปี 2547- 2549 พบว่าแนวโน้มของการกระจุกตัวลดลงเนื่องจากส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตและตราสินค้ารายใหญ่มีการกระจายตัวไปยังผู้ผลิตและตราสินค้ารายอื่น ๆ ตลาดของการส่งออกสินค้าเครื่องรับโทรทัศน์สีของไทยซึ่งนอกจากจะมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าประเภทนี้ภายในประเทศแล้วยังต้องแข่งขันกับสินค้าเครื่องรับโทรทัศน์สีกับประเทศอื่น ๆ ด้วย ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตของไทยก็ต้องเผชิญกับปัญหาในด้านมาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Barriers) เช่น การใช้ภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด การกำหนดมาตรฐานสินค้า และแหล่งกำเนิดสินค้า เป็นต้น

ดังนั้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการจัดทำการศึกษาเปิดเสรีทางการค้าอย่างแท้จริง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมมือและปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิดเพื่อทำให้เกิดการขยายปริมาณการค้าและเพิ่มมูลค่าการส่งออกของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ และควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาทั้งในด้านเทคโนโลยีผลิตสินค้าและเพิ่มทักษะให้กับแรงงาน รวมทั้งรัฐควรมีนโยบายสนับสนุนในด้านการลงทุนและส่งเสริมสนับสนุนในภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยคำแนะนำและความช่วยเหลือจากอาจารย์ 2 ท่านคือ ดร. เอื้อมพร พิชัยสนธิ อาจารย์ที่ปรึกษาเฉพาะเรื่องและ ดร. เณศรา สุขพานิช กรรมการงานวิจัยเฉพาะเรื่อง ซึ่งกรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากเพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์มากที่สุด ผู้เขียนขอกราบขอบคุณในความกรุณาของอาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่จากองค์กรต่าง ๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากกรมเจรจาการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เจ้าหน้าที่สำนักสารสนเทศ กรมศุลกากร ที่เอื้อเพื่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้เขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสมบุญพงษ์ พุกกะเวส คุณสมจิตร และคุณวิชัย เตมียะวณิชย์ และคุณปิยรัตน์ ฑิฆะบุตร ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา และแนะนำแนวทางในการสืบค้นหาข้อมูลอันเป็นประโยชน์ใช้ประกอบการทำงานวิจัยครั้งนี้จนบรรลุผลสำเร็จ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้และให้คำปรึกษามาโดยตลอด และกราบขอบพระคุณคุณแม่และขอบคุณน้อง ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจและเป็นแรงบันดาลใจ ทำให้ผู้เขียนมีความพยายามที่จะต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการเศรษฐกิจศาสตร์ธุรกิจทุก ๆ ท่านที่ให้ความเอื้อเฟื้อและให้คำแนะนำแก่ข้าพเจ้า รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือกับผู้เขียนเสมอมา

จตุรภรณ์ เมฆงาม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)

บทที่

1. บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล.....	1
1.2 ข้อมูลประเทศอินเดีย.....	3
1.3 การจัดทำเขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย.....	19
1.4 ภาพรวมการค้าระหว่างไทย - อินเดีย.....	20
1.5 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	26
1.6 ขอบเขตของการศึกษา.....	26
1.7 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	26
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เนื้อหาของงานวิจัย.....	27
1.9 เนื้อหาของงานวิจัย.....	27
2. วรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.1 วรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงการเปิดเสรีทางการค้า.....	28
2.1.1 กลุ่มงานวิจัยที่วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไทย.....	28
2.1.2 กลุ่มวิจัยที่ศึกษาผลกระทบของโครงการการเปิดเสรีทางการค้า.....	30
2.2 สรุปวรรณกรรมปริทัศน์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเสรี ทางการค้าของไทย.....	33

