



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษา ศรีราชา

สาขา

คณะ

เรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทย
ไปยังออสเตรเลีย

An Analysis of Export Capability of Thailand's Passenger and Pick-Up Cars to Australia

นามผู้วิจัย นางสาวฐิติมา ทองสมัคร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เจริญพร้อม, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์, วท.ม.)

ประธานสาขาวิชา

(อาจารย์พิษณุวัฒน์ ทวีวัฒน์, D.A.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา วีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยัง
ออสเตรเลีย

An Analysis of Export Capability of Thailand's Passenger and Pick-Up Cars to Australia

โดย

นางสาวฐิติมา ทองสมัคร

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

พ.ศ. 2552

จิตติมา ทองสมัคร 2552: การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะ
ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษา ศรีราชา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เจริญพร้อม, Ph.D. 130 หน้า

การเติบโตแบบก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยปรากฏอย่างชัดเจน ในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจเป็นต้นมา เป็นผลจากกระแสการค้าเสรีของโลก และการเปิดเสรีอุตสาหกรรมตามข้อตกลงขององค์การระหว่างประเทศ กระทั่งทำให้รัฐบาลมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งในปัจจุบันตลาดส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น

การศึกษาในครั้งนี้ ทำการศึกษาถึงสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะขนาด 1 ตัน ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญต่อตลาดออสเตรเลีย ศึกษาอุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย

สัดส่วนในการผลิต การจำหน่ายภายในประเทศ และการส่งออก พบว่ารถกระบะขนาด 1 ตัน มีปริมาณสูงที่สุด เนื่องจากการที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ข้ามชาติต่างได้ขยายการลงทุนมาที่ประเทศไทย เพื่อเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถกระบะ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านทางมาตรการและนโยบายต่างๆ สำหรับการนำเข้ารถยนต์ของประเทศออสเตรเลีย ได้นำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศไทยเป็นอันดับที่ 3 และเป็นอันดับที่ 1 ในการนำเข้ารถกระบะจากประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกรถยนต์ โดยแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถกระบะไปยังออสเตรเลียสูงกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญ แต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง และจากการวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทย ก็คือ รายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลีย กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย จะเปลี่ยนแปลงไปตามรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียในทิศทางเดียวกัน สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทย พบว่า ประเทศไทยยังต้องการการวิจัยและพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และทรัพยากรมนุษย์โดยการมุ่งเน้นที่เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางมากขึ้น ดังนั้นภาครัฐและผู้ประกอบการ ควรสร้างความร่วมมือและเร่งพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย ให้เกิดความสมบูรณ์แบบยั่งยืน

Thitima Thongsamak 2009: An Analysis of Export Capability of Thailand's Passenger and Pick-Up Cars to Australia. Master of Economics (Business Economics),
Major Field: Business Economics. College of Graduate Studies at Si Racha.
Thesis Advisor: Associate Professor Somsak Priebprom, Ph.D. 130 pages.

The Advanced Automobile Industry of Thailand have been obviously appeared since economic crisis terminated, caused by popularity of Global Free Trade and Thailand's commitment to International Organization, till Thai government has the goal to become the regional center of vehicle production and export in Southeast-Asia region. At the present, main exporting markets of Thailand's automobile are Australia, Indonesia, Saudi Arabia and United Arab Emirates etc.

This study is to examine the general characteristics of Thailand's automobile industry, Comparative Advantage of passenger and 1-ton pick-up car of Thailand and competitor countries which influence in Australia market, analysis of Exporting demand of Thailand's automobile to Australia and factors which affect to Competitive Advantage of Thailand's automobile industry.

Proportion of automobile's production, domestic sales and export found that quantity of 1-ton pick-up are the highest due to Multi-National Corporation had expanded investment to Thailand in order to be regional center for pick-up's production and export with government encouragement through various measure and policy. Australia imports passenger cars from Thailand as No.3 and be as No.1 for importing of pick-up correspond to calculation of Revealed Comparative Advantage index (RCA). It indicates that Thailand have more comparative advantage in exporting pick-up than other competitor countries but have comparative disadvantage in exporting passenger car. Analysis of exporting demand of Thailand's automobile to Australia shows the most important factor in exporting both passenger and pick-up car is Australia Gross Domestic Product Per Capita. Changing of exporting automobile to Australia will direct-modify to Australia GDP Per Capita. Result of analysis of factors cause Competitive Advantage of Thailand's Automobile Industry point to research and develop both product and human resource by emphasizing advanced and specialized on production technology. The study suggests government sector and entrepreneur should provide more cooperation program and unhesitatingly develop potential of Thailand's automobile industry to be stability perfection.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รับกำลังใจอย่างเปี่ยมล้นจากบิดา มารดา น้องสาวและครอบครัว ที่คอยดูแล ให้ความหวังใจกันมาตลอด ขอกราบขอบพระคุณในการเป็นพลังให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.สมศักดิ์ เปรียบพร้อม ที่ให้โอกาส และคำปรึกษา ชี้แนะในทุกรายละเอียดและพร้อมที่จะรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นมาโดยตลอด รวมถึงคณะอาจารย์ทุกท่าน เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวกและประสานงานในทุกๆกรณี ขอขอบคุณบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ที่ทำให้เกิดการศึกษาในครั้งนี้ขึ้นมาได้ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่สนับสนุนข้อมูลสำหรับการศึกษา

ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และกำลังใจ ที่ห่วงใย และอยู่เคียงข้างกันเสมอมา

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงจากใจจริง

ฐิติมา ทองสมัคร

เมษายน 2552

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	26
บทที่ 3 โครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์	33
สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย	33
สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศออสเตรเลีย	65
การส่งออกรถยนต์ของประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดออสเตรเลียที่สำคัญ	71
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	79
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	79
การวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย	90
การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน	99

สารบัญ (ต่อ)**หน้า**

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	107
สรุป	107
ข้อเสนอแนะ	110
 เอกสารและสิ่งอ้างอิง	 112
 ภาคผนวก	 115

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่ง และรถกระบะของประเทศไทยระหว่างปี 2542 - 2550	3
2	ปริมาณการผลิต จำหน่ายในประเทศ การส่งออก ของวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2550	40
3	ปริมาณการผลิตรถยนต์ของไทยระหว่างปี 2534 – 2550	44
4	ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศของไทยระหว่างปี 2534 - 2550	46
5	การส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย	48
6	ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยจำแนกตามประเภท ในระหว่างปี 2542 – 2550	49
7	สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	50
8	สัดส่วนการส่งออกรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลและแก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	52
9	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย	54
10	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งของประเทศออสเตรเลียจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	66
12	สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้ารถกระบะของประเทศออสเตรเลียจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	68
13	สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	72
14	สัดส่วนการส่งออกรถกระบะของประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	73
15	สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเกาหลีใต้ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	75
16	สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเยอรมนีไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	76
17	สัดส่วนการส่งออกรถกระบะของประเทศเยอรมนีไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	77
18	สัดส่วนการส่งออกรถกระบะของประเทศสเปนไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	78
19	มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งและสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศคู่แข่งและมูลค่าการส่งออกของโลก	83
20	ค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งที่คำนวณได้	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	มูลค่าการส่งออกถดถอยและสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศคู่แข่งและมูลค่าการส่งออกของโลก	89
22	ค่า RCA ในการส่งออกถดถอยที่คำนวณได้	90
23	ปริมาณการผลิต จำหน่ายในประเทศ การส่งออก ของวัตถุดิบที่ใช้ใน อุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2550	107
ตารางผนวกที่		
1	ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกถดถอยที่ความจุกระบอบสูบ 1,501-3,000cc ของประเทศไทยไปยังตลาดโลก	116
2	ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกถดถอยเครื่องยนต์ดีเซลของ ประเทศไทยไปยังตลาดโลก	117
3	ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกถดถอยเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของ ประเทศไทยไปยังตลาดโลก	118
4	ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกถดถอยที่ขนาดความจุ กระบอบสูบ 1,501-3,000cc ของไทยไปยังออสเตรเลีย	119
5	ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกถดถอยเครื่องยนต์ดีเซลของ ไทยไปยังออสเตรเลีย	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
6	ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของไทยไปยังออสเตรเลีย	123
7	ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเครื่องยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501-3,000cc โดยเพิ่มปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลียต่อดอลลาร์สหรัฐ	125
8	ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเครื่องยนต์ดีเซลโดยเพิ่มปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลียต่อดอลลาร์สหรัฐ	126
9	ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเครื่องยนต์แก๊สโซลีนโดยเพิ่มปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลียต่อดอลลาร์สหรัฐ	127
10	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกเครื่องยนต์ต่อราคาส่งออกของไทย	128

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สัดส่วนการนำเข้ารถยนต์นั่งและรถกระบะของออสเตรเลีย จากประเทศต่างๆ	4
2	ระบบเพชรที่สมบูรณ์	32
3	ปริมาณการผลิต จำหน่ายในประเทศและส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย ในระหว่างปี 2538-2550	34
4	โครงสร้างกระบวนการผลิตรถยนต์ของไทย	36
5	ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยัง ออสเตรเลีย และมูลค่าในการส่งออก	53
6	ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ สถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ	103
7	ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ สถานะอุปสงค์ในประเทศ	104
8	ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	105
9	ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ	106

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญ และได้รับการส่งเสริมลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2504 ให้เป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า อีกทั้งยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านขนาดมูลค่าการผลิต การจ้างงาน การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี และมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอีกหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมพลาสติก เป็นต้น ซึ่งการผลิตรถยนต์จะมุ่งเน้นตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก และจากการที่ผู้ผลิตเริ่มมีความชำนาญในการผลิต มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาเทคโนโลยี สามารถทำการผลิตได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผสมผสานกับการที่รัฐบาลประกาศใช้นโยบายเปิดเสรีการลงทุนในกิจการประกอบรถยนต์ในปี 2537 เพื่อให้เกิดการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในอุตสาหกรรมให้มากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของภูมิภาคเอเชีย อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยจึงเริ่มมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จากปริมาณการผลิต 411,378 คันในปี 2537 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,286,768 คันในปี 2550 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 16 ต่อปี (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2551)

เนื่องด้วยที่ตั้งของประเทศไทยที่อยู่บริเวณกึ่งกลางการขนส่งของภูมิภาคเอเชีย ประกอบกับประเทศไทยมีตลาดภายในขนาดใหญ่จนสามารถพึ่งพาตลาดภายในประเทศได้ ดังนั้น เมื่อมีการเปิดเสรีจึงทำให้อุตสาหกรรมนี้ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศญี่ปุ่น เกาหลี สหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ ในกลุ่มยุโรปเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยมุ่งหวังจะให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก ตัวอย่างเช่น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีปริมาณการผลิตในปี 2542 ทั้งสิ้นจำนวน 35,195 คัน โดย 32,532 คันเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และ 2,663 คันเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก

และในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2546-2550 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการเพิ่มปริมาณการผลิตมากขึ้นอย่างรวดเร็ว คือในปี 2546 มีปริมาณการผลิตทั้งสิ้น 140,151 คัน เพิ่มขึ้นเป็น 501,397 คันในปี 2550 ซึ่งการเพิ่มปริมาณการผลิตอย่างรวดเร็วนี้เป็นผลมาจากการที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ได้ขยายการลงทุนมาสร้างโรงงานประกอบรถยนต์แห่งใหม่ในประเทศไทย ที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทราเมื่อปี 2549 ที่ผ่านมา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการรถยนต์ของผู้บริโภคทั่วโลก เนื่องจากโรงงานประกอบรถยนต์บ้านโพธิ์เป็นโรงประกอบรถกระบะเพื่อการส่งออกเพียงอย่างเดียว

แต่เมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี 2540-2541 ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้ต้องเข้าสู่ภาวะหดตัว ปริมาณการผลิตรถยนต์ทุกประเภทลดลงเหลือ 155,544 คันในปี 2541 และการจำหน่ายในประเทศก็ลดลงจากปี 2540 ถึงร้อยละ 60.33 แต่จะยังคงพบว่าด้านการส่งออกยังมีอัตราการขยายตัวที่ดีกว่า เนื่องด้วยการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศถูกปรับให้มาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น เพื่อทดแทนตลาดภายในประเทศที่หดตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจ ดังเช่นในปี 2540 มีการขยายตัวในการส่งออกรถยนต์ถึงร้อยละ 201.13 จากปี 2539 หลังวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงดังกล่าว เศรษฐกิจไทยได้รับการกระตุ้นดีขึ้นตามลำดับ อุตสาหกรรมรถยนต์จึงฟื้นตัวขึ้นมา โดยในปี 2542 มีปริมาณการผลิตรถยนต์ทุกประเภทของไทย 321,330 คัน ส่งออก 125,702 คัน และการผลิตได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,286,768 คัน ในปี 2550 เป็นการส่งออกจำนวน 690,100 คัน

ในการส่งออกรถยนต์นั่งปี 2550 พบว่า รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบน้อยกว่า 1,800 cc หรือรถยนต์นั่งขนาดเล็ก มีสัดส่วนในการส่งออกมากถึงร้อยละ 64.68 ของการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งหมด และรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบมากกว่า 2,400 cc และรถยนต์นั่งเอนกประสงค์ มีสัดส่วนการส่งออกเพียงร้อยละ 0.71 อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกรถยนต์นั่งในช่วงปี 2542 – 2550 มีค่าประมาณร้อยละ 52.71 ต่อปี ซึ่งปี 2544 มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 267.6 จากการส่งออกรถยนต์นั่งในปี 2543 สำหรับรถกระบะ หรือรถปิกอัพมีอัตราการขยายตัวในการส่งออกอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 29.94 ต่อปี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่ง และรถกระบะของประเทศไทยระหว่างปี 2542 – 2550

(หน่วย : คัน)

ปี	รถยนต์นั่ง				รถกระบะ
	< 1,800 cc	1,801 – 2,400 cc	> 2,400 + SUV	รวม	
2542	6,415	1,970	2,107	10,492	70,762
2543	13,457	1,620	616	15,693	134,437
2544	54,592	1,992	1,104	57,688	117,293
2545	43,151	1,538	419	45,108	139,030
2546	70,521	3,520	3,097	77,138	151,302
2547	91,493	8,851	3,319	103,663	201,580
2548	82,606	14,282	3,543	100,431	298,607
2549	99,591	21,044	2,711	123,346	377,489
2550	80,715	43,207	880	124,802	479,951
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	59.97	59.59	63.56	52.71	29.94

หมายเหตุ: SUV (Sport –Utility Vehicle) หมายความว่าถึง รถยนต์นั่งขับเคลื่อน 2 หรือ 4 ล้อ มีทั้งแบบ 3 และ 5 ประตู ประตูท้ายเปิดได้ ห้องโดยสารหลังประกอบสำเร็จจากโรงงานเป็นเนื้อเดียวกับห้องโดยสารหน้า นั่งได้ 5-7 ที่นั่ง ใช้เครื่องยนต์เบนซินหรือดีเซล

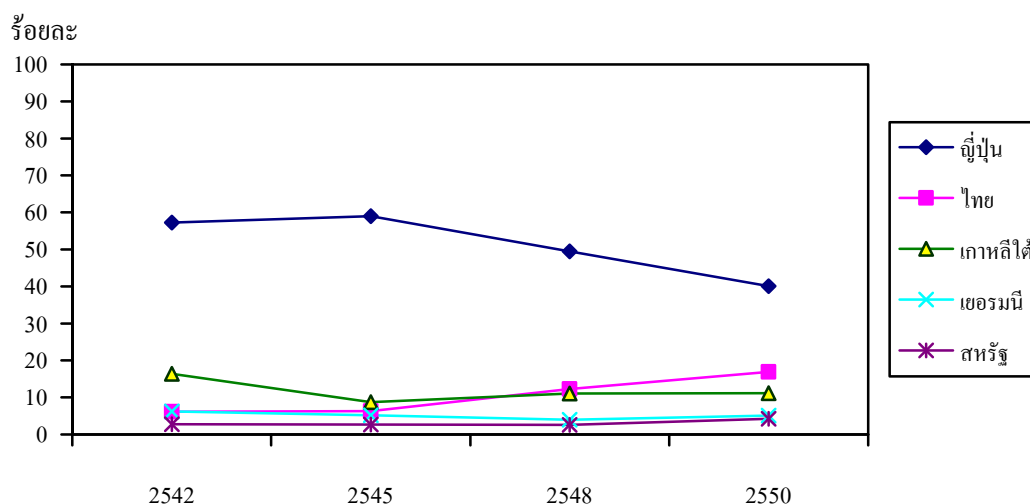
ที่มา: สถาบันยานยนต์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551) และจากการคำนวณ

แม้ว่าในช่วงปี 2540 ประเทศไทยจะประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจทำให้ตลาดรถยนต์ภายในประเทศหดตัว อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วตลาดการส่งออกรถยนต์มีการปรับตัวไปในทิศทางที่ดี เนื่องจากประเทศไทยได้เปรียบในการส่งออกอันเป็นผลมาจากการอ่อนตัวของค่าเงินบาท คืออัตราแลกเปลี่ยนเดือนมกราคม 2540 เท่ากับ 25.7118 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ได้เพิ่มขึ้นเป็น 45.2881 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในเดือนธันวาคม 2540 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551) และการส่งออกรถยนต์นั้นเป็นการส่งออกไปทั่วโลก ไม่ได้ส่งออกไปยังประเทศที่เศรษฐกิจตกต่ำเพียงอย่างเดียว จึงเป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้การส่งออกรถยนต์ไม่มียอดลดลงเหมือนการส่งออกสินค้าประเภทอื่นๆ โดยในปี 2540 ประเทศไทยมีมูลค่าในการส่งออกรถยนต์ และชิ้นส่วน 20,722.84 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2539 ร้อยละ 229.17

สถานการณ์การส่งออกรถยนต์ และชิ้นส่วนของประเทศไทยมีทิศทางที่ดีขึ้น เกิดการสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เห็นได้จากมูลค่าการส่งออกรถยนต์ในปี 2550 มีมูลค่าสูงถึง 439,111.77 ล้านบาท โดยประเทศในเอเชียเป็นตลาดที่นำเข้ารถยนต์ และชิ้นส่วนจากประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งมีมูลค่าถึง 195,021.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 46.9 ของมูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยทั้งหมด และตลาดที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง คือ ออสเตรเลีย

การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย – ออสเตรเลีย (TAFTA) ได้จัดทำความตกลงในปี 2547 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมกราคม 2548 เป็นต้นมา ออสเตรเลียมีสัดส่วนในการนำเข้ารถยนต์ และชิ้นส่วนจากประเทศไทยในปี 2536 เพียงร้อยละ 0.49 คิดเป็นมูลค่า 77.6 ล้านบาท ได้เพิ่มสัดส่วนการนำเข้าขึ้นเป็นร้อยละ 28.31 ด้วยมูลค่า 29,838.1 ล้านบาทในปี 2546 และเป็นร้อยละ 38.01 ในปี 2550 ด้วยมูลค่า 86,186.6 ล้านบาท ซึ่งออสเตรเลียมีการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนจากไทยคิดเป็นร้อยละ 42.89 ของการนำเข้าสินค้าจากไทยทั้งหมด

ในปี 2550 ประเทศคู่ค้าที่ออสเตรเลียนำเข้ารถยนต์นั่งและรถกระบะมากที่สุดได้แก่ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 40.03) ไทย (ร้อยละ 16.91) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 11.16) เยอรมนี (ร้อยละ 5.11) และสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 4.27) ตามลำดับ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สัดส่วนการนำเข้ารถยนต์นั่งและรถกระบะของออสเตรเลียจากประเทศต่างๆ

ที่มา: World Trade Atlas (2551) และจากการคำนวณ

ออสเตรเลียได้นำเข้ารถยนต์จากประเทศไทยรวมทั้งสิ้นจำนวน 154,314 คันในปี 2550 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ถึงร้อยละ 39.80 ออสเตรเลียนำเข้ารถกระบะหรือรถปิคอัพจากไทยเป็นอันดับที่ 1 มีมูลค่าการนำเข้า 896 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.94 ของปริมาณการนำเข้ารถกระบะทั้งหมดของประเทศออสเตรเลีย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.17 จากปี 2549 และมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สเปนและเยอรมนี ในขณะที่รถยนต์นั่ง ออสเตรเลียนำเข้าจากไทยเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.21 โดยมีประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเยอรมนี เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

จากรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าประเทศออสเตรเลียเป็นตลาดนำเข้ารถยนต์อุปกรณ์และชิ้นส่วนจากไทยที่สำคัญมากในปัจจุบัน และสิ่งที่เกี่ยวข้องกันมาคือการแข่งขันที่สูงของประเทศคู่แข่งในการส่งออกรถยนต์ ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพ และทิศทางการรักษาและเพิ่มส่วนครองตลาดในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย โดยทำการศึกษาด้านการผลิต การส่งออก บทบาทและนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย อีกทั้งวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย รวมไปถึงศึกษาสถานการณ์การส่งออกรถยนต์ของประเทศคู่แข่งแข่งขันที่สำคัญของไทยในการส่งออกรถยนต์ไปยังออสเตรเลีย ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออก เพื่อนำผลการศึกษาและวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ในการเสนอแนะมาตรการและนโยบายในการรักษาและเพิ่มส่วนครองตลาดรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยในตลาดออสเตรเลีย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การส่งออก และนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย และ การนำเข้าและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศออสเตรเลีย
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อถึงศักยภาพในการผลิต การส่งออกรถยนต์นั่ง รถกระบะของประเทศไทยอย่างจริงจัง สำหรับการก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันจะมีประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต การส่งออกรถยนต์ของภาครัฐ และเพื่อหาแนวทางในการรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้นของภาคเอกชน ภายหลังจากที่ได้ทราบผลการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของระยะเวลาในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาสถานะการผลิต การจำหน่ายในประเทศ และการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย เป็นข้อมูลสถิติรายปี โดยครอบคลุมตั้งแต่ปี 2534-2550 เพื่อให้สามารถเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง สำหรับข้อมูลการส่งออก หรือการนำเข้าของประเทศคู่แข่ง จะครอบคลุมตั้งแต่ปี 2542-2550

2. ขอบเขตของประเทศคู่แข่ง

การศึกษาความสามารถในการส่งออกรถยนต์ จะพิจารณาคำดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย โดยทำการศึกษาประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่มีบทบาทในการส่งออกรถยนต์ไปยังออสเตรเลีย ดังนี้

2.1 การส่งออกรถยนต์นั่ง (Passenger Car) ประเทศไทยมีการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังออสเตรเลียเป็นอันดับที่ 3 รองจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ และประเทศที่เป็นอันดับที่ 4 คือ เยอรมนี โดยรถยนต์นั่งที่จะศึกษาและวิเคราะห์จะครอบคลุมถึง

- รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1,500 cc
- รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบเกิน 1,501 – 3,000 cc
- รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบเกิน 3,000 cc รวมรถยนต์นั่งเอนกประสงค์

2.2 การส่งออกรถยนต์กระบะ 1 คัน หรือรถปิกอัพไปยังออสเตรเลีย ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 1 โดยมีประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญที่มีส่วนแบ่งตลาดรองลงมาจากประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สเปน และเยอรมนี โดยรถกระบะที่จะศึกษาและวิเคราะห์จะจำแนกตามชนิดของเครื่องยนต์คือ เครื่องยนต์ดีเซลและเครื่องยนต์แก๊สโซลีน ซึ่งครอบคลุมถึง

- รถกระบะ 1 คัน หมายถึง รถยนต์ที่มีที่นั่งด้านหน้าตอนเดียวสำหรับคนขับ และตอนหลังเป็น กระบะบรรทุกซึ่งเปิดโล่งจนถึงท้ายรถโดยไม่มีหลังคา

- รถยนต์นั่งที่มีกระบะ (Double Cab) หมายถึงรถยนต์นั่งที่สร้างบนโครงสร้างของรถยนต์กระบะ และส่วนท้ายที่เป็นกระบะบรรทุกซึ่งเปิดโล่งจนถึงท้ายรถโดยไม่มีหลังคา

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีระยะเวลาครอบคลุมระหว่างปีพ.ศ.2534 - 2550 เกี่ยวกับการผลิต การจำหน่าย การส่งออก รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยรวบรวมจากเอกสาร ข้อมูลทางสถิติ บทความและงานวิจัยต่างๆ ที่มีการจัดทำและรวบรวมไว้โดยหน่วยงานราชการและเอกชน ได้แก่ กรมการขนส่งทางบก กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สถาบันยานยนต์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ธนาคารแห่งประเทศไทย

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น และองค์การระหว่างประเทศ เช่น World Trade Organization(WTO) International Monetary Fund (IMF) รวมถึงการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เช่น World Trade Atlas

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษาที่กำหนดไว้ ได้แบ่งวิธีการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษาถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยและออสเตรเลีย จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ศึกษาสภาพโดยทั่วไปด้านการผลิต ผู้ประกอบการ การจำหน่าย การนำเข้า และการส่งออกของประเทศไทยและออสเตรเลีย โดยใช้วิธีการทางสถิติอย่างง่ายในรูปอัตราส่วน หรือร้อยละ และค่าเฉลี่ยในรูปตารางประกอบการอธิบาย

2. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะได้จากการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเยอรมนี สำหรับการส่งออกรถกระบะของประเทศไทย ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น สเปนและเยอรมนี โดยจะใช้ข้อมูลรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 – 2550 และในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย จะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ศึกษาโดยพิจารณาในแต่ละปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทย (ระบบเพชร) เพื่อให้ทราบว่าในแต่ละปัจจัยนั้นประเทศไทยมีศักยภาพเพียงใด

3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ และใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยใช้แบบจำลองที่อธิบายไว้ในกรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Theory of Comparative Advantage) เป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ว่าด้วยการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้น โดยมีแนวความคิดว่าประเทศ 2 ประเทศจะทำการค้าขายกันเมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเทียบกับผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่งโดยเน้นสภาพทางการค้าระบบเสรี ประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวคือ แรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ และแรงงานการผลิตในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตที่แตกต่างกัน แต่มีประสิทธิภาพเหมือนกันในประเทศเดียวกัน (เกษร จันทรภูธรรัตน์, 2528)

การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออก จะทำการพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ โดยหลักคือ การเปรียบเทียบส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งในการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นกับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวในการส่งออกรวมของโลก ซึ่งค่า RCA ที่คำนวณได้ คือค่าที่แสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง (Specialization) ของประเทศใดประเทศหนึ่งในสินค้าใดๆ สามารถวัดได้ทั้งจากอัตราการส่งออก-นำเข้าของประเทศนั้นเมื่อเทียบกับอัตราการส่งออก-นำเข้าของโลก ซึ่งได้อธิบายสมการในการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้

เกณฑ์ในการพิจารณา ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1 ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของ RCA ได้คือ

ถ้า $RCA > 1$ แสดงว่าประเทศนั้นมีความสามารถในการส่งออกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ในสินค้าชนิดนั้นมากกว่าโดยเปรียบเทียบ หรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดนั้น เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยรวม

ถ้า $RCA < 1$ แสดงว่าประเทศนั้นมีความสามารถในการส่งออกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะในสินค้าชนิดนั้นน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ หรือสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชนิดนั้นๆ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยรวม

นอกจากจะพิจารณาค่า RCA ของแต่ละประเทศแล้ว ยังมีการพิจารณาเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่ส่งออกไปยังตลาดเดียวกันด้วย กล่าวคือ ถ้าค่า RCA โดยเปรียบเทียบของประเทศผู้ส่งออกประเทศหนึ่งเทียบกับอีกประเทศหนึ่งแล้วมีค่าสูงกว่า ย่อมแสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าชนิดนั้นๆ ในตลาดโลก

การนำค่า RCA มาใช้นั้นมีข้อจำกัด ค่านี้จะเป็นดัชนีที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง แต่การคำนวณหาค่า RCA นั้นใช้ข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกเป็นหลัก จึงไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงลักษณะของโครงสร้าง ปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมสนับสนุน สภาวะอุปสงค์ อันเป็นบ่อเกิดของความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าชนิดนั้นเพื่อส่งออกได้ และสำหรับการศึกษาในครั้งนี้นั้น การคำนวณค่า RCA เป็นไปเพื่อทราบความได้เปรียบในการส่งออกอันดับของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกันไปยังตลาดโลก ไม่ได้เจาะจงเฉพาะตลาดออสเตรเลียซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักของไทย และข้อจำกัดอีกประการหนึ่งของการพิจารณาค่า RCA คือ ค่า RCA ที่คำนวณได้นั้น ไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มในอนาคต เพียงแต่บอกได้แค่ว่าในระยะเวลาที่ทำการคำนวณนั้น ประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือไม่

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่งๆ ที่ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น (กรราคร ปรีดาศักดิ์, 2548)

คำว่า “อุปสงค์” หรือ “ปริมาณซื้อ” ในที่นี้เป็นปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ ซึ่งเกิดจากการตัดสินใจหรือวางแผนการซื้อเอาไว้ล่วงหน้า โดยพิจารณาจากราคาสินค้านั้น ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องหรือราคาสินค้าชนิดเดียวกันแบรนด์อื่นๆ รายได้ของผู้บริโภค รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ ที่จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ

ความหมายของอุปสงค์ที่กล่าวถึงข้างต้นนี้ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เราเรียกอุปสงค์ชนิดนี้ว่า อุปสงค์ต่อราคา (price demand) ซึ่งเป็นการพิจารณาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับราคาของตัวมันเอง โดยกำหนดให้ปัจจัยที่กำหนดปริมาณซื้อตัวอื่นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือคงที่ในช่วงเวลาที่พิจารณาอยู่ หากเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค โดยกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่นๆ คงที่ ที่เรียกความสัมพันธ์นี้ว่า อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) และถ้าหากเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อของสินค้านั้นกับราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ก็เป็นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือเรียกสั้นๆ ว่า อุปสงค์ไขว้ (cross demand)

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ จากกฎของอุปสงค์ดังกล่าว หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น การที่ปริมาณซื้อแปรผกผันกับราคาสินค้านั้นเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

(1) ผลทางรายได้ (Income effect) คือการเปลี่ยนแปลงรายได้แท้จริง (real income) รายได้แท้จริงได้แก่ จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคได้รับ ตามกฎของอุปสงค์ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ด้วยรายได้ตัวเงิน (money income) คงเดิม ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง ในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น

(2) ผลทางการทดแทน (Substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง โดยที่ราคาสินค้าชนิดอื่นๆ ยังคงเดิม จะทำให้ราคาเปรียบเทียบหรือราคาสัมพัทธ์ (relative price) เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าชนิดที่ราคาต่ำลงแทนชนิดที่มีราคาสูงขึ้น

(3) กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility) ระบุว่าในขณะที่ใดขณะหนึ่งการบริโภคสินค้าหรือบริการที่เพิ่มขึ้นแต่ละหน่วย จะให้ความพอใจลดลงเรื่อยๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์

การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าใดๆ เป็นปริมาณมากน้อยเพียงใด ย่อมต้องพิจารณาราคาสินค้านั้น นอกจากนี้อาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อ เช่น รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น รายได้ของผู้บริโภค การคาดคะเนราคา ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ ของรัฐบาล เป็นต้น (เสาวลักษณ์ ปโกฏิประภา, 2548)

(1) ราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ (ยกเว้นราคาสินค้านั้น) เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงย่อมทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้านั้นจะลดลง และในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาสินค้านั้นลดลง ปริมาณความต้องการซื้อก็จะเพิ่มขึ้นตามกฎของอุปสงค์

(2) ปัจจัยอื่นๆ - การที่ปัจจัยอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของสินค้านั้นๆ ดังปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 รสนิยมผู้บริโภค – ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรี ภาพยนตร์ และเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ และน้ำอัดลม เป็นต้น รสนิยมเป็นสิ่งที่มีผลต่อธุรกิจการค้า

ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมหาศาลโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือมีเจตนาเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

2.2 รายได้ของผู้บริโภค – โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้สูงขึ้น ความต้องการสินค้าหรือบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูก และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

2.3 ราคาสินค้าทดแทนกัน - สินค้าประเภทเดียวกันที่มียี่ห้อที่ต่างกันหรือสินค้าที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานเหมือนกัน เรียกว่าเป็น สินค้าทดแทนกัน (Substitute) ซึ่งสินค้าประเภทนี้ ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งแพงขึ้น อุปสงค์ของสินค้าชนิดนี้ (ซึ่งใช้ทดแทนกัน) จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่มีราคาถูกกว่าโดยเปรียบเทียบแทนการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นโดยเปรียบเทียบ แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ย่อมทำให้อุปสงค์ของสินค้าที่ใช้ทดแทนสินค้าชนิดนั้นลดลง

2.4 การคาดคะเนราคา – อีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือการคาดคะเนราคาที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตอันใกล้ เช่น ผู้ซื้อรถยนต์อาจจะลดการซื้อรถยนต์คันใหม่ โดยรอไปซื้อในเดือนอื่น เนื่องจากผู้ซื้อรถยนต์คาดคะเนว่า บริษัทรถยนต์ต่างๆ ซึ่งจะนำรถยนต์มาออกงานมอเตอร์โชว์ต้องมีส่วนลดเงินสดให้ หรือมีโปรโมชั่นในรูปแบบอื่นๆ กรณีเช่นนี้ผู้ที่ซื้อรถยนต์คันใหม่ก็จะรอไปซื้อในช่วงเวลานั้นๆ

2.5 กฎระเบียบต่างๆ ของรัฐบาล – มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น ถ้ารัฐบาลมีการสนับสนุนหรือจูงใจให้ประชาชนใช้รถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า หรือไฮบริด โดยการลดภาษี ก็จะทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ที่ใช้พลังงานหรือไฮบริดเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลานั้น

2.6 ข่าวสารข้อมูล – เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ปัจจุบันทุกประเทศหันมาใส่ใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ก็จะทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ หรือไบโอดีเซล หรือรถไฮบริด มีมากขึ้น เป็นต้น

2.7 จำนวนประชากรและการกระจายรายได้ – ตามปกติเมื่อมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าหรือบริการจะเพิ่มตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ

ประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น สำหรับการกระจายรายได้ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งกระทบต่ออุปสงค์ เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนย่อมมีรสนิยมที่ต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงและผู้ที่มีรายได้ต่ำย่อมมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้าที่ต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาแพง เช่น ใช้นรถยนต์ยุโรป เป็นต้น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (กราฟ กราฟ ปรกติ, 2548)

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price elasticity of demand) หมายถึง ความอ่อนไหวในปริมาณความต้องการซื้อของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งชนิดใดที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ระดับของความอ่อนไหวนี้วัดได้จากอัตราการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อเมื่อเทียบกับอัตราของการเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ถ้าอัตราการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงในราคา แสดงว่าอุปสงค์นั้นมีความยืดหยุ่นต่อราคามาก (elastic demand) ทั้งนี้เพราะเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วก็จะตีความได้ว่า ราคาเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อยทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปมาก ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากอัตราการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงราคา แสดงว่าอุปสงค์นั้นมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic demand) เพราะแม้ว่าราคาจะลดลงมาก แต่ปริมาณซื้อกลับเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อย และถ้าพบว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อเท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงในราคา ก็เรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ (unit elastic demand) แต่ถ้าเมื่อใดก็ตามที่ราคาของสินค้านั้นได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว แต่ปริมาณซื้อยังคงเดิมโดยมิได้อ่อนไหวไปตามราคา เราเรียกว่าอุปสงค์ที่ไม่ยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์หรือไม่ยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) ในทางตรงกันข้าม หากราคาเปลี่ยนแปลงไปแม้เพียงน้อยนิด กลับส่งผลให้ปริมาณซื้อเป็นศูนย์ คือ ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้านั้นเลย แสดงว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์หรือมีความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elastic demand)

เนื่องจากแนวคิดในการวัดค่าความยืดหยุ่นของตัวแปรใดๆ แบ่งออกได้เป็น 2 แบบ ดังนี้

(1) การวัดค่าความยืดหยุ่นแบบช่วง (Arc elasticity) เป็นการวัดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาภายในช่วงใดช่วงหนึ่งบนเส้นอุปสงค์ หรือช่วงระหว่างระดับราคาหนึ่งกับอีกระดับราคาหนึ่ง นั่นคือ การหาว่าถ้าราคาเปลี่ยนแปลงภายในช่วงนี้แล้ว ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในอัตราเท่าใดเมื่อเทียบกับการเปลี่ยนแปลงในราคา ซึ่งการวัดค่าแบบช่วง

นิยามใช้วัดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในกรณีที่ราคาเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากหรือสังเกตได้ชัดเจน

(2) การวัดค่าความยืดหยุ่นแบบจุด (Point elasticity) เป็นการวัดระดับความอ่อนไหวของปริมาณซื้อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่งหรือที่จุดใดจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์สำหรับสินค้านั้น เป็นการพิจารณาว่าถ้าราคาเปลี่ยนแปลงไปจากระดับเดิมในอัตราหนึ่งแล้ว ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในอัตราเท่าใด การวัดความยืดหยุ่นแบบนี้นิยมใช้ในกรณีที่ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพียงเล็กน้อยจนไม่อาจสังเกตได้ชัดเจน

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้จะใช้การวัดค่าความยืดหยุ่นแบบช่วง เนื่องจากราคารถยนต์มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน และราคาที่น่าสนใจคือ ราคาส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย (ซึ่งมีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐ) จากแนวคิดในการวัดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income elasticity of demand) ในการศึกษานี้จะป็นรายได้ประชาชาติต่อประชากร (GDP Per Capita) ของประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงอาจส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น ในที่นี้จะป็นราคาส่งออกรถยนต์ของประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่ส่งออกไปยังออสเตรเลีย ดังนั้นราคาส่งออกของประเทศอื่นๆ ย่อมมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อรถยนต์จากประเทศไทย ความอ่อนไหวของปริมาณความต้องการซื้อสำหรับรถยนต์ของประเทศไทยที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศอื่นๆ นี้เรียกว่า “ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น” หรือเรียกว่า ความยืดหยุ่นไขว้ (cross elasticity of demand)

ความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ควรมีค่าเป็นบวก หมายความว่า หากราคาส่งออกรถยนต์ของประเทศคู่แข่งที่สำคัญเพิ่มขึ้น ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของไทยก็ควรเพิ่มขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันนั่นเอง

แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ตามแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน(Competitive Advantage) ของ Michael E. Porter เป็นแนวคิดที่บอกว่า บริษัทใดบริษัทหนึ่งในอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศหรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมกับข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัทนั้น แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริมหรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัท บริษัทนั้นก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศหรือสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นในตลาดโลก ดังนั้นจึงได้มีการพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศและสัมพันธภาพระหว่างปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันทั้งสี่ตามระบบเพชร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย สภาพะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ สภาพะอุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท รวมถึงการพิจารณาเหตุสุดวิสัยที่อาจเกิดขึ้นจนส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันและนโยบาย มาตรการต่างๆ ของรัฐบาลที่จะส่งเสริม ผลักดันให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันขึ้นได้ (สุลักษณ์ เลาจเวชกุล, 2542)

1. สภาพะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตถูกจัดลำดับออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง และปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

ปัจจัยการผลิตพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง

ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานที่ไม่ชำนาญ แรงงานกึ่งชำนาญ และทุนประเภทหนี้ ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนาไม่มากนัก โดยปัจจัยพื้นฐานจะเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน คือปัจจัยพื้นฐานหลายอย่างสามารถทดแทนได้ด้วยปัจจัยอื่นๆ ในประเทศหรือปัจจัยเดียวกันในต่างประเทศ ถึงแม้จะไม่มีปัจจัยพื้นฐานนั้นในประเทศหรือไม่สามารถหาสิ่งทดแทนปัจจัยพื้นฐานในประเทศได้ บริษัทก็

สามารถเสริมสร้างข้อได้เปรียบโดยใช้กลยุทธ์ระดับโลกด้วยการเข้าไปซื้อหรือไปตั้งสาขาในประเทศอื่นที่มีข้อได้เปรียบในด้านนี้ได้

ปัจจัยขั้นสูง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาในระดับสูง และสถาบันวิจัยต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนามากพอสมควร และมีความสำคัญมากในการเสริมสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน ปัจจัยขั้นสูงหาได้ยาก การพัฒนาต้องใช้เงินทุนสูง ใช้ระยะเวลาสะสมนาน และไม่สามารถหาทดแทนได้ในต่างประเทศ หรือการเข้าไปซื้อหรือตั้งสาขาในต่างประเทศ

ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุนประเภทหนี้และบุคลากรที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด โดยปัจจัยเหล่านี้มักเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นต่ำ

ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาเฉพาะทางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับจุดมุ่งหมายพิเศษเฉพาะทางและวิทยาการความรู้ขั้นสูงเฉพาะทาง ปัจจัยเฉพาะทางเหล่านี้มักจะพัฒนามาจากปัจจัยทั่วไป โดยปัจจัยเฉพาะทางจะเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นสูง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยขั้นสูงและปัจจัยเฉพาะทางเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไปและปัจจัยพื้นฐาน ดังนั้นในการพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศและของบริษัทมีความจำเป็นต้องยกระดับปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยทั่วไปไปสู่ปัจจัยขั้นสูงและปัจจัยเฉพาะทางให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ จากความเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตพื้นฐานและต้องพัฒนาปัจจัยการผลิตอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ประเทศจะสามารถยกระดับและเพิ่มความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้สูงขึ้นได้

2. สภาพอุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

อุปสงค์ในประเทศมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัท โดยประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ของประเทศให้รูปแบบความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนหรือเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น รวมทั้งการที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้บริษัทต่างๆ ในประเทศพัฒนานวัตกรรมเร็วกว่าประเทศอื่นๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมนั้น ดังนั้นจะเห็นว่าลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกันจะก่อให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างประเทศในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้ การส่งออกหรือตลาดต่างประเทศอาจจะมีผลให้อุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญลดลง แต่อุปสงค์ในประเทศมีผลต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศมากกว่าอุปสงค์ในต่างประเทศหลายๆ ประเทศรวมกัน เพราะบริษัทเข้าใจในความต้องการของผู้ซื้อในประเทศมากกว่า สำหรับลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

2.1 ขนาดของตลาด ถ้าตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่ จะแสดงถึงตลาดในประเทศนั้นสามารถรองรับการผลิตได้มาก สร้างโอกาสที่จะลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยหรือเกิดการประหยัดต่อขนาดได้จากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of scale) จากการที่ผลิตสินค้าเพื่อขายในประเทศได้จนเกิดความชำนาญ เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตให้ดีขึ้น สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.2 ผู้ซื้อที่จริงจัง สำหรับ “ผู้ซื้อ” ในที่นี้หมายความรวมถึง ผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย และผู้ซื้อที่เป็นองค์กรหรือบริษัทต่างๆ โดยผู้ซื้อเหล่านี้จะมีส่วนในการเสริมสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ ถ้าผู้ซื้อในประเทศจริงจังในการซื้อสินค้าและบริการแล้ว จะมีการตั้งมาตรฐานในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไว้สูง ซึ่งเป็นแรงกดดันให้บริษัทเกิดการพัฒนาส่งผลให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรม

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ถ้าอุปสงค์นั้นเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น แล้วจึงกลายเป็นอุปสงค์สากลในประเทศต่างๆ ภายหลัง แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าอุปสงค์ในประเทศ

ตอบสนองต่ออุปสงค์สากลล่าช้า ย่อมส่งผลทำให้ประเทศนั้นเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นได้

2.4 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจมีหลายตลาด บางตลาดอาจมีลักษณะอุปสงค์ที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก ซึ่งถ้าตลาดนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันนี้ในประเทศอื่น จะส่งผลให้บริษัทสามารถมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดนี้ได้ แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าตลาดนั้นมีความสำคัญในอุตสาหกรรมต่ำกว่าตลาดส่วนเดียวกันนี้ในประเทศอื่นๆ ประเทศจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นได้

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Support and Related Industries)

การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ย่อมมีผลให้อุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนนั้นมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เกิดขึ้น เกิดขึ้นเนื่องจาก

3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศ ในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด

3.2 ความร่วมมือระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร ซึ่งความร่วมมือกันนี้จะเกิดขึ้นอย่างจริงจังถ้าบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้ใช้ต่างก็มีบริษัทแม่อยู่ในประเทศเดียวกัน มีกิจกรรมสำคัญและมีผู้บริหารอยู่ในประเทศเดียวกัน ย่อมเกิดความร่วมมือกันอย่างจริงจัง

3.3 มีการร่วมมือกันในด้านกระบวนการพัฒนานวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ ผู้ขายวัตถุดิบช่วยให้บริษัทมองเห็นถึงวิธีใหม่ โอกาสใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ความคิดใหม่ นวัตกรรมใหม่ของผู้ขายวัตถุดิบ เมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหา แลกเปลี่ยนความคิดการวิจัยและพัฒนา

ระหว่างกัน ย่อมเกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องต่างๆ ให้เกิดเร็วขึ้น

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่างๆ ที่บริษัทสามารถประสานบางกิจกรรมร่วมกันหรือใช้กิจกรรมร่วมกัน หรือหมายถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีสินค้าเสริมกัน เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด ดังนั้นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีบริษัทแม่อยู่ใกล้กันและมีวัฒนธรรมเดียวกัน มีการร่วมมืออย่างจริงจังตลอดเวลา พัฒนานวัตกรรมและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่อยู่ในประเทศเดียวกันก็เป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่ มุมมองใหม่ในการแข่งขันเข้ามาในอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ เพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกันนั้นให้เพิ่มมากขึ้น

4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท (Company Strategy Structure and Rivalry)

ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันปัจจัยสุดท้ายในระบบเพชร ได้แก่ กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท ถ้าตัวกำหนดนี้ในประเทศใดมีการกำหนดให้สอดคล้องกับข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมใดในประเทศนั้น จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นได้

4.1 กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทในประเทศ วัฒนธรรมของประเทศย่อมมีผลกระทบต่อการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทในแต่ละประเทศ ดังนั้นการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทจึงแตกต่างกัน ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะต้องเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างการบริหารให้สอดคล้องกับระบบการจัดการที่สะท้อนถึงลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น

4.2 สภาพการแข่งขันในประเทศ เป็นสถานะการแข่งขันในประเทศ ทั้งในด้านราคาและด้านอื่นๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในระบบเพชรที่มีความสำคัญ ถ้าประเทศมีการแข่งขันรุนแรงจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนา สร้างนวัตกรรม ปรับปรุงกลยุทธ์ในการผลิตให้มีต้นทุนต่ำ คุณภาพสูง และเป็นแรงกดดันให้มีการขยายตลาดส่งออก เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสามารถแข่งขันในต่างประเทศได้ การแข่งขันภายในประเทศจะมีประโยชน์มากขึ้นถ้าผู้

แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันกระจุกตัวในบริเวณเดียวกัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จากข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับ ส่งผลให้อุตสาหกรรมก้าวหน้าไปเร็วกว่า

จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นปัจจัยภายในอุตสาหกรรมที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีอีก 2 ปัจจัยที่มีบทบาทต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศซึ่งได้แก่ เหตุสุตวิสัย และ รัฐบาล

5. เหตุสุตวิสัย

เหตุสุตวิสัย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรม เช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด การเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน การเพิ่มสูงขึ้นอย่างกะทันหันของอุปสงค์ สภาวะสงคราม เป็นต้น เหตุสุตวิสัยนี้จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมในระบบเพชร มีผลให้ผู้ที่เคยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขันนั้นไป

6. รัฐบาล

รัฐบาลเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันต่างๆ ทั้ง 4 ข้างต้น โดยรัฐสามารถให้การส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างข้อได้เปรียบของด้านการแข่งขันของประเทศได้ โดยกระทำการดำเนินการนโยบายต่างๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมนั้น เช่น ถ้ารัฐมีนโยบายในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้สิทธิพิเศษต่างๆ ย่อมส่งผลให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนต่ำ แล้วก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ในที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พันธุ์รียา บรรจงชีพ (2538) ศึกษาเรื่องมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้แนวคิดทางทฤษฎี Local Contest อธิบายผลกระทบการยกเลิกการใช้มาตรการที่มีต่อผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยวัดอัตราการคุ้มครองตามราคาที่เกิดขึ้นจริง (Realized Nominal Rate of Protection : Realized NRP) และ

อัตราการคุ้มครองชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ (Implicit Tariff) พบว่า การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีนำเข้าและการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปริมาณการใช้ชิ้นส่วนในประเทศเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าหรือเพิ่มสัดส่วนในประเทศจะทำให้ปริมาณการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเพิ่มขึ้น มีผลทำให้ต้นทุนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาชิ้นส่วนในประเทศสูงกว่าการนำเข้า อัตราการคุ้มครองตามราคาที่แท้จริงและอัตราการคุ้มครองชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศของชุดตัวอย่าง พบว่า อัตราการคุ้มครองตามราคาที่แท้จริง เท่ากับร้อยละ 14.08 แสดงว่า ไม่มีศักยภาพในการแข่งขัน แต่เนื่องจากมาตรการการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศและเก็บภาษีนำเข้าชิ้นส่วน ทำให้มีอัตราการคุ้มครองชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศเป็นร้อยละ -4.93 แสดงว่า ทั้งมาตรการภาษีและมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของชิ้นส่วนให้สูงขึ้น

รัชนี วิวัฒนอินยัง (2539) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย และปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยตั้งแต่ปีพ.ศ.2518-2533 มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยขาดการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ยกเว้นอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต เพราะการผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยมีการประหยัดต่อขนาดทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลมีการให้การสนับสนุนการใช้รถยนต์เพื่อการพาณิชย์มากกว่ารถยนต์นั่ง ปัจจัยที่สนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้แก่ การประหยัดจากขนาด อันเนื่องจากการเพิ่มกำลังการผลิต การขยายการลงทุน ทั้งนี้รถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการประหยัดต่อขนาดมากกว่ารถยนต์นั่ง ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ในปัจจุบัน สามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสามารถทดแทนชิ้นส่วนนำเข้าบางชนิดที่มีการปรับราคาสูงขึ้นตามค่าเงินเยน เกิดการประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นได้ นโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์ทั้งในส่วนของการลดภาษีนำเข้าชิ้นส่วน การให้การส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก อันจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตต่ำลงได้ ประกอบกับขนาดตลาดรถยนต์ในประเทศจัดได้ว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียนและตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่สองของโลก ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อให้บริษัทข้ามชาติหลายบริษัทย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อเป็นฐานการผลิตในการส่งออกในอนาคต ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ ได้แก่ อุตสาหกรรมสนับสนุนระดับเทคโนโลยีการออกแบบและงาน

โลหะต่างๆ ของไทย มีการพัฒนาค่อนข้างช้า ทักษะของแรงงานยังมีการขาดแคลนบุคลากรประเภทวิศวกร และช่างเทคนิค การเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยยังคงต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เพื่อการสร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมและเพิ่มความสามารถในการที่จะแข่งขันกับต่างประเทศในอนาคต

สุระ ประยูรวงศ์ (2539) ทำการศึกษามาตรการและนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยภายใต้ภาวะการเปิดเสรีทางการค้า โดยทำการศึกษาศักยภาพการขยายตัวของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่ง วิเคราะห์สภาวะและแนวโน้มของอุตสาหกรรม และวิเคราะห์อัตราคุ้มครองที่แท้จริงเปรียบเทียบรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ภายใต้ผลกระทบของข้อตกลงระหว่างประเทศของกลุ่มการค้าเสรีอาเซียนและข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดภาษีศุลกากรและการค้า พบว่า อุตสาหกรรมรถยนต์มีการเติบโตขยายตัวอย่างมีศักยภาพ ตลาดมีภาวะชะลอตัวขึ้นลงตามภาวะเศรษฐกิจ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ยังครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในตลาดอุตสาหกรรมขึ้นส่วนประกอบรถยนต์แปรผันตามภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ อัตราการคุ้มครองในปัจจุบันของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งต่ำกว่ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และอัตราภาษีที่จะทำให้อุตสาหกรรมดำเนินอยู่ได้สำหรับรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เป็นร้อยละ 40 และ 30 ตามลำดับ ค่าอัตราความคุ้มครองของรถยนต์นั่งเมื่อต้องลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป ลดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนถอดแยกชุด และลดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศพร้อมๆ กัน เท่ากับร้อยละ 297.81 204.28 115.46 และ 38.40 ตามลำดับ ขณะที่ค่าอัตราความคุ้มครองของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ เมื่อต้องลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป ลดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนถอดแยกชุด และเพิ่มส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศพร้อมๆ กัน เท่ากับร้อยละ 388.91 311.41 237.41 และ 154.41 ตามลำดับ และเมื่อเปิดเสรีมากขึ้น รถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะมีความพร้อมและมีศักยภาพที่จะดำรงอยู่และแข่งขันกับต่างประเทศได้มากกว่ารถยนต์นั่ง โดยเฉพาะข้อได้เปรียบของอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ชัยยศ จิรพฤกษ์ภิญโญ (2540) ศึกษาเรื่องบทบาทและการปรับตัวของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนไทยในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน โดยใช้ข้อมูลทุกปี พ.ศ. 2504 – 2540 พบว่า มีปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถและสภาพอนาคตของอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน คือ การส่งออกต้องอาศัยและขึ้นต่อนโยบายแผนการส่งออกของบรรษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติ ซึ่งคาดหวังตลาดภายในประเทศก่อนที่จะขยายสู่ตลาดส่งออก เนื่องจากได้ผลตอบแทนต่อหน่วยดีกว่า ขณะเดียวกันประเทศกำลังพัฒนาต่างเปิดรับการลงทุนในอุตสาหกรรมและมีนโยบายพัฒนา

อุตสาหกรรมประสานกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้กำลังการผลิตยนต์โดยรวมของโลกมีมากขึ้นความต้องการบริโภคและการส่งออกของประเทศในภูมิภาคหนึ่งๆ โอกาสการส่งออกจึงขึ้นอยู่กับขึ้นส่วนยานยนต์มากกว่ารถยนต์สำเร็จรูป โดยที่ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันเป็นตัวกำหนดการส่งออก ผลการศึกษาที่พบต่อมาก็คือ ภาครัฐมีแนวนโยบายที่มุ่งเน้นครอบคลุมอุตสาหกรรมโดยรวม มุ่งใช้กลไกราคาสนับสนุนการค้าการแข่งขันเสรี ขณะที่นโยบายเฉพาะเพื่อพัฒนาภาคธุรกิจเอกชนขาดประสิทธิภาพในการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และประสิทธิภาพแรงงาน สำหรับการพัฒนาภาคธุรกิจเอกชนโดยเฉพาะกิจการทุนภายในประเทศและการพัฒนาด้านการส่งออก การเน้นบทบาทรัฐผ่านกลไกราคา ผลการเปลี่ยนแปลงด้านการยกระดับความสามารถในการผลิต เทคโนโลยี และความสามารถในการส่งออกสู่ตลาดโลกอาจเกิดขึ้นได้ล่าช้าหรือโดยยาก ภาครัฐต้องมีการปรับบทบาทเพื่อลดข้อบกพร่อง ข้อจำกัดในนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมเพิ่มกลไกเพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งยังจำเป็นต้องปฏิรูปหน่วยราชการให้มีเอกภาพในการทำงาน มีกลไกตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานเพื่อลดปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ

อาภรณ์ เจริญประกิจกุล (2544) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกยานยนต์ของประเทศไทย โดยศึกษาถึงสภาพทั่วไปของการผลิต การส่งออก รถยนต์ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย ตลอดจนความสัมพันธ์ของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านการผลิตและการส่งออกยานยนต์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านการผลิต ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (DRC) พบว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยานยนต์ ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้มีความได้เปรียบ ส่วนการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านการส่งออก โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการวิเคราะห์พบว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลกและตลาดสิงคโปร์ ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในตลาดดังกล่าว ส่วนการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลก ตลาดโปรตุเกส และตลาดเยอรมัน ในขณะที่ประเทศเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเฉพาะในตลาดโปรตุเกส เท่านั้น แต่ไม่มีความได้เปรียบในตลาดโลกและตลาดเยอรมัน

กุลธิรา ชมเชย (2546) ทำการวิเคราะห์อุปสงค์และรายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยทำการวิเคราะห์ดัชนีรายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยและของประเทศคู่แข่งสำคัญ คือ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เพื่อพิจารณาถึงรายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปแหล่งตลาดเดียวกัน และใช้แบบจำลองการกะประมาณค่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ โดยมีตัวแปรอิสระประกอบไปด้วย ราคานำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากไทย รายได้ประชาชาติ ซึ่งศึกษาทั้งหมด 8 ประเทศคู่ค้าสำคัญในการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ของไทย พร้อมทั้งหาค่าความยืดหยุ่น

มยุรัตน์ ศุภสิทธิ์ (2546) ได้วิเคราะห์รายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและรายได้เปรียบเชิงแข่งขันของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่งของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยและมาเลเซีย พบว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะร่วมทุนกับต่างประเทศเข้ามาทำการผลิต ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีโครงการรถยนต์แห่งชาติเป็นแกนนำในอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายส่งออกและนำเข้ารถยนต์ของประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ขณะที่ประเทศมาเลเซียเป็นรถยนต์นั่ง รายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลกในช่วงปีพ.ศ.2535-2544 พบว่า ประเทศมาเลเซียไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ทั้งสองประเภท ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ แต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่า ประเทศไทยและมาเลเซียมีความอุดมสมบูรณ์ในวัตถุดิบซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยทั่วไป อุปสงค์รถยนต์ภายในประเทศของไทยมีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มการขยายตัวมากกว่าประเทศมาเลเซีย ผู้บริโภคทั้งสองประเทศมีความต้องการในสินค้าคุณภาพสูง สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยและมาเลเซียมีการแข่งขันสูง ดังนั้น สำหรับรายได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยโดยรวมจึงมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันดีกว่าประเทศมาเลเซีย

แนวคิดของการศึกษาในครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาของ คุณสุระ ประยูรวงศ์ ซึ่งผลการศึกษได้แสดงให้เห็นถึงสภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยและการเสนอแนะแนวทางการผลิตเพื่อส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ การศึกษาครั้งนี้จะแตกต่างจาก

การศึกษาของ คุณพันธุ์ยา บรรจงชีพ ซึ่งมุ่งศึกษาเพื่อพิจารณาอัตราความคุ้มครองที่แท้จริง อัตราความคุ้มครองตามราคา และอัตราความคุ้มครองขั้นต่ำที่ผลิตในประเทศของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย อันแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการผลิตและแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากผลของนโยบายภาครัฐการศึกษาของ คุณรัชณี วีรพัฒน์ยิ่งยง คุณชัยศ จิรพฤษภัญญ์ คุณอาภรณ์ เติร์มประกิจกุล และคุณมยุรัตน์ ศุภสิทธิ์ ซึ่งทั้ง 4 ท่านได้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมรถยนต์ ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านการผลิตมากกว่าด้านการส่งออก และรวบรวมกับการศึกษาของคุณกุลธิดา ชมเชย ซึ่งได้วิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของเฟอร์นิเจอร์ไทย จากการตรวจเอกสารจึงสนใจศึกษาการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการผลิตและส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้จะใช้กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และอุปสงค์การส่งออกของรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทย และเชิงพรรณนาสำหรับการหาสัมพันธภาพระหว่างปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

สำหรับการคำนวณค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อทราบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ไปยังตลาดโลกเท่านั้น ไม่ได้เจาะจงเฉพาะตลาดใดตลาดหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง และรถกระบะ ตั้งแต่ปี 2541 – 2550

การคำนวณค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง

$$RCA_{PC} = \frac{(X_j^{PC} / X_j)}{(W_{PC} / W)}$$

กำหนดให้ RCA_{PC} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

X_j^{PC} / X_j = อัตราส่วนมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศ j ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ j

W_{PC} / W = อัตราส่วนมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของโลกต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

j = 1 คือ ประเทศไทย

j = 2 คือ ญี่ปุ่น

j = 3 คือ เกาหลีใต้

j = 4 คือ เยอรมนี

การคำนวณค่า RCA ในการส่งออกกระบะ

$$RCA_{Pick-Up} = \frac{(X_j^{Pick-Up} / X_j)}{(W_{Pick-Up} / W)}$$

กำหนดให้ $RCA_{Pick-Up}$ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระบะของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

$X_j^{Pick-Up} / X_j$ = อัตราส่วนมูลค่าการส่งออกกระบะของประเทศ j ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ j

$W_{Pick-Up} / W$ = อัตราส่วนมูลค่าการส่งออกกระบะของโลกต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

j = 1 คือ ประเทศไทย

j = 2 คือ ญี่ปุ่น

j = 3 คือ สเปน

j = 4 คือ เยอรมนี

ในการพิจารณาค่า RCA ที่คำนวณได้นั้น ค่า RCA ที่คำนวณได้อาจมีค่ามากกว่า น้อยกว่า หรือเท่ากับ 1 ซึ่งถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก และถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ค่า RCA ที่คำนวณได้อาจมีค่าแตกต่างกันไป ทั้งนี้เป็นผลมาจากที่แต่ละประเทศมีสัดส่วนการส่งออกรถยนต์ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดไม่เท่ากัน และถ้าประเทศมีสัดส่วนการส่งออกรถยนต์ต่อสินค้าทั้งหมดสูง ค่า RCA ก็จะมีค่าสูงด้วย ซึ่งเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่ไม่สามารถบอกได้ว่าประเทศมีศักยภาพในการส่งออกรถยนต์สูงกว่าประเทศอื่นด้วยหรือไม่

การวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

การวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 จนถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 รวมทั้งสิ้น 40 ข้อมูล โดยใช้การคำนวณทางเศรษฐมิติด้วยวิธี Linear Regression และได้แยกการวิเคราะห์ระหว่างการส่งออกรถยนต์นั่งและการส่งออกกระบะของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

สมการอุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

เนื่องจากปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ขนาดเครื่องยนต์ที่มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุด คือ รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000 cc โดยมีสัดส่วนการส่งออกโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 เป็นร้อยละ 77.46 ต่อปี จึงทำการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกในรถยนต์นั่งเฉพาะรุ่น ดังสมการ

$$ED_{PC1,501-3,000} = f(P_{Thai}, P_{Japan}, P_{Germany}, P_{SouthKorea}, Exc, GDP_{PerCapita})$$

กำหนดให้

$ED_{PC1,501-3,000}$ คือ ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000cc ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย (คัน)

P_{Thai} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000cc ของไทยไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)

- P_{Japan} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000cc ของญี่ปุ่นไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- $P_{Germany}$ คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000cc ของเยอรมนีไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- $P_{South Korea}$ คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000cc ของเกาหลีใต้ไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- Exc คือ อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ)
- $GDP_{Per capita}$ คือ รายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากรของออสเตรเลียเฉลี่ยรายไตรมาส (ดอลลาร์สหรัฐ)

สมการอุปสงค์การส่งออกกระบะของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

ในการศึกษาอุปสงค์การส่งออกกระบะของประเทศไทยจะจำแนกตามประเภทของเครื่องยนต์ โดยแบ่งเป็นเครื่องยนต์ดีเซล และเครื่องยนต์แก๊สโซลีน ดังสมการต่อไปนี้

$$ED_{Diesel} = f(P_{Thai}, P_{Japan}, P_{Spain}, P_{Germany}, Exc, GDP_{Per capita})$$

กำหนดให้

- ED_{Diesel} คือ ปริมาณการส่งออกกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย (คัน)
- P_{Thai} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซลของไทยไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- P_{Japan} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซลของญี่ปุ่นไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- P_{Spain} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซลของสเปนไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- $P_{Germany}$ คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซลของเยอรมนีไปยังออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)
- Exc คือ อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ)

$GDP_{Per capita}$ คือ รายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากรของออสเตรเลียเฉลี่ยรายไตรมาส
(ดอลลาร์สหรัฐ)

และ $ED_{Gasoline} = f(P_{Thai}, P_{Japan}, P_{Spain}, P_{Germany}, Exc, GDP_{Per capita})$

กำหนดให้

$ED_{Gasoline}$ คือ ปริมาณการส่งออกรถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยัง
ออสเตรเลีย (คัน)

P_{Thai} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยัง
ออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)

P_{Japan} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของญี่ปุ่นไปยัง
ออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)

P_{Spain} คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของสเปนไปยัง
ออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)

$P_{Germany}$ คือ ราคาส่งออก (Unit Price) รถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของเยอรมนีไปยัง
ออสเตรเลีย (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 1 คัน)

Exc คือ อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ)

$GDP_{Per capita}$ คือ รายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากรของออสเตรเลียเฉลี่ยรายไตรมาส
(ดอลลาร์สหรัฐ)

โดยมีสมมติฐานของผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย คือ

(1) การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของรถยนต์ของประเทศไทย คาดว่ามีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออกรถยนต์ กล่าวคือ ถ้าราคาลดลง อุปสงค์ในการส่งออกจะสูงขึ้น และถ้าราคาเพิ่มขึ้น อุปสงค์ในการส่งออกก็จะลดลง ทั้งนี้ สามารถคาดได้ว่าจากสมการจะได้ความสัมพันธ์ที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงราคา โดยที่ตัวแปรอิสระอื่นๆ คงที่ ดังนี้

$$\frac{\partial ED}{\partial P_{Thai}} < 0$$

(2) การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศไทยคู่แข่ง คาดว่าจะมีผลในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกของประเทศไทย คือ ถ้าราคาส่งออกของประเทศไทยคู่แข่งใดๆ สูงขึ้น ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยก็จะสูงขึ้น หรือถ้าราคาส่งออกของประเทศไทยคู่แข่งลดลง อุปสงค์ในการส่งออกของประเทศไทยก็จะลดลง โดยที่ตัวแปรอิสระอื่นๆคงที่ ซึ่งสามารถคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์ที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศไทยคู่แข่ง ดังนี้

$$\frac{\partial ED}{\partial P_{Foreign}} > 0$$

(3) การเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) คาดว่าจะมีผลในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกของประเทศไทย นั่นคือ ถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น เช่น จาก 35 บาท เป็น 40 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ จะทำให้ความต้องการและปริมาณส่งออกสูงขึ้น โดยที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งสามารถคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์ที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ประชาชาติ ดังนี้

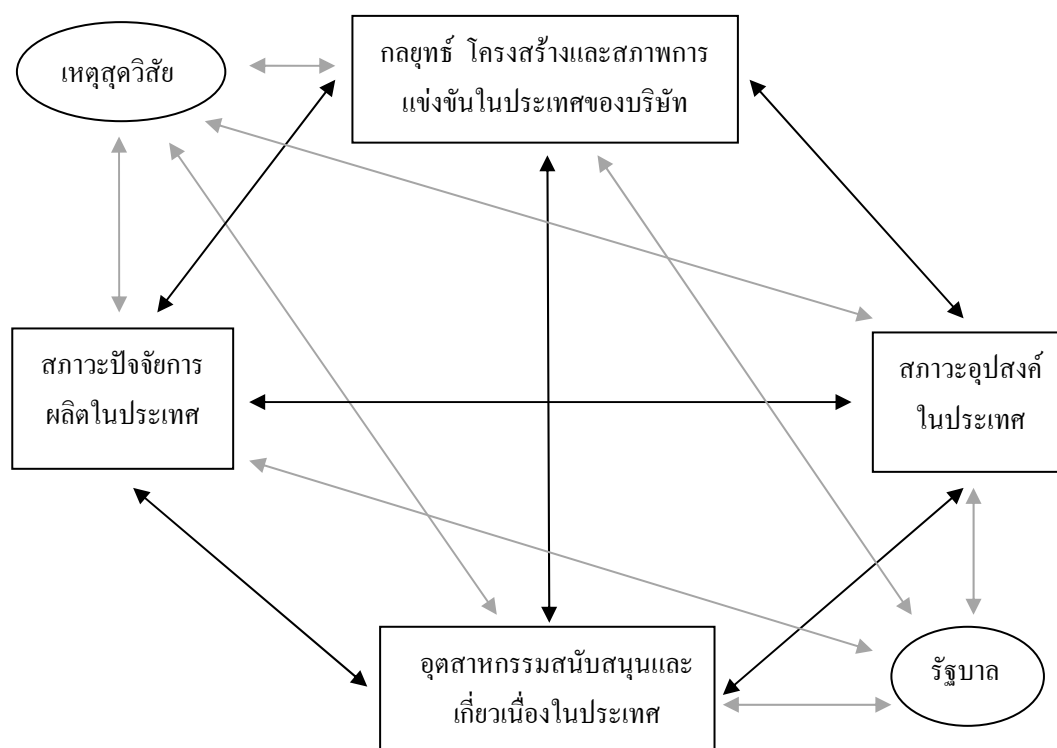
$$\frac{\partial ED}{\partial Exc} > 0$$

(4) การเปลี่ยนแปลงในรายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากร (GDP Per Capita) ของออสเตรเลีย คาดว่าจะมีผลในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกของประเทศไทย คือ ถ้ารายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากรของออสเตรเลียสูงขึ้น ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยก็จะสูงขึ้น และถ้ารายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากรของออสเตรเลียลดลง อุปสงค์ในการส่งออกของประเทศไทยก็จะลดลง โดยที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งสามารถคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์ที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ประชาชาติ ดังนี้

$$\frac{\partial ED}{\partial Y_{Aus}} > 0$$

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ทำการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทย โดยพิจารณาถึงผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งไปยังปัจจัยอื่นๆ ในระบบเพชร ซึ่งทำให้ประกอบกันเป็นระบบเพชรที่สมบูรณ์ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ระบบเพชรที่สมบูรณ์

ที่มา: สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล (2536)

บทที่ 3

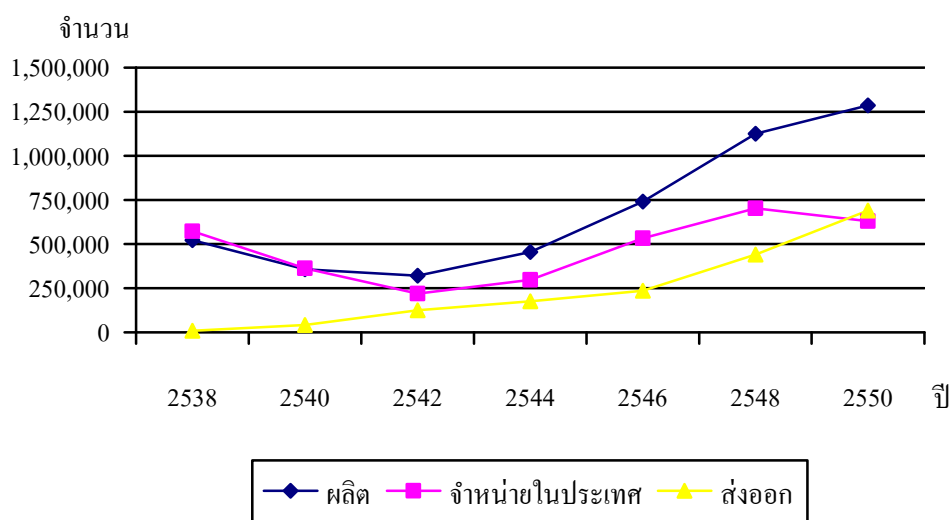
โครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์

สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 40 ปี ซึ่งเริ่มต้นขึ้นในปี 2504 การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์เกิดจากการดำเนินนโยบายทดแทนการนำเข้า (Import Substitution Policy) โดยการให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น การตั้งกำแพงภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป การบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Content Requirement : LCR) การห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป และการส่งเสริมการลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศ เป็นต้น ผลจากการส่งเสริมนี้ทำให้บริษัทรถยนต์จากต่างประเทศ เช่น Ford Mercedes Benz Fiat Mitsubishi Nissan Toyota Hino และ Isuzu ได้ขอรับการสนับสนุนการลงทุนตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย โดยการลงทุนนั้นจะเป็นทั้งในลักษณะการลงทุนโดยผู้ประกอบการคนไทยเอง และเป็นการร่วมทุนระหว่างคนไทยกับบริษัทแม่ในต่างประเทศ ในระยะแรกของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย เป็นการนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบรถยนต์แบบถอดแยกครบชุด (Completely Knocked-down : CKD) จากยุโรปและญี่ปุ่นมาประกอบเป็นรถยนต์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายในประเทศ โดยในยุคนั้นชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศมีเพียงไม่กี่ชนิด และปริมาณการผลิตมีจำนวนน้อยมาก เช่น ยางรถยนต์ สปริง แบตเตอรี่ ดังนั้นเพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าและการขาดดุลทางการค้า รัฐบาลจึงได้เริ่มที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะต่อมา

อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้เติบโตอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งเศรษฐกิจเกิดภาวะวิกฤติในปี 2540 ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จนต้องลดจำนวนแรงงาน ปิดสายการผลิตบางส่วนและผู้ผลิตบางรายต้องปิดกิจการ แต่อุตสาหกรรมรถยนต์สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วจากภาวะถดถอยในประเทศ โดยปรับเปลี่ยนทิศทางการตลาดจากการผลิตเพื่อรองรับตลาดในประเทศ เป็นการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น และเมื่อระบบเศรษฐกิจของไทยเริ่มฟื้นตัว ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อภาวะเศรษฐกิจดีขึ้น ทำให้กำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศขยายตัวขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญมา

จากการที่ผู้ผลิตรถยนต์ของไทย มีพันธมิตรร่วมทุนเป็นผู้ผลิตระดับโลกที่เข้ามาลงทุน เพื่อใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกโดยเล็งเห็นว่าประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เหมาะสม แรงงานมีทักษะ โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ประกอบกับมาตรการสนับสนุนต่างๆ ของภาครัฐ ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น หลังจากการประกาศยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Contents) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 ตามพันธกรณีภายใต้ข้อตกลงขององค์การการค้าโลก การยกเลิกนโยบายดังกล่าว ประกอบกับการดำเนินการในโครงการความร่วมมือตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยเฉพาะข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่ประเทศสมาชิกดำเนินการปรับลดภาษีนำเข้าสินค้าในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนแก่ประเทศสมาชิกในอาเซียนเหลือร้อยละ 0-5 ในปี 2546 ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์มีการแข่งขันกับตลาดโลกมากขึ้นทั้งด้านต้นทุนและคุณภาพ ในภาวะที่ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันผู้ผลิตรายใหญ่ในโลกก็รวมตัวกันเป็นกลยุทธ์การแข่งขันใหม่ในยุคที่ตลาดโลกกลายเป็นตลาดเดียว ผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลกกว่า 10 บริษัท เช่น โตโยต้า ฮอนด้า เจนเนอรัลมอเตอร์ และบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดใหญ่ เช่น เดีนโซ่ สยามโตโยต้า ต่างย้ายฐานการผลิตเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังการเติบโตที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2538-2550 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ปริมาณการผลิต จำหน่ายในประเทศและส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย
ในระหว่างปี 2538-2550

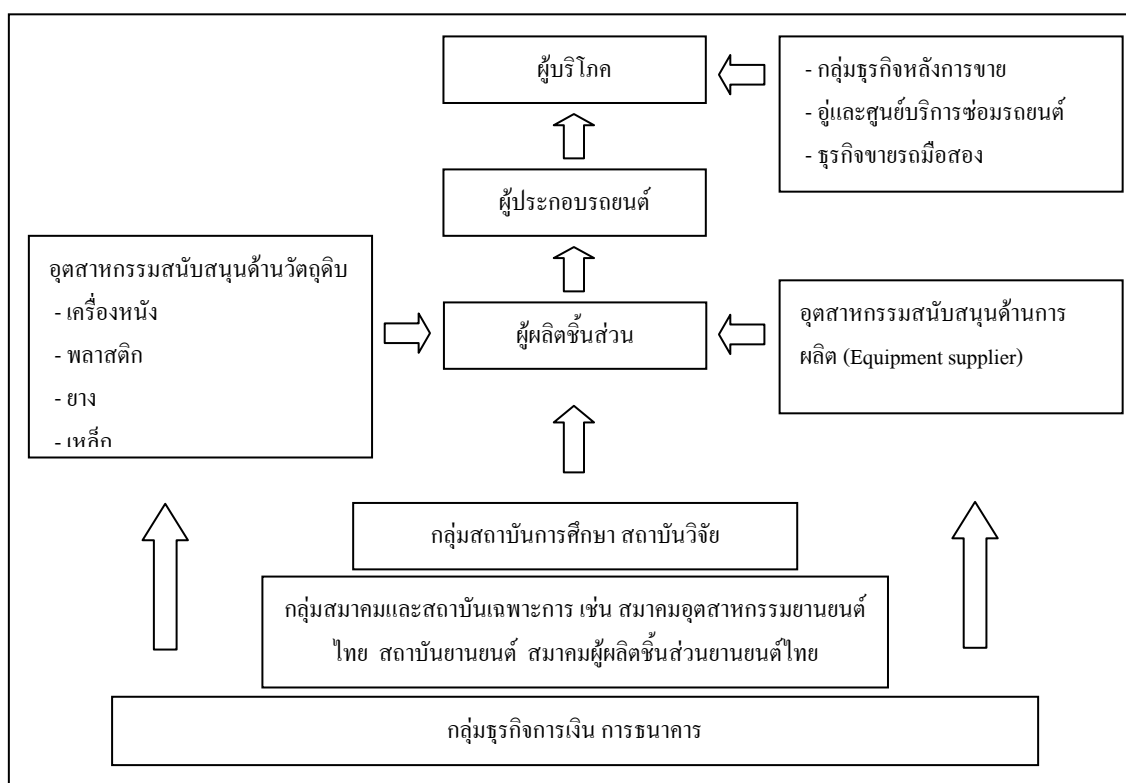
ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551)

ในปี 2538 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศมีปริมาณที่สูงกว่าการผลิตภายในประเทศ ทำให้มีการนำเข้ารถยนต์เพื่อสนองต่อความต้องการภายในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีความพร้อมเพียงพอในการผลิตหรือประกอบรถยนต์ภายในประเทศ แต่จากปี 2544 เป็นต้นมา ปริมาณการจำหน่ายในประเทศและปริมาณการส่งออกรถยนต์เริ่มมีทิศทางที่สูงขึ้นไปพร้อมๆ กับการผลิตที่เพิ่มขึ้น จนกระทั่งมีปริมาณการผลิตจำนวนกว่า 1 ล้านคันเป็นปีแรกของประเทศไทย ด้วยจำนวน 1,124,904 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,286,768 คันในปี 2550 และเป็นปีแรกของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการส่งออกจนสามารถมีจำนวนที่สูงกว่าปริมาณการจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีการส่งออกทั้งสิ้นจำนวน 690,100 คัน และจำหน่ายในประเทศ 631,251 คัน

โครงสร้างการผลิต

กระบวนการผลิต

โครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ผู้ประกอบรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วน ซึ่งผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มได้มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง และเป็นธุรกิจต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ก่อนเริ่มกระบวนการผลิตจนกระทั่งหลังส่งมอบรถยนต์ให้ผู้บริโภค ในด้านการผลิตมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก พลาสติก อลูมิเนียม ยางและกระจก และยังส่งผลเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นในลักษณะ Forward Linkage เช่น อุตสาหกรรมน้ำมัน การขนส่ง การซ่อมบำรุง เป็นต้น รวมถึงกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตทางอ้อม เช่น ธนาคาร สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และสมาคมต่างๆ เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศที่สำคัญตัวหนึ่ง โดยถ้าในประเทศไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมีสูง ย่อมส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมลดต่ำลง รวมทั้งจะทำให้มีความร่วมมือกันในกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการยกระดับ และเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ในที่สุด ย่อมมีผลทำให้การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ วัตถุดิบมีคุณภาพ มีมาตรฐานระดับสากล และมีต้นทุนการผลิตต่ำ



ภาพที่ 4 โครงสร้างกระบวนการผลิตรถยนต์ของไทย

ที่มา: สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546)

จากภาพที่ 4 แสดงให้เห็นถึงอุตสาหกรรมต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องและต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ระยะแรกนั้นเป็นการผลิตที่มุ่งเน้นเพื่อใช้ภายในประเทศเป็นสำคัญ ชิ้นส่วนที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนพื้นฐานที่ใช้แรงงานในการผลิตและเทคโนโลยีแบบง่ายๆ ในปัจจุบันตลาดชิ้นส่วนรถยนต์ในประเทศได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังคงมุ่งหาตลาดส่งออกมากขึ้นด้วยเช่นกัน เพื่อรองรับการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่ของโลกที่ย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย

ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ประมาณ 400 โรงงาน ส่วนใหญ่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกได้ โครงสร้างการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยสามารถแบ่งออกตามลักษณะตลาดได้ 2 ประเภท คือ

- ชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อป้อนโรงงานประกอบรถยนต์ (Original Equipment Manufacturing: OEM) เป็นชิ้นส่วนที่ผู้ประกอบรถยนต์ผลิตเองหรือจ้างผู้ผลิตรายอื่นทำการผลิต ชิ้นส่วนเหล่านี้จึงมีคุณภาพสูงตามมาตรฐานของผู้ประกอบรถยนต์กำหนดไว้ การผลิตชิ้นส่วนในตลาด OEM นี้มีจำนวนน้อยไม่คุ้มต่อการผลิต ไม่ก่อให้เกิดต่อการประหยัดต่อขนาดก็ตาม แต่ผู้ผลิตก็มีความเต็มใจผลิตเพื่อรักษาดตลาดระยะยาวซึ่งมีความแน่นอนกว่ามากกว่า REM

- ชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการใช้ทดแทน หรือ อะไหล่ (Replacement Equipment Manufacturing: REM) แบ่งเป็นอะไหล่แท้ ซึ่งเป็นชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผู้ประกอบรถยนต์ผลิตเองหรือจ้างผู้อื่นผลิต อะไหล่ทดแทนอันเป็นชิ้นส่วนประกอบที่ผลิตขึ้นโดยไม่ใช้เครื่องจักรการค้ำของผู้ประกอบรถยนต์ และอะไหล่ปลอม เป็นชิ้นส่วนประกอบที่ผลิตขึ้นโดยปลอมเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบรถยนต์

เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสูงบางอย่างได้ ซึ่งการประกอบรถยนต์ในประเทศไทยจึงยังคงต้องอาศัยชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศอยู่จำนวนหนึ่ง ปริมาณการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ของประเทศไทยจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับตามความต้องการใช้รถยนต์ในประเทศ การนำเข้าส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนประกอบรถยนต์แบบ CKD เครื่องยนต์ ส่วนประกอบเครื่องยนต์ อุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

สำหรับการส่งออกชิ้นส่วนเหล่านี้จะอยู่ในรูปของชิ้นส่วน CKD การส่งออกชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ได้มีมูลค่าการส่งออกที่ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นชิ้นส่วนประเภท REM สำหรับชิ้นส่วนประเภท OEM ในระยะหลังจากปี 2535 เริ่มมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่สูงขึ้น โดยในปี 2540 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ 4,495.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 25,255.05 ล้านบาทในปี 2545 และเป็น 132,516.57 ล้านบาทในปี 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.41 จากปี 2549

อุตสาหกรรมยาง เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งในกระบวนการผลิตจะต้องใช้วิธีการผลิตที่ซับซ้อนและเทคโนโลยีสูง เนื่องจากยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์จะต้องมีคุณสมบัติทนทานต่อสภาพการใช้งานที่แตกต่างกันไป ในปี 2550 มีโรงงานผลิตยางจำนวน 10 โรงงานในประเทศไทยที่ผลิตยางนอกที่ใช้สำหรับรถยนต์ มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 5,415,807 เส้น มีการผลิตคิดเป็นร้อยละ 79.11 ของกำลังการผลิต โดยสามารถรองรับความต้องการ

ในประเทศได้อย่างดี อีกทั้งยังสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 24.83 ของการผลิตทั้งหมด สำหรับการผลิตรายในของรถยนต์ มีจำนวน 7 โรงงาน มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 3,571,166 เส้น ซึ่งมีการส่งออกภายในคิดเป็นร้อยละ 15.03 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด แต่สำหรับยางรอง มีการผลิตจำนวน 3,180,780 เส้น จาก 6 โรงงานที่ทำการผลิตรายรอง เป็นการผลิตเพื่อส่งออกถึงร้อยละ 56.29 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด

อุตสาหกรรมพลาสติก เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีชั้นกลางแต่เป็นอุตสาหกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ด้วย แม้ว่าเราสามารถส่งออกพลาสติก แต่ยังคงมีการนำเข้าบางส่วนในปริมาณที่ต่ำกว่าการส่งออก ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตมากที่สุดได้แก่ เครื่องมือและเครื่องใช้ เครื่องประดับและภาชนะบรรจุ

พลาสติก หรือ ปิโตรเคมีชั้นปลาย แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ พลาสติกพื้นฐาน ได้แก่ พลาสติกที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก และพลาสติกวิศวกรรม เช่น ABS, SAN, PC, POM, PMMA เป็นกลุ่มที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง ทนทานต่อแรงกระแทก แรงอัด การกัดกร่อน และแรงเสียดทานได้ดี

อุตสาหกรรมเหล็กและอลูมิเนียม ผลิตภัณฑ์เหล็กเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ขาดวัตถุดิบแร่เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กที่สำคัญ ทำให้ต้องมีการนำเข้าเหล็กวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เหล็กต่างๆ การผลิตเหล็กของประเทศไทย จึงเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการใช้ภายในประเทศและทดแทนการนำเข้าเป็นสำคัญ สำหรับผลิตภัณฑ์เหล็กที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์นั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์เหล็กชั้นปลาย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เหล็กที่มีการแปรรูปโดยขบวนการรีด หล่อ อัดขึ้นรูป หรือเคลือบชุบผิว เป็นต้น มีกำลังการผลิตรวม 6.9 ล้านตัน ในปี 2550 การผลิตเหล็กแท่งเล็กมีปริมาณทั้งสิ้น 1.4 ล้านตัน เหล็กเส้นกลม 274,718 ตัน เหล็กข้ออ้อย 1.46 ล้านตัน สำหรับการส่งออกจะมีสัดส่วนที่น้อย เช่น การส่งออกเหล็กข้ออ้อย คิดเป็นร้อยละ 6.03 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ซึ่งเหล็กข้ออ้อยนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตในปริมาณที่สูงที่สุด ด้วยปริมาณ 1,466,358 ตัน โดยมีจำนวนโรงงานที่ทำการผลิตเหล็กข้ออ้อยนี้จำนวน 10-11 แห่ง แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ ยังคงต้องมีการนำเข้าด้วยจำนวน 259,214 ตัน

อุตสาหกรรมกระจก กระจกที่มีการผลิตภายในประเทศเป็นแบบ กระจกแผ่นเรียบ ในปี 2550 มีโรงงานที่ทำการผลิตกระจกแผ่นเรียบจำนวน 6 แห่ง มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 638,644 ตัน การผลิตคิดเป็นร้อยละ 79.32 ของกำลังการผลิตทั้งหมด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายในประเทศจำนวน 297,378 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 58.70 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด และอีกร้อยละ 40.43 เป็นการส่งออก

การผลิตสายไฟฟ้า ส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ในปี 2550 มีการจำหน่ายภายในประเทศ 47,770 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 84.65 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด โดยมีการส่งออกเพียง 4,591 ตันเท่านั้น มีจำนวนโรงงานผลิตสายไฟฟ้าจำนวน 9 แห่ง ด้วยกำลังการผลิตทั้งสิ้น 85,650 ตัน

แบตเตอรี่ สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ในปี 2550 ประเทศไทยมีกำลังการผลิตแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทั้งสิ้นกว่า 12 ล้านชิ้น จากโรงงาน 5 แห่งในประเทศ โดยมีการจำหน่ายในประเทศเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจำนวน 6,876,616 ชิ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 70.58 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด และส่งออกเป็นร้อยละ 27.98 (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมสนับสนุนโดยตรงอีก 1,000 ราย เช่น ธุรกิจหนัง ขางพารา อิเล็กทรอนิกส์ แก้ว สีและปิโตรเคมี เป็นต้น รวมทั้งมีเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น บริการหลังการจำหน่าย สินเชื่อรถยนต์ รถมือสอง โลจิสติกส์ บริการทางการเงิน ประกันภัย การศึกษา การวิจัยและพัฒนา และซ่อมบำรุง เป็นต้น

ตารางที่ 2 ปริมาณการผลิต จำหน่ายในประเทศ การส่งออก ของวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรม
รถยนต์ในปี 2550

วัตถุดิบ	กำลังการผลิต	ผลิต	จำหน่ายใน ประเทศ	ส่งออก	จำนวน โรงงาน
1. ขางนอก (เส้น)	5,415,807	4,284,849	3,329,847	1,063,788	10
2. ขางใน (เส้น)	3,571,166	2,116,008	1,788,497	318,137	7
3. ขางรอง (เส้น)	4,559,558	3,180,780	1,424,327	1,790,359	5-6
4. ขางหล่อดอก (เส้น)	151,512	84,050	69,295	19,223	5
5. เหล็กแท่งเล็ก (ตัน)	1,470,000	1,401,512	N/A	N/A	5
6. เหล็กเส้น เหล็กเส้นกลม (ตัน)	983,582	274,718	313,107	776	12
7. เหล็กเส้น เหล็กข้ออ้อย (ตัน)	2,437,118	1,466,358	1,644,297	88,428	10-11
8. ลวดเหล็ก (ตัน)	60,080	37,774	35,866	2,486	5-6
9. ลวดเหล็กแรงดึงสูง (ตัน)	294,213	177,439	141,026	36,480	7
10. ท่อเหล็ก ท่อเหล็กกล้า (ตัน)	650,400	252,600	45,364	81,244	5
11. เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี (ตัน)	1,053,252	454,631	305,998	146,803	6
12. กระดาษแผ่นเรียบ (ตัน)	638,644	506,566	297,378	204,811	6
13. สายไฟฟ้า (ตัน)	85,650	56,431	47,770	4,591	9
14. แบตเตอรี่สำหรับรถยนต์และ รถจักรยานยนต์ (อัน)	12,799,992	9,743,384	6,876,616	2,726,386	5

หมายเหตุ: ไม่พบข้อมูลของการผลิตพลาสติกในปี 2550

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551)

ในการผลิตรถยนต์เป็นการนำเอาชิ้นส่วนต่างๆ มาประกอบเข้าด้วยกัน โดยรถยนต์ 1 คัน ประกอบไปด้วยชิ้นส่วนต่างๆ กว่าพันรายการ โดยใช้แรงงานและเครื่องจักรเข้ามามีส่วนในการประกอบรถยนต์ ในส่วนของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนจากบริษัทผลิตรถยนต์ข้ามชาติหรือบริษัทข้ามชาติ โดยบริษัทข้ามชาติเหล่านี้จะทำการผลิตหรือประกอบรถยนต์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทแม่เพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และทำการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เพื่อใช้ในการผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศ ในกรณีของประเทศไทย บริษัทรถยนต์ข้ามชาติของญี่ปุ่นเป็นบริษัทรถยนต์ข้ามชาติที่มีบทบาทมาก โดยบริษัทเหล่านี้จะเป็นเจ้าของเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วน การประกอบและการกำหนดนโยบายในการผลิต ทำให้การผลิตรถยนต์ของโรงงานประกอบรถยนต์ภายในประเทศมีลักษณะเป็น Global

Strategy โดยบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศจะมีทั้งในลักษณะการเป็นเจ้าของทั้งหมด การเป็นผู้แทนจำหน่าย และการอนุญาตให้บริษัทคนไทยทำการผลิตหรือประกอบ

สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ในอุตสาหกรรมรถยนต์ ส่วนใหญ่จะเน้นใช้ปัจจัยการผลิตในด้านของแรงงานและทุน โดยมีบริษัทข้ามชาติหรือบริษัทผู้ประกอบรถยนต์รายใหญ่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเองโดยตรง มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยบริษัทแม่ ดังนั้นในด้านของทุนและเทคโนโลยีการผลิต จะเกิดการลงทุนและพัฒนาได้จากบริษัทข้ามชาตินั้นเอง แต่ในด้านของอุตสาหกรรมการผลิต ที่มีการขยายตัวขึ้นอย่างมากในประเทศไทย ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการกระจายรายได้ ดังนั้น แรงงานจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างมาก

จากการศึกษาการวิเคราะห์ความต้องการแรงงานและแนวโน้มในอุตสาหกรรมการผลิต โดยกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (2548) สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมที่เข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้คือนั้น ต้องเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ใช้เทคโนโลยี สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีอยู่เป็นหลัก ยังไม่สามารถเป็นผู้ผลิตเทคโนโลยีได้ในเวลาเดียวกัน และมีการจัดระดับของบุคลากรในอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับสูง ได้แก่ วิศวกร ซึ่งแบ่งออกเป็นวิศวกรที่สามารถวิจัยและออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิศวกรที่ทำหน้าที่ควบคุมกระบวนการผลิต กำลังคนระดับนี้มีพื้นฐานการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นอย่างน้อย

2. ระดับกลาง ได้แก่ ช่างเทคนิค ซึ่งเป็นช่างที่ปฏิบัติงานใช้ทักษะที่จำเป็นในสายการผลิต มีพื้นฐานการศึกษาระดับ ปวช. และ ปวส.

3. แรงงานมีฝีมือ ได้แก่ กำลังคนที่ปฏิบัติงานที่ใช้ฝีมือในกระบวนการผลิต โดยที่ฝีมือมักจะได้จากการปฏิบัติงานโดยตรงมีพื้นฐานการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า

คุณสมบัติเชิงทักษะ ความรู้ ความสามารถที่สำคัญที่อุตสาหกรรมยานยนต์ต้องการจากผลผลิตของระบบการศึกษาและระบบการฝึกอบรมจำแนกได้ 3 ด้านคือ

1. ทักษะสังคมและทักษะชีวิต ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหา รวมถึงมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต สามารถทำงานภายใต้ความกดดัน หมายถึง ความอดทนต่อการทำงานหนัก งานยาก งานเร่ง

2. ทักษะการเรียนรู้ ได้แก่ ทักษะการคิด ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3. สมรรถนะทางเทคนิคยานยนต์ ได้แก่ ทักษะเชิงปฏิบัติการในกระบวนการผลิตและประกอบ หรือผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

สำหรับความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมยานยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2548 มีความต้องการแรงงานจำนวน 1.5 แสนคน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2547 คิดเป็นร้อยละ 9.72 และเพิ่มขึ้นเป็น 1.76 แสนคน ในปี 2550 โดยเพิ่มจากปี 2549 จำนวน 13,709 คน ประมาณการความต้องการกำลังคนของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปี 2553 เป็นจำนวน 300,000 คน เป็นวิศวกร (Engineer) หรือ Scientist ร้อยละ 10 หรือ 30,000 คน ซึ่งต้องการกำลังคนเพิ่มขึ้นอีก 130,000 คน จำแนกเป็น วิศวกร 11,000 คน ช่างเทคนิค 49,000 คน แรงงานฝีมือ 70,000 คน (กรมจัดหางาน, 2548)

ปริมาณการผลิต

นับตั้งแต่ปี 2537 ที่ประเทศไทยเริ่มประกอบรถยนต์โดยการนำเข้าชิ้นส่วนสำเร็จรูปจากต่างประเทศเข้ามาประกอบรถยนต์ จนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ของไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังปี 2537 ที่รัฐบาลไทยยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ใหม่ ทำให้การผลิตรถยนต์ในปี 2538 สูงถึง 522,329 คัน และได้เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 6.3 เป็นจำนวน 555,180 คันในปี 2539 การผลิตรถยนต์ได้เริ่มลดลงในปี 2540 เหลือเพียง 357,772 คัน และลดลงไปอีกร้อยละ 130 ในปี 2541 ซึ่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของไทย อย่างไรก็ตามในปี 2542 ปริมาณการผลิตรถยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งหลังจากที่มีการปรับตัวลดลงอย่างมากในปีช่วงปี 2540-2541 โดยในปี 2544 ปริมาณการผลิตรถยนต์ได้กลับเข้าสู่ระดับเดียวกับปริมาณการผลิตในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งสามารถมีปริมาณการผลิตรถยนต์ได้ถึง 1,286,768 คัน ในปี 2550 เป็นการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 315,444 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.5 และเป็นการผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จำนวน 971,324 คัน

คิดเป็นร้อยละ 75.5 และในปี 2550 นี้การผลิตรถยนต์ของไทยจัดเป็นอันดับที่ 15 ของโลก โดยมีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 1,650,000 คันต่อปี

หากพิจารณาปริมาณการผลิตจำแนกตามชนิดรถยนต์พบว่าการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน มากที่สุด ในปี 2539 มีการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตันจำนวน 351,920 คัน เป็นร้อยละ 63.4 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด และจากการที่รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก ทำให้มีการเพิ่มกำลังการผลิต โดยยังคงมุ่งเน้นที่การผลิตรถกระบะขนาด 1 ตันเป็นหลัก ซึ่งในปี 2550 มีปริมาณการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน มีจำนวนทั้งสิ้น 948,388 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด สำหรับการผลิตรถยนต์นั่งในปี 2539 มีปริมาณการผลิตจำนวน 138,579 คัน และเริ่มมีปริมาณการผลิตที่ลดลงในปี 2540 จากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจส่งผลให้ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งในปี 2541 มีจำนวน 32,008 คัน ซึ่งลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 333 และฟื้นตัวกลับมามีได้ในปี 2544 ที่จำนวนการผลิต 156,066 คัน จนกระทั่งในปี 2550 มีปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งจำนวน 315,444 คัน (ตารางที่ 3) เป็นการผลิตรถยนต์นั่งขนาด 1,201 – 1,500 CC. มากที่สุด ด้วยจำนวน 139,059 คัน คิดเป็นร้อยละ 44 ของปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งทั้งหมด อันเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลสนับสนุนรถยนต์นั่งขนาดเล็กที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยมาตรการทางภาษีที่ต่ำกว่า และผลจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ซึ่งในช่วงก่อนหน้าปี 2546 ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งขนาด 1,501 – 1,800 CC. จะมีปริมาณมากที่สุด เช่น ในปี 2545 มีปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งขนาด 1,501 – 1,800 CC. จำนวน 77,203 คัน คิดเป็นร้อยละ 45.6 ของปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งทั้งหมด

ตารางที่ 3 ปริมาณการผลิตรถยนต์ของไทยระหว่างปี 2534 – 2550

(หน่วย : คัน)

ปี	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถกระบะ 1 คัน		รถเพื่อการพาณิชย์อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2534	76,301	27.18	169,940	60.54	34,481	12.28	280,722	100
2535	104,596	32.22	176,725	54.44	43,318	13.34	324,639	100
2536	144,844	34.68	230,752	55.25	42,044	10.07	417,640	100
2537	109,830	26.70	246,256	59.86	55,292	13.44	411,378	100
2538	127,640	24.44	327,437	62.69	67,252	12.88	522,329	100
2539	138,579	24.96	351,920	63.39	64,681	11.65	555,180	100
2540	112,041	31.32	218,336	61.03	27,395	7.66	357,772	100
2541	32,008	20.58	119,986	77.14	3,550	2.28	155,544	100
2542	72,716	22.63	240,369	74.80	8,245	2.57	321,330	100
2543	97,559	24.02	294,834	72.59	13,798	3.40	406,191	100
2544	156,066	34.34	289,349	63.66	9,111	2.00	454,526	100
2545	169,321	30.02	382,297	67.78	12,382	2.20	564,000	100
2546	251,684	33.95	468,938	63.26	20,670	2.79	741,292	100
2547	299,439	32.44	597,914	64.78	25,605	2.77	922,958	100
2548	277,603	24.68	822,867	73.15	24,434	2.17	1,124,904	100
2549	298,819	25.16	866,769	72.98	22,169	1.87	1,187,757	100
2550	315,444	24.51	948,388	73.70	22,936	1.78	1,286,768	100
อัตราการ ขยายตัวเฉลี่ย (ร้อยละ)	18.06		15.91		13.09		15.29	

ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551)

การจำหน่ายภายในประเทศ

สำหรับตลาดรถยนต์ในประเทศไทยนั้น พบว่า โดยภาพรวมแล้วตลาดรถยนต์ในประเทศไทยนั้นถือได้ว่าเป็นตลาดรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่ด้วยยอดจำหน่ายรถยนต์กว่า 500,000 คันต่อปี หลังจากที่ผ่านมาผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจเป็นต้นมา โดยในปี 2550 มีปริมาณการจำหน่ายในประเทศสูงถึง 631,251 คัน ผลจากมาตรการอุดหนุนราคาน้ำมันดีเซลของรัฐบาล ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากหันมาใช้รถปิกอัพหรือรถกระบะดัดแปลงแทนการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลซึ่งใช้น้ำมันเบนซิน ทำให้ตลาดรถกระบะ 1 คันมีอัตราการเติบโตมากที่สุด รองลงมาเป็นรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ตามลำดับ

ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา โดยปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในปี 2534 มีจำนวน 268,560 คันและเพิ่มเป็น 589,126 คันในปี 2539 ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณความต้องการที่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นตามอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยที่อยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง ประกอบกับนโยบายการเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา ทำให้อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศในช่วงปี 2534-2539 อยู่ที่ร้อยละ 17.61 จากนั้น ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ปรับลดลงอย่างมากในช่วงปี 2540-2541 เนื่องจากเป็นช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจในประเทศหดตัว โดยปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ลดลงเหลือ 144,055 คันในปี 2541 ซึ่งลดลงถึงร้อยละ 60.33 ของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในปี 2540 ซึ่งเป็นไปตามกำลังซื้อที่ลดลงเนื่องจากการหดตัวของเศรษฐกิจไทยในขณะนั้น ก่อนที่จะเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปี 2542 โดยเพิ่มจาก 218,324 คันในปี 2542 เป็น 409,362 คันในปี 2545 และปรับเพิ่มขึ้นเป็น 631,251 คันในปี 2550 ทั้งนี้อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2542-2550 อยู่ที่ร้อยละ 19.13 เป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายผ่อนปรนเงื่อนไขการเช่าซื้อรถยนต์ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำและมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายจากภาครัฐ

โครงสร้างการจำหน่ายรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายรถกระบะขนาด 1 คัน โดยในปี 2545 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์มีจำนวนทั้งสิ้น 409,362 คัน ร้อยละ 64.22 เป็นสัดส่วนของปริมาณการจำหน่ายรถกระบะขนาด 1 คัน ตลอดจนปี 2550 ปริมาณการจำหน่ายรถกระบะขนาด 1 คัน ยังคงมีสัดส่วนที่สูงที่สุดด้วยจำนวน 418,541 คัน คิดเป็นร้อยละ 66.30 ของปริมาณการจำหน่าย

รถยนต์ทั้งหมด และมีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล 170,118 คัน และอีกร้อยละ 6.75 เป็นปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ เช่น รถตู้ รถบรรทุกขนาด 2-4 คัน เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศของไทยระหว่างปี 2534 – 2550

(หน่วย : คัน)

ปี	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถกระบะ 1 คัน		รถเพื่อการพาณิชย์อื่น		รวม	
	บุคคล							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2534	66,779	24.87	155,366	57.85	46,415	17.28	268,560	100
2535	121,488	33.47	182,958	50.40	58,541	16.13	362,987	100
2536	174,162	38.15	224,388	49.16	57,911	12.69	456,461	100
2537	155,670	32.05	258,091	53.14	71,917	14.81	485,678	100
2538	163,371	28.58	323,813	56.65	84,396	14.77	571,580	100
2539	172,730	29.32	327,663	55.62	88,733	15.06	589,126	100
2540	132,060	36.36	188,324	51.86	42,772	11.78	363,156	100
2541	46,300	32.14	85,538	59.38	12,217	8.48	144,055	100
2542	66,858	30.62	137,103	62.80	14,363	6.58	218,324	100
2543	83,106	31.70	159,352	60.78	19,731	7.53	262,189	100
2544	104,502	35.18	175,009	58.92	17,541	5.91	297,052	100
2545	126,353	30.87	262,886	64.22	20,123	4.92	409,362	100
2546	179,005	33.57	325,606	61.07	28,565	5.36	533,176	100
2547	209,103	33.44	380,301	60.81	35,941	5.75	625,345	100
2548	188,211	26.76	475,058	67.53	40,163	5.71	703,432	100
2549	191,763	28.11	453,491	66.48	36,907	5.41	682,161	100
2550	170,118	26.95	418,514	66.30	42,619	6.75	631,251	100
อัตราการ ขยายตัวเฉลี่ย (ร้อยละ)	11.9		10.93		5.87		10.11	

ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551)

การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยได้มีพัฒนาการตามลำดับจนปัจจุบันสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยประเทศไทยส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นครั้งแรกในปี 2530 และปริมาณการส่งออกรถยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2539 ปริมาณการส่งออกรถยนต์มีจำนวนทั้งสิ้น 14,020 คัน และเพิ่มเป็น 181,471 คัน ในปี 2545 คิดเป็นมูลค่า 82,825.94 ล้านบาท ในช่วงที่ไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ปริมาณการส่งออกรถยนต์ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2540 มีจำนวนทั้งสิ้น 42,218 คัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 201.13 จากปี 2539 และในปี 2541 มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.73 ด้วยมูลค่า 28,125.55 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.45 ของมูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย อันเป็นผลมาจากการหดตัวของกำลังซื้อภายในประเทศตามสภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวอย่างรุนแรงทำให้มีกำลังการผลิตส่วนเกิน ผู้ผลิตรถยนต์ได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการผลิตจากการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศมาเป็นการผลิตเพื่อส่งออกแทน ทำให้การขยายตัวของปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นและอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับการดำเนินนโยบายของบริษัทแม่ผู้ผลิตรถยนต์ในการใช้ประเทศไทยเป็นพันธมิตรร่วมทุนกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลกดำเนินนโยบายลักษณะ Global Strategy เข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกไปประเทศต่างๆ เป็นผลให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2538-2550 สูงถึงร้อยละ 50.14 จนสามารถมีปริมาณการส่งออกจำนวน 690,100 คันในปี 2550 คิดเป็นมูลค่า 306,595.20 ล้านบาท และสำหรับการส่งออกเครื่องยนต์และชิ้นส่วนนั้น ก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้ว่า ในปี 2538 มูลค่าการส่งออกเครื่องยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย เท่ากับ 789.62 ล้านบาท ได้เพิ่มขึ้นเป็น 102,401.91 ล้านบาทในปี 2550 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย

(หน่วย : คัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	รถยนต์ (CBU)		มูลค่าเครื่องยนต์และ ชิ้นส่วน	มูลค่ารวมทั้งหมด
	จำนวน	มูลค่า		
2538	8,210	2,123.55	789.62	2,913.17
2539	14,020	4,253.36	2,042.19	6,295.55
2540	42,218	16,226.99	4,495.85	20,722.84
2541	67,857	28,125.55	5,984.78	34,110.33
2542	125,702	50,187.21	9,918.32	60,105.53
2543	152,835	63,148.28	19,896.12	83,044.40
2544	175,299	83,894.70	23,215.91	107,110.61
2545	181,471	82,825.94	25,255.05	108,080.99
2546	235,022	102,208.06	35,953.32	138,161.38
2547	332,053	149,232.80	52,817.10	202,049.90
2548	440,715	203,025.36	91,221.27	294,246.63
2549	538,966	240,764.09	102,401.91	343,166.00
2550	690,100	306,595.20	132,516.57	439,111.77

ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551)

หากมีการจำแนกประเภทของรถยนต์ที่มีการส่งออกในช่วงปี 2542-2550 จะพบว่า รถกระบะ 1 คัน จะมีสัดส่วนที่สูงที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 68.52 ต่อปี อันเป็นผลเนื่องจากการขยายการลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตรถกระบะ 1 คันเพื่อการส่งออกมายังประเทศไทย จากปี 2542 มีการส่งออกรถกระบะขนาด 1 คันจำนวน 70,762 คัน ได้เพิ่มมาเป็น 201,580 คันในปี 2547 และเป็นจำนวน 479,951 คันในปี 2550 สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นค่อยไป ในปี 2547 ส่งออกรถยนต์นั่งจำนวน 103,663 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 124,802 คันในปี 2550 ซึ่งเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.79 ต่อปีในระยะเวลา 3 ปี ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยจำแนกตามประเภทในระหว่างปี
2542 – 2550

(หน่วย : คัน)

ปี	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถกระบะ 1 คัน		รถเพื่อการพาณิชย์อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2542	10,492	8.35	70,762	56.29	44,448	35.36	125,702	100
2543	15,693	10.27	134,437	87.96	2,705	1.77	152,835	100
2544	57,688	32.91	117,293	66.91	318	0.18	175,299	100
2545	45,108	23.74	139,030	73.16	5,892	3.10	190,030	100
2546	77,138	32.82	151,302	64.38	6,582	2.80	235,022	100
2547	103,663	31.22	201,580	60.71	26,810	8.07	332,053	100
2548	100,431	22.79	298,607	67.76	41,677	9.46	440,715	100
2549	123,346	22.89	377,489	70.04	38,131	7.07	538,966	100
2550	124,802	18.08	479,951	69.55	85,347	12.37	690,100	100
อัตราการ								
ขยายตัวเฉลี่ย	52.69		29.94		257.56		24.09	
(ร้อยละ)								

ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551)

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551)

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ พบว่าประเทศที่นำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในกลุ่มเอเชีย เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ ลาว เป็นต้น ออสเตรเลียเป็นประเทศอันดับแรกที่มีมูลค่าสูงที่สุด ในปี 2542 มีมูลค่า 48,956,453 ดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2548 มีมูลค่าสูงถึง 449,322,975 ดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มเป็นกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 โดยมีสัดส่วนการส่งออกไปยังออสเตรเลียร้อยละ 13.91 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งหมดในปี 2550 ซึ่งมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งไปออสเตรเลียเป็นมูลค่าที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา อันดับที่ 2 คือ อินโดนีเซีย มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังอินโดนีเซียได้เพิ่มขึ้นตลอดช่วงปี 2542 จนถึงปี 2548 เพราะในปี 2549 มีมูลค่าที่ลดลงร้อยละ 26.30 จากมูลค่าการส่งออกในปี 2548 และได้เพิ่มขึ้นในปี 2550 โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 441,974,368 ดอลลาร์สหรัฐ แม้ว่ามูลค่าในการส่งออกรถยนต์

นึ่งไปยังอินโดนีเซียมีมูลค่าที่สูงมาก แต่เป็นการส่งออกด้วยสัดส่วนเพียงร้อยละ 5.60 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งหมดในปี 2550 โดยประเทศไทยมีการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มากที่สุดด้วยสัดส่วนร้อยละ 20.11 ในปี 2550 คิดเป็นมูลค่า 100.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศคู่ค้า	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ลาว	43.81	0.41	0.29	0.97	0.74	0.23	2.05	2.44	20.11
ออสเตรเลีย	14.92	6.98	4.32	11.17	5.85	1.45	11.02	10.17	13.91
ญี่ปุ่น	0.11	3.44	27.84	12.18	14.17	1.53	1.90	1.00	7.52
จีน	0.08	0.12	0.98	4.48	4.07	1.19	5.03	15.21	5.78
อินโดนีเซีย	0.02	0.57	0.73	2.82	16.87	8.88	14.12	4.93	5.60
อาหรับเอมิเรตส์	1.37	0.13	1.56	0.27	0.35	0.22	1.56	1.52	5.48
ฟิลิปปินส์	0.01	1.42	11.56	0.00	10.32	4.29	9.84	5.73	5.42
ศรีลังกา	0.03	0.13	0.03	0.05	0.00	67.15	21.29	12.72	4.39
สิงคโปร์	7.40	7.23	2.47	0.45	5.88	5.14	8.41	5.63	4.33

ที่มา: คำนวณจาก World Trade Atlas (2551)

สำหรับมูลค่าการส่งออกรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย เป็นมูลค่าที่สูงที่สุดอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2542 มูลค่าการส่งออกรถกระบะไปยังออสเตรเลีย เท่ากับ 272,565,185 ดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่การส่งออกไปยังเยอรมนี มีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 2 เท่ากับ 91,457,589 ดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2550 การส่งออกรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียก็ยังคงมีมูลค่าที่สูงที่สุดถึง 896,447,300 ดอลลาร์สหรัฐ อันดับที่ 2 คือ การส่งออกรถกระบะไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย ด้วยมูลค่ากว่า 430 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่เยอรมนีที่เคยเป็นอันดับที่ 2 เลื่อนไปอยู่อันดับที่ 10 ด้วยมูลค่า 98,707,560 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าที่ไม่มี ความแตกต่างจากปี 2542 มากนัก

หากจำแนกตามชนิดของเครื่องยนต์ จะพบว่าประเทศไทยมีการส่งออกรถกระบะทั้งเครื่องยนต์ดีเซลและแก๊สโซลีนไปยังออสเตรเลียด้วยสัดส่วนที่สูงที่สุด สำหรับการส่งออก

กระบะรถยนต์แก๊สโซลีนไปยังออสเตรเลียเป็นสัดส่วนที่สูงมาก เป็นร้อยละ 73.78 ในปี 2546 แต่มีสัดส่วนการส่งออกที่ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 33.68 ซึ่งเป็นผลจากการที่ส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ เพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 สัดส่วนการส่งออกผลกระทบเครื่องยนต์ดีเซลและแก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

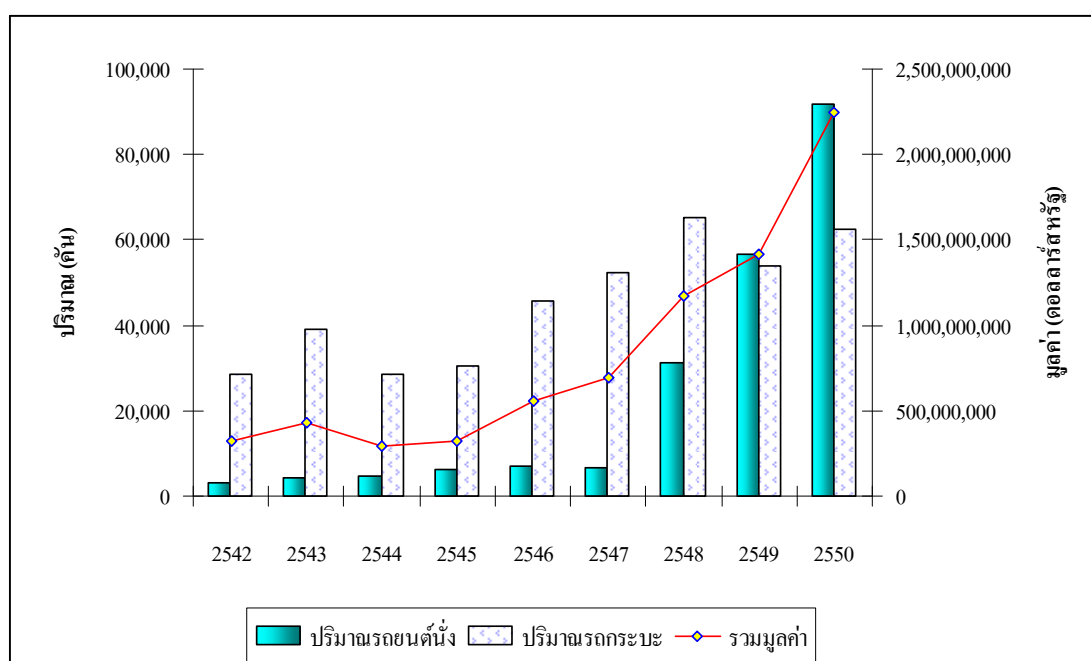
(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศคู่ค้า	เครื่องยนต์ดีเซล									เครื่องยนต์แก๊สโซลีน								
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ออสเตรเลีย	17.47	15.76	11.02	12.38	13.46	11.11	12.07	12.11	11.31	69.98	78.16	66.60	60.51	73.78	55.53	59.84	40.27	33.68
ซาอุดีอาระเบีย	0.23	0.67	0.48	1.17	3.38	5.41	9.16	9.97	7.28	9.11	6.84	9.23	14.35	11.84	9.20	11.20	19.21	21.96
อาหรับเอมิเรสต์	0.52	0.23	0.12	0.67	0.78	1.98	1.50	1.62	3.42	1.06	1.30	0.96	2.78	1.73	8.38	5.07	4.48	5.16
สหราชอาณาจักร	7.60	4.17	7.00	12.65	16.62	14.84	10.29	11.04	3.41	0.00	0.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อิตาลี	5.89	7.69	5.53	3.86	3.84	4.02	3.20	3.41	2.95	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อินโดนีเซีย	0.00	12.43	11.35	2.40	2.87	3.47	4.92	2.87	2.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.59	0.73	0.54	4.16
ตุรกี	3.76	4.76	0.61	0.59	1.61	2.91	3.68	2.75	2.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เยอรมนี	8.26	4.97	3.56	5.16	4.05	2.49	1.66	3.21	1.74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สเปน	6.37	5.61	3.86	3.45	3.93	2.84	3.37	3.26	1.81	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ที่มา: คำนวณจาก World Trade Atlas (2551)

การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

ประเทศไทยมีการส่งออกรถกระบะไปยังออสเตรเลียในจำนวนที่มากกว่ารถยนต์นั่ง โดยในช่วงปี 2542 - 2548 มีปริมาณการส่งออกรถกระบะเฉลี่ยปีละ 41,388 คัน ในขณะที่ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 8,998 คันเท่านั้น แต่ในปี 2549 ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งเริ่มมีจำนวนที่สูงกว่าการส่งออกรถกระบะ โดยในปี 2550 ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งมีจำนวน 91,803 คัน มากกว่าการส่งออกรถกระบะ 29,292 คัน สำหรับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ไปยังออสเตรเลียนั้น ในปี 2542 มีมูลค่าเท่ากับ 321,521,638 ดอลลาร์สหรัฐ แต่จากปี 2548 เป็นต้นมา ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกรถยนต์ไปยังออสเตรเลียเป็นมูลค่ามากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2550 คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2,250,694,405 ดอลลาร์สหรัฐ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย และมูลค่าในการส่งออก

ที่มา: World Trade Atlas (2551) และจากการคำนวณ

การส่งออกรถยนต์นั่ง

ในช่วงปี 2542-2547 การส่งออกรถยนต์นั่งขนาดความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000 CC จะมีปริมาณการส่งออกมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 90.14 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียทั้งหมด แต่จากปี 2548 เป็นต้นมา สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งขนาดความจุกระบอกสูบ 1,501 – 3,000 CC มีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงเหลือประมาณร้อยละ 52.01 เนื่องจากมีการส่งออกรถยนต์นั่งขนาดความจุกระบอกสูบ 1,001 – 1,500 CC มากขึ้น อัตราการขยายตัวของการส่งออกรถยนต์นั่งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 75.40 สำหรับปี 2548 มีปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังออสเตรเลียมากขึ้นถึงร้อยละ 383.31 จากปี 2548 เป็นต้นมา ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียมีปริมาณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2550 มีจำนวนสูงถึง 91,803 คัน ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

(จำนวน : คัน)

(มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ความจุกระบอกสูบ						รถยนต์นั่งอื่นๆ		รวม	
	1,001 - 1,500 CC		1,501 - 3,000 CC		มากกว่า 3,000 CC					
	จำนวน	มูลค่า	จำนวน	มูลค่า	จำนวน	มูลค่า	จำนวน	มูลค่า	จำนวน	มูลค่า
2542	1	12,424	3,290	48,921,704	1	16,052	9	6,273	3,301	48,956,453
2543	2	74,915	2,194	32,252,091	1,738	21,054,734	283	1,800,370	4,217	55,182,110
2544	0	0	4,052	46,728,263	448	5,230,694	9	104,573	4,509	52,063,530
2545	0	0	6,098	60,739,572	0	0	6	22,860	6,104	60,762,432
2546	4	60,951	6,947	90,588,048	0	0	24	85,516	6,975	90,734,515
2547	0	0	6,482	86,486,213	0	0	12	38,890	6,494	86,525,103
2548	0	0	16,270	223,833,187	5,288	85,635,646	9,828	139,854,142	31,386	449,322,975
2549	10,233	105,293,932	28,139	397,961,879	5,220	83,207,927	12,981	182,854,481	56,573	769,318,219
2550	14,493	181,670,424	50,227	836,502,698	4,530	77,807,747	22,553	258,266,236	91,803	1,354,247,105

ที่มา: World Trade Atlas (2551)

การส่งออกถั่วกระป๋อง

สำหรับการส่งออกถั่วกระป๋องของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะเครื่องยนต์ คือ เครื่องยนต์ดีเซล และเครื่องยนต์แก๊สโซลีน (หรือเบนซิน) ซึ่งสัดส่วนของการส่งออกของทั้งสองประเภทนี้จะมีสัดส่วนเฉลี่ยที่เท่าๆกัน คือ ร้อยละ 49.50 ของเครื่องยนต์ดีเซล และร้อยละ 50.50 ของเครื่องยนต์แก๊สโซลีน จากปี 2542 ปริมาณการส่งออกถั่วกระป๋องมีจำนวน 28,397 คัน คิดเป็นมูลค่า 272 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และได้มีการเติบโตกระทั่งมีปริมาณการส่งออกถึง 62,511 คัน ในปี 2550 เป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 896 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกถั่วกระป๋องของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

(จำนวน : คัน)

(มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	เครื่องยนต์ดีเซล			เครื่องยนต์แก๊สโซลีน			รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	มูลค่า	จำนวน	ร้อยละ	มูลค่า	จำนวน	มูลค่า
2542	16,000	56.34	159,611,127	12,397	43.66	112,954,058	28,397	272,565,185
2543	20,969	53.81	211,050,431	18,002	46.19	159,286,377	38,971	370,336,808
2544	14,571	51.25	133,072,365	13,859	48.75	104,938,604	28,430	238,010,969
2545	15,098	49.74	139,731,751	15,255	50.26	123,384,245	30,353	263,115,996
2546	18,069	39.42	210,803,023	27,771	60.58	256,440,480	45,840	467,243,503
2547	20,052	38.21	264,438,995	32,430	61.79	341,847,915	52,482	606,286,910
2548	24,714	37.88	314,887,052	40,531	62.12	407,517,636	65,245	722,404,688
2549	32,306	60.04	405,742,868	21,505	39.96	239,169,165	53,811	644,912,033
2550	36,780	58.84	600,036,327	25,731	41.16	296,410,973	62,511	896,447,300

ที่มา: World Trade Atlas (2551)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดออสเตรเลียยังคงมีความต้องการรถยนต์จากประเทศไทยในอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากตลาดรถยนต์ของออสเตรเลียมียขนาดใหญ่ และประชาชนมีอำนาจซื้อที่ยังคงค่อนข้างดีอยู่ ซึ่งนำมาสู่รายได้ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นจากการทำการค้ากับออสเตรเลียได้อย่างมาก

สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ

สภาพการแข่งขันในประเทศถือเป็นตัวกำหนดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศที่สำคัญ เนื่องจากการแข่งขันเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้นและนำไปสู่ข้อได้เปรียบที่ยั่งยืน จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันมีผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 14 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออก โดยผู้ผลิตส่วนมากเป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่ซึ่งมีกำลังการผลิตมากกว่า 10,000 คันต่อปี และมีผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 100,000 คันต่อปี เช่น โตโยต้า มีกำลังการผลิตกว่า 500,000 คัน อิซูซุ มีกำลังการผลิตกว่า 200,000 คัน นิสสัน มีกำลังการผลิตกว่า 150,000 คัน ฮอนด้า มีกำลังการผลิตประมาณ 150,000 คัน ทั้งนี้ การที่บริษัทผู้ประกอบการได้ขยายกำลังการผลิตเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐของไทย

หลังจากที่มีการประกาศยกเลิกข้อบังคับเรื่องการใช้ชิ้นส่วนในประเทศในปี 2543 อีกทั้งการแก้ไขพระราชบัญญัติว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวในปี 2542 ตามเงื่อนไขเงินกู้ของ IMF เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการลงทุนของคนต่างชาติและเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในประเทศ รวมทั้งปรับให้กฎหมายดังกล่าวสอดคล้องกับมาตรฐานสากล นโยบายดังกล่าวเป็นแรงดึงดูดสำคัญให้บริษัทรถยนต์ข้ามชาติเลือกประเทศไทยเป็นฐานการลงทุนสำหรับภูมิภาคอาเซียน ตามยุทธศาสตร์ขยายการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ในเอเชีย ซึ่งรวมถึงจีน อินเดียและอาเซียน โดยค่ายรถญี่ปุ่นได้ปรับยุทธศาสตร์การลงทุนหลังวิกฤตเศรษฐกิจโดยเลือกไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ในอาเซียนสำหรับรถบางประเภท เช่น โตโยต้า กำหนดให้ไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลสำหรับผู้มีรายได้สูง คือ รถยนต์รุ่น Camry และ Collora Altis สำหรับ Hino Motor ใช้ไทยเป็นฐานผลิตรถบรรทุกสำหรับภูมิภาค ส่วนฮอนด้าก็ผลิตรถรุ่น City และ Jazz ในไทยเพื่อส่งออกไปยังอาเซียนและญี่ปุ่น

นอกจากการปรับแผนการผลิตระยะสั้นและระยะกลางข้างต้นแล้ว ผู้ผลิตรถยนต์ข้ามชาติยังได้กำหนดแผนระยะยาวโดยย้ายฐานการผลิตรถปิกอัพจากญี่ปุ่นมายังประเทศไทยแทน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการปรับโครงสร้างการผลิตที่ต้องการลดการผลิตรุ่นดังกล่าวที่มีตลาดขนาดเล็กในญี่ปุ่น และมาขยายกำลังผลิตในประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่รองรับแทน นโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยจึงสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของผู้ผลิตรถยนต์ข้ามชาติเหล่านั้น จึงทำให้ไทยถูกพัฒนาเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถปิกอัพแทนที่โรงงานรถปิกอัพในญี่ปุ่น โดย

ค่ายรถญี่ปุ่นและกลุ่มพันธมิตรสหรัฐ-ญี่ปุ่น เช่น มิตซูบิชิ จีเอ็ม ฮิซุซุ โตโยต้า นิสสัน ฟอर्ड มาสด้า ต่างเลือกไทยให้เป็นฐานการผลิตรถปิกอัพเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลกทั้งสิ้น (ยกเว้นเพียง ตลาดอเมริกาเหนือซึ่งมีฐานการผลิตขนาดใหญ่อยู่แล้ว) หลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจเอเชีย ผู้ผลิตรถยนต์หลายรายได้ปรับแผนการลงทุนในประเทศไทยใหม่ โดยเพิ่มกำลังการผลิตรถยนต์สำหรับการส่งออก รวมทั้งสร้างโรงงานประกอบรถยนต์เพิ่มเติม นอกจากนี้ ยังพยายามลดต้นทุนการผลิต โดยหันมาใช้ชิ้นส่วนรถปิกอัพในไทยมากขึ้นจากร้อยละ 60-70 เป็นร้อยละ 90 หรือมากกว่า โดยการถ่ายทอดงานด้านวิศวกรรมให้กับโรงงานผลิตในไทย รวมทั้งให้โรงงานในไทยมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมุ่งที่ Product Engineering Process ในขณะที่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา (Product Planning and Development) ยังคงดำเนินการในประเทศญี่ปุ่น

อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะพิเศษ เนื่องจากการกระจุกตัวสูงทั้งใน ด้านกายภาพและการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายในลักษณะห่วงโซ่อุปทานจนเกิดเป็นคลัสเตอร์ของ อุตสาหกรรมขึ้นอย่างชัดเจน ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตของบริษัทรถยนต์จำนวน 14 ราย อีกทั้ง ยังมีโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ 5 ราย รวมทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ 386 ราย ผู้ผลิตชิ้นส่วน รถจักรยานยนต์ 2,010 ราย และผู้ผลิตชิ้นส่วนทั้งสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์อีก 122 ราย นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมสนับสนุนโดยตรงอีกกว่า 1,000 ราย

โรงงานประกอบรถยนต์และชิ้นส่วนตลอดจนอุตสาหกรรมสนับสนุนข้างต้นมีการกระจุก ตัวหนาแน่นในบริเวณกรุงเทพฯ และปริมณฑล และได้ขยายไปยังพื้นที่บริเวณชายฝั่งตะวันออก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากระบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่จำเป็นต้องมี ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยง ของห่วงโซ่อุปทานระหว่างโรงงานประกอบรถยนต์กับโรงงานผลิตชิ้นส่วนประเภท OEM โรงงาน 1st Tier และ 2nd Tier ตลอดจนอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยมีระบบขนส่งทางบกไปยังพื้นที่ส่วน ต่างๆ ของประเทศและการขนส่งสินค้าทางเรือสำหรับตลาดส่งออกผ่านท่าเรือหลักที่แหลมฉบัง คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมยานยนต์มีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการมากถึงร้อยละ 75 ในภาค กลาง รองลงมาคือพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกร้อยละ 16 และพื้นที่อื่นของประเทศอีกร้อยละ 9 (สักรินทร์, 2549)

งานวิจัยและพัฒนารายณ์ดของประเทศไทย

ปัจจุบันเริ่มมีแนวโน้มใหม่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมรายณ์ดของประเทศไทย กล่าวคือ บริษัทรายณ์ดค่ายญี่ปุ่นได้เริ่มก่อตั้งฐานวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นกิจจะลักษณะขึ้นในประเทศไทย นับว่าแตกต่างจากเดิมซึ่งแม้บริษัทเหล่านี้ได้ก่อตั้งศูนย์เทคนิคในประเทศไทย แต่ส่วนใหญ่ทำหน้าที่หลักเพียงตัวกลางประสานงานระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนาที่บริษัทแม่กับบริษัทลูกในประเทศไทยเท่านั้น

จากการที่ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรายณ์ดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบกับคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในกิจการวิจัยและพัฒนา ส่งผลให้บริษัทรายณ์ดญี่ปุ่นหลายค่ายก่อตั้งฐานการออกแบบ วิจัย พัฒนา และวิศวกรรมเกี่ยวกับรายณ์ดขึ้นในประเทศไทย สำหรับค่ายแรก คือ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เริ่มทำการวิจัยและพัฒนาเล็กๆ น้อยๆ ในประเทศไทยมาบ้างแล้ว โดยในปี 2535 ได้เริ่มโครงการผลิตรายณ์ดโซลูน่า มีเป้าหมายผลิตรายณ์ดคุณภาพดีราคาถูกลงเพื่อสกัดกั้นและคุมกำเนิดรายณ์ดจากเกาหลีใต้ที่กำลังมาแรงในยุคนั้น แม้การพัฒนารายณ์ดแบบนี้เกือบทั้งหมดจะดำเนินการโดยทีมงานโตโยต้าในญี่ปุ่น แต่ทีมงานในไทยก็ได้ร่วมดำเนินการในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษา เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ ต่อมาประเทศไทยเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้โครงการต้องหยุดชะงักลงชั่วคราว และเมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้น โตโยต้าจึงตัดสินใจครั้งสำคัญ โดยประกาศเมื่อเดือนมิถุนายน 2546 จัดตั้งฐานวิจัยและพัฒนาด้้านรายณ์ดขึ้นในประเทศไทย โดยร่วมมือการออกแบบกับศูนย์วิจัยและพัฒนาของโตโยต้าในประเทศออสเตรเลียที่จัดตั้งขึ้นพร้อมกัน โครงการดังกล่าวมีการลงทุนมากถึง 3,700 ล้านบาท เกิดการจ้างงานมากกว่า 400 คน ดำเนินการโดยบริษัท โตโยต้าเทคนิคอลเซ็นเตอร์เอเชียแปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนเมื่อปลายปี 2546 โดยสถานที่ตั้งอยู่บริเวณอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทที่สอง คือ อีซูซุ ซึ่งโรงงานประกอบรายณ์ดอีซูซุในประเทศไทยเริ่มจัดตั้งแผนกที่รับผิดชอบในด้านวางแผนผลิตและวิศวกรรมมาตั้งแต่ปี 2523 ต่อมาในปี 2534 ได้ยกระดับศูนย์วิจัยเทคโนโลยีแห่งนี้ขึ้นเป็นบริษัทแยกต่างหากโดยใช้ชื่อว่าบริษัท อีซูซุเทคนิคัลเซ็นเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างไรก็ตาม ในอดีตที่ผ่านมา ศูนย์เทคโนโลยีของอีซูซุในไทยมีบทบาทค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางประสานงานระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนาในญี่ปุ่นกับบริษัทอีซูซุในประเทศไทย รวมถึงการนำรายณ์ดต้นแบบมาทดสอบในประเทศไทย โดยรับผิดชอบการวิจัย พัฒนา และออกแบบในลักษณะ Minor Change เท่านั้น แต่ปัจจุบันสถานการณ์ได้เปลี่ยนแปลงไป

โดยบริษัทอิซูซุของญี่ปุ่นได้ย้ายฐานการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน จากญี่ปุ่นมายังประเทศไทย ดังนั้น จึงวางแผนให้ไทยเป็นฐานการผลิตอย่างครบวงจร โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการออกแบบและทดสอบชิ้นส่วนรถยนต์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

บริษัท อิซูซุเทคนิคัลเซ็นเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จึงขยายบทบาทไปสู่การวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะรถกระบะขนาด 1 ตัน รถยนต์ 6 – 10 ล้อ และรถยนต์ SUV ขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากรถกระบะดีแมคซ์ โดยตั้งเป้าหมายว่าในอนาคตการออกแบบรถยนต์ปิกอัพขนาด 1 ตัน จะดำเนินการในประเทศไทยทั้งหมด โดยจะออกแบบในญี่ปุ่นเฉพาะชิ้นส่วนยากๆ เท่านั้น จากโครงการข้างต้น บริษัทอิซูซุจึงตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติมอีก 200 ล้านบาท เพื่อก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอย่างเป็นทางการขึ้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อกลางปี 2547 นับเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนา นอกประเทศญี่ปุ่นแห่งที่ 3 ของอิซูซุ ต่อจากศูนย์วิจัยและพัฒนาในสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน

ต่อมาในเดือนตุลาคม 2548 บริษัทฮอนด้าได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการวิจัยและพัฒนา รถยนต์ มีเงินลงทุน 2,400 ล้านบาท เพื่อก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รถยนต์ประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกขึ้นในประเทศไทย ดำเนินการในนามบริษัท ฮอนด้าอาร์แอนด์ดีเอเซีย-แปซิฟิก จำกัด โดยกำหนดก่อสร้างศูนย์วิจัยแล้วเสร็จและเปิดดำเนินการในปี 2550 นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะก่อสร้างสนามทดสอบแห่งใหม่ขึ้นอีกด้วยในอนาคต และเมื่อเดือนธันวาคม 2548 ได้มีการให้การส่งเสริมการลงทุนแก่โครงการวิจัยและพัฒนาของ บริษัทนิสสัน ซึ่งดำเนินการในนามบริษัท นิสสันเช่าท์อัสต์เอเซีย จำกัด มีเงินลงทุน 170 ล้านบาท เพื่อก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาในประเทศไทย โดยก่อตั้งบริเวณ กม. 22 ถนนบางนา-ตราด ซึ่งอยู่ภายในโรงงานประกอบรถยนต์ของนิสสัน

สำหรับโครงการวิจัยและพัฒนาดังกล่าวข้างต้นจะมีขอบข่ายธุรกิจค่อนข้างคล้ายคลึงกัน โดยครอบคลุมถึงขั้นตอนต่างๆ กล่าวคือ การวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning) เป็นการพบปะกับผู้แทนจำหน่ายเพื่อนำข้อมูลไปทำแผนในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทั้ง Minor Change และ Full Model Change ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การออกแบบทางอุตสาหกรรม (Industrial Design) เป็นการออกแบบรูปลักษณ์รถยนต์ รวมถึงการทำโมเดลของรถยนต์ขึ้นจากดินเหนียวหรือไฟเบอร์กลาสตั้งแต่ขนาดย่อส่วนจนถึงขนาด

ใหญ่เท่ากับของจริง

การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) เป็นการออกแบบ Prototype Drawing และ Production Drawing เพื่อให้สามารถนำแบบมาผลิตได้ โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนจะเข้ามาร่วมมือกับบริษัทรถยนต์ในการออกแบบขั้นตอนนี้ ซึ่งจะส่งผลดีทางอ้อมทำให้รถยนต์ที่ออกแบบเสร็จแล้วมีแนวโน้มใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเป็นสัดส่วนมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Body Interior/Exterior Design เป็นการออกแบบโครงสร้างตัวถังและชิ้นส่วน
2. Chassis Design เป็นการออกแบบช่วงล่างรถยนต์ โดยครอบคลุมถึงระบบการทรงตัว ระบบเบรก ระบบพวงมาลัย เป็นต้น
3. Electrical Design เป็นการออกแบบระบบสายไฟ เครื่องปรับอากาศ แบตเตอรี่ ระบบเครื่องเสียง
4. Engine Design เป็นการออกแบบชิ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องยนต์

การทดสอบรถยนต์ (Vehicle Experiment) เป็นการทดสอบสมรรถนะของรถยนต์ และชิ้นส่วน ทดสอบความทนทาน การปล่อยไอเสีย ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความสะดวกสบายของผู้โดยสาร เป็นต้น โดยการจำลองการทำงานและการขับทดสอบจริงเพื่อให้ฝ่ายออกแบบนำไปใช้ปรับปรุงงานต่อไป สำหรับการขับทดสอบจริงจะดำเนินการภายในสนามทดสอบซึ่งมีขนาดใหญ่มาก เพื่อให้รถยนต์สามารถเล่นได้สูงสุดตามที่กำหนด เป็นต้นว่า ขับด้วยความเร็วสูงถึง 200 - 300 กม./ชั่วโมง ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีสนามทดสอบขนาดใหญ่เช่นนี้ ดังนั้น จะต้องนำรถยนต์ต้นแบบไปทดสอบในญี่ปุ่น อย่างไรก็ดีตาม บริษัทรถยนต์บางค่ายได้มีแผนก่อสร้างสนามทดสอบขนาดใหญ่ขึ้นในประเทศไทย ภายหลังทดสอบในสนามทดสอบจนเกิดความมั่นใจแล้ว ยังต้องนำรถยนต์ไปทดสอบในถนนจริงด้วยเพื่อให้มั่นใจยิ่งขึ้นว่ารถยนต์ดังกล่าวจะสามารถใช้ได้ดีในสภาพภูมิประเทศต่างๆ โดยพื้นที่ซึ่งได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษ คือ จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศหลากหลาย ทั้งในส่วนภูเขาและที่ราบ

การจัดการกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี (Planning, Technology & Process Management) เป็นการวิจัยและพัฒนาถึงกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อประหยัดเวลาทำงาน ลดต้นทุน และปรับปรุงคุณภาพ

การศึกษา Feed Back ของลูกค้าหลังการจำหน่าย คือ การศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อรถยนต์ โดยจะเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนที่เชิญมาทดสอบขับรถยนต์ สัมภาษณ์ลูกค้าว่าพึงพอใจมากน้อยเพียงใดกับรถยนต์ที่ซื้อไป สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ศึกษาข้อมูลของศูนย์บริการรถยนต์เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรถยนต์ของลูกค้า

โครงการวิจัยและพัฒนารถยนต์ของค่ายญี่ปุ่นดังกล่าวข้างต้นมีส่วนแตกต่างกันอยู่บ้างในบางรายละเอียด โดยบางบริษัทเน้นให้กิจการในประเทศไทยทำการวิจัยและพัฒนาเฉพาะขั้นต้นน้ำ กล่าวคือ การออกแบบทางอุตสาหกรรม จากนั้นจะออกแบบในรายละเอียดทางวิศวกรรมในญี่ปุ่น ขณะที่บางบริษัทกลับทำตรงกันข้าม คือเน้นให้ประเทศไทยทำการวิจัยและพัฒนาในขั้นปลายน้ำ กล่าวคือ การออกแบบทางอุตสาหกรรมจะดำเนินการในญี่ปุ่นเป็นหลัก จากนั้นจะมาออกแบบรายละเอียดทางวิศวกรรมสำหรับชิ้นส่วนแต่ละชิ้นในประเทศไทย

นอกจากการวิจัยและพัฒนารถยนต์ของตนเองแล้ว ศูนย์วิจัยและพัฒนาเหล่านี้ยังต้องทำการวิจัยและพัฒนาเครื่องยนต์คู่แข่งอย่างไม่คิดมูลค่าอีกด้วย โดยเมื่อบริษัทคู่แข่งวางตลาดเครื่องยนต์รุ่นใหม่แล้ว ก็จะไปซื้อมาขับทดสอบ จากนั้นจะทำการรื้อรถยนต์ของคู่แข่งออกเป็นชิ้นๆ เพื่อศึกษาว่ามีจุดเด่นหรือจุดด้อยกว่ารถยนต์ของตนเองอย่างไรบ้าง เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงรถยนต์ของตนเองให้เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ

นโยบายภาครัฐของประเทศไทย

ในอดีตรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนมาโดยตลอด สามารถจำแนกออกเป็นสองส่วนคือ

นโยบายที่เกี่ยวกับการค้า นโยบายที่เกี่ยวกับการค้าจะเป็นการให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนภายในประเทศจากการแข่งขันของสินค้าในตลาดโลก การ

คุ้มครองในลักษณะนี้มีอยู่ 2 แบบ คือ การให้การคุ้มครองโดยใช้มาตรการทางภาษีอากร ได้แก่ การกำหนดภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปและการกำหนดกำแพงภาษีสำหรับชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น และการคุ้มครองที่ใช้มาตรการทางภาษี เช่น การห้ามนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป **นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิต** ได้แก่ การจำกัดจำนวนรุ่นและแบบ การห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ใหม่ เป็นต้น ตั้งแต่มีการเริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ดังนี้

ในปี 2504 รัฐบาลเริ่มให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมรถยนต์ โดยการส่งเสริมให้มีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูป (Complete Knocked Down : CKD) มาประกอบเป็นรถยนต์สำเร็จรูป โดยให้สิทธิพิเศษแก่กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน โดยลดอัตราภาษีนำเข้าในส่วน of ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูป ส่งผลให้มีโรงงานประกอบรถยนต์และการประกอบรถยนต์เพิ่มขึ้น โดยลำดับ ต่อมาในปี 2507 รัฐบาลเริ่มให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ในปี 2512 รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ต่อมาในปี 2518 รัฐบาลประกาศมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ (Local Content Requirement) สำหรับรถยนต์ และเนื่องจากปัญหาการขาดดุลการค้าอย่างต่อเนื่องในขณะนั้นทำให้ในปี 2521 กระทรวงพาณิชย์ประกาศห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป และมีการปรับเปลี่ยนอัตราภาษีนำเข้าสำหรับชิ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูป (CKD) เพื่อบรรเทาปัญหาการขาดดุลการค้า รวมทั้งประกาศห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเพื่อไม่ให้มีผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันกันมากเนื่องจากตลาดในประเทศมีขนาดเล็ก ในปี 2527 รัฐบาลได้ออกมาตรการจำกัดรุ่นและแบบการประกอบรถยนต์นั่งเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) แก่ผู้ผลิตรถยนต์และชิ้นส่วน ในปี 2533 เริ่มมีการเปิดเสรีมากขึ้นในอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยรัฐบาลได้ประกาศยกเลิกการจำกัดรุ่นและแบบรถยนต์นั่งที่กำหนดไว้แต่เดิม ในปี 2534 รัฐบาลได้ดำเนินการปรับโครงสร้างภาษีในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนครั้งสำคัญ โดยการปรับลดภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปและชิ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูป ทั้งนี้การปรับลดอัตราภาษีนำเข้าส่งผลให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2537 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ประกาศเปิดให้การส่งเสริมการลงทุน กิจกรรมประกอบรถยนต์อีกครั้งหนึ่งหลังจากปิดให้การส่งเสริมตั้งแต่ปี 2514 เพื่อเป็นการเพิ่มการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนเพื่อการส่งออก ในปี 2543 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ และปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์ใหม่ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 ส่งผลให้มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ในปี 2545 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน เพื่อจูงใจผู้ผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนย้ายฐานการผลิตมาตั้งในประเทศไทย ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มที่จะเปิดเสรีมากขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันมีการพัฒนาแหล่งผลิตในแต่ละภูมิภาคเพื่อสร้างเครือข่ายในการผลิตชิ้นส่วน การพัฒนาเครือข่าย และการจัดหาชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีลักษณะเป็น World Wide Purchase นอกจากนี้การปรับลดภาษีตามกรอบข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่ประเทศสมาชิกต้องปรับลดภาษีนำเข้ารถยนต์เหลือร้อยละ 0-5 ในปี 2546 ซึ่งไทยได้ดำเนินการแล้ว

จากการดำเนินการตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี ตั้งแต่ปี 2545-2549 ทำให้ปริมาณการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยมีมากกว่า 1 ล้านคันต่อปี ประมาณร้อยละ 70 เป็นการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน สำหรับแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ.2550-2554 กระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ “ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศไทย โดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่ง” โดยเฉพาะรถบรรทุกขนาด 1 ตัน และรถยนต์นั่ง ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมและปลอดภัย รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบและวิศวกรรม และกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องของภูมิภาคนี้

การประมาณการในอุตสาหกรรมยานยนต์ของปี 2554 (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2551)

1. ในปี 2550 มีกำลังการผลิตรถยนต์ 1,650,000 คัน ในปี 2554 จะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นอีกประมาณ 850,000 คันต่อปี ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออก
2. ประเทศไทยจะผลิตรถยนต์มากกว่า 1.8 ล้านคันต่อปี (รถกระบะขนาด 1 ตัน ประมาณ 1.2 ล้านคัน) และส่งออกมากกว่าร้อยละ 55 โดยมีมูลค่าการผลิตมากกว่า 1 ล้านล้านบาท

3. ประเทศไทยจะผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยมีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 4 แสนล้านบาทต่อปี

4. ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วน มีการออกแบบ วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ โดยมีมูลค่าเพิ่มในประเทศมากกว่าร้อยละ 70

โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: การเสริมสร้างผลิตภาพระดับสูงทั่วทั้งอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็น Lean Supply Chain (Productivity Thrust)

กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาตลาดอย่างเป็นระบบที่ต่อเนื่องและเสริมซึ่งกันและกัน (Market Expansion and Integration Thrust)

กลยุทธ์ที่ 3: การพัฒนาเทคโนโลยีและการเสริมสร้างความสามารถในการวิจัย การออกแบบและวิศวกรรม (Technology and Engineering Capability Thrust)

กลยุทธ์ที่ 4: การพัฒนานุคลากรทั้งในระดับบริหารและการดำเนินการผลิต (Human Resource Thrust)

กลยุทธ์ที่ 5: การส่งเสริมการลงทุนและการเชื่อมโยง (Investment and Linkage Thrust)

ผลที่คาดว่าจะได้รับในการดำเนินการแผนแม่บท พ.ศ.2550-2554 คือ

1. ความสามารถในการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของเอเชียที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ทั้งในตลาดยานยนต์และชิ้นส่วน และการลงทุน การขยายตัวบรรลุผลตามเป้าหมาย

2. ความสามารถในการด้านเทคโนโลยี และการสร้างมูลค่าในประเทศที่สูงขึ้น

3. ผลกระทบต่อมวลรวมของประเทศสูงขึ้น และยกระดับการจ้างงานในอุตสาหกรรมให้สูงขึ้น

สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียนับเป็นประเทศที่มีการเปิดเสรีตลาดรถยนต์มากที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และในโลกประเทศหนึ่ง ประเทศออสเตรเลียได้มีแผนการลดภาษีรถยนต์จากร้อยละ 10 ให้เหลือร้อยละ 5 ภายในปี 2553 โดยในระหว่างที่รัฐบาลปรับลดภาษีนำเข้ารถยนต์ รัฐบาลก็ได้มีการให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมในประเทศเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติได้ โดยความช่วยเหลือนี้จะสิ้นสุดลงในปี 2558 ซึ่งคาดว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของออสเตรเลียจะมีการพัฒนาพร้อมที่จะแข่งขันต่อไป

การนำเข้ารถยนต์ของประเทศออสเตรเลีย

การนำเข้ารถยนต์นั่ง

ออสเตรเลียมีการนำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับที่หนึ่ง ด้วยจำนวนเฉลี่ยในช่วงปี 2542 – 2550 สูงถึง 311,586 คันต่อปี เป็นมูลค่าเฉลี่ยกว่า 3,848 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2550 ออสเตรเลียมีปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งจากญี่ปุ่นจำนวน 344,426 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.78 ของปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งทั้งหมดของออสเตรเลีย สำหรับการนำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศไทย ในช่วงปี 2542-2547 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 5,266 คันต่อปี ด้วยมูลค่ากว่า 65 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี จากนั้นออสเตรเลียได้นำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 31,386 คันในปี 2548 และเพิ่มขึ้นเป็น 91,803 คันในปี 2550 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.28 จากปี 2549 และคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 1,354 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังตารางที่ 11

สำหรับการนำเข้ารถยนต์นั่งจากเยอรมนี หากพิจารณาตามปริมาณการนำเข้า จะพบว่าเป็นจำนวนที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ แต่ด้วยที่รถยนต์นั่งของเยอรมนีที่ส่งออกไปยังออสเตรเลียเป็นรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ ที่มีขนาดความจุกระบอกสูบมากกว่า 3,000 CC ทำให้คิดเป็นมูลค่าที่สูง โดยในปี 2550 ออสเตรเลียได้นำเข้ารถยนต์นั่งจากเยอรมนีทั้งสิ้นจำนวน 42,668 คัน เป็นมูลค่ากว่า 1,419 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่การนำเข้ารถยนต์นั่งจากเกาหลีให้มีจำนวนที่สูงถึง

100,773 คันในปี 2550 แต่คิดเป็นมูลค่าที่น้อยกว่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากเยอรมนีอยู่ประมาณ 286 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นั่นแสดงให้เห็นว่า ราคาของรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้มีราคาที่ต่ำกว่ารถยนต์นั่งของเยอรมนี

ตารางที่ 11 สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งของประเทศออสเตรเลียจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

(มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ญี่ปุ่น		เกาหลีใต้		ไทย		เยอรมนี		สหรัฐอเมริกา		แอฟริกาใต้		สหราชอาณาจักร	
	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า
2542	57.32	2,543.65	20.38	435.31	0.79	48.95	6.99	473.00	3.13	169.38	1.07	81.29	1.88	165.12
2543	61.71	2,795.36	18.13	503.97	0.93	55.18	5.95	413.57	3.15	185.09	1.47	117.30	1.71	150.36
2544	57.31	2,521.75	11.72	342.29	0.97	52.06	6.84	529.32	2.55	181.05	1.92	163.55	3.58	205.59
2545	60.18	2,999.06	10.18	316.34	1.25	60.76	5.96	562.22	3.10	256.70	2.19	210.93	2.89	208.63
2546	59.84	3,956.45	10.23	359.47	1.30	90.73	7.00	855.10	2.54	274.67	3.80	331.11	2.73	250.65
2547	60.29	4,879.37	11.74	511.82	1.15	86.52	6.60	884.72	2.91	317.00	3.88	357.74	1.98	223.36
2548	56.01	4,975.31	12.53	739.05	4.84	449.32	4.36	874.66	2.82	321.64	5.03	561.06	1.58	256.35
2549	50.20	4,753.75	13.90	921.86	8.04	769.31	5.15	1,075.80	3.28	392.98	5.74	637.49	1.16	206.46
2550	45.78	5,209.53	13.40	1,132.29	12.20	1,354.24	5.67	1,419.06	4.96	720.675	4.31	559.20	1.40	337.48
อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	4.96	10.17	3.96	15.51	75.41	79.38	6.55	16.37	16.28	22.29	31.81	29.49	9.96	12.16

ที่มา: จากการคำนวณ และ World Trade Atlas (2551)

การนำเข้ากระดูกะบะ

ออสเตรเลียได้นำเข้ากระดูกะบะจากญี่ปุ่นเป็นอันดับที่ 1 มาตลอดช่วงปี 2542-2545 โดยเฉลี่ยจำนวน 47,664 คันต่อปี เป็นมูลค่าเฉลี่ยปีละ 509 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2542 ออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะจากญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 57.14 ของการนำเข้ากระดูกะบะทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้ขึ้นเป็นประเทศอันดับที่ 1 ที่ออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะมากที่สุด โดยในปี 2550 ออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะจากไทยจำนวน 62,511 คันคิดเป็นร้อยละ 38.94 ของการนำเข้ากระดูกะบะทั้งหมด โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 896,447,300 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงขึ้นจากปี 2549 ถึงร้อยละ 38.85 ในขณะเดียวกันออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะจากญี่ปุ่นในจำนวนที่ลดลงโดยในปี 2550 มีจำนวน 20,938 คัน

ตลอดช่วงปี 2542-2546 ออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะจากสเปนเป็นจำนวนเฉลี่ย 1,179 คันต่อปี และได้เพิ่มขึ้นเป็น 19,059 คันในปี 2550 เป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 164.09 จากปี 2549 คิดเป็นมูลค