3.	ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและวิธีการศึกษา.....	34
	3.1 ทฤษฎีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย(Oligopoly).....	34
	3.2 ทฤษฎีComparative Advantage.....	35
	3.3 ทฤษฎีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ.....	35
	3.4 การสร้างปริมาณการค้า (Trade creation).....	36
	3.5 การหันเหทิศทางการค้า (Trade Diversion).....	37
	3.6 สรุปแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	37
	3.7 วิธีการศึกษา.....	39
4.	วิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษา.....	44
	4.1 การวิเคราะห์โครงสร้างตลาด.....	44
	4.1.1 ลักษณะของผู้ผลิต.....	44
	4.1.2 ส่วนแบ่งการตลาด.....	45
	4.1.2.1 การวิเคราะห์ค่า Concentration Ratio (CR).....	48
	4.1.3 โครงสร้างต้นทุนการผลิต	50
	4.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน.....	54
	4.2.1 การนำเข้า-ส่งออกของเครื่องรับโทรทัศน์สีของไทย.....	54
	4.2.2 การวิเคราะห์โดยดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบอย่างเปิดเผย (Revealed Comparative Advantage Index) หรือ RCA	59
	4.2.3 วิเคราะห์โดยดัชนีความสามารถในการส่งออกเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Export Performance Index หรือ CEP).....	65
	4.2.4 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	69
	4.3 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องรับโทรทัศน์สีในไทย.....	81
	4.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดทำการค้าเสรี FTA ไทย-อินเดีย.....	82
	4.5 วิเคราะห์ผลกระทบของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย.....	84

5. บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	87
5.1 บทสรุปจากงานวิจัย.....	87
5.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	90
5.3 ปัญหาและอุปสรรคจากการทำงานวิจัย.....	91
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	92
5.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	92
 บรรณานุกรม.....	 93

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ส่วนประกอบและอุปกรณ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ที่ผลิตได้ภายในประเทศ ตามช่วงเวลา.....	13
1.2 รายชื่อผู้ผลิต เครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบของประเทศไทย.....	16
1.3 ตารางดุลการค้าระหว่างไทย กับ อินเดีย ระหว่างปี 2539 – 2549.....	21
1.4 ตารางเปรียบเทียบการนำเข้า – ส่งออกระหว่างไทย - โลก และไทย – อินเดีย ระหว่างปี 2546 – 2549.....	24
1.5 ตารางสถิติมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปยังประเทศอินเดีย ระหว่างปี 2546 -2549.....	25
4.1 ตารางส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศไทยระหว่างปี 2546 – 2549.....	46
4.2 ตารางค่า Concentration Ratio (CR) ของอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย ระหว่าง ปี 2546-2549.....	49
4.3 ตารางแสดงโครงสร้างชิ้นส่วนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์.....	53
4.4 โครงสร้างการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบของไทย: เครื่อง ระหว่างปี 2535-2544.....	56
4.5 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย ระหว่าง ปี 2531-2549.....	58
4.6 ตารางโครงสร้างสินค้าส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ ระหว่างปี 2544 – 2549.....	59
4.7 ตารางมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย ระหว่างปี 2544 – 2548.....	61
4.8 ตารางมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของอินเดีย ระหว่างปี 2544 – 2548.....	62
4.9 ตารางค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบอย่างเปิดเผย (RCA) ระหว่างไทย กับ อินเดีย ปี 2544 – 2548.....	63

4.10	ตารางค่า CEP ของไทยและอินเดีย ระหว่างปี 2544 – 2548.....	66
4.11	ตารางตลาดส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์สีของไทย ระหว่างปี 2544 – 2548.....	68
4.12	ตารางราคาเครื่องรับโทรทัศน์แต่ละตราสินค้า.....	77

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1	ดุลการค้าระหว่างไทย กับ อินเดีย ระหว่างปี 2539 – 254922
4.1	ส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศไทยระหว่างปี 2546 – 2549.....47
4.2	มูลค่าสินค้าส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์สี ระหว่างปี 2546 – 2549.....60
4.3	ค่า RCA ไทย และ RCA อินเดีย ระหว่างปี 2544 – 2548.....64
4.4	ค่า CEP ไทย และ CEP อินเดีย ระหว่างปี 2544 – 2548.....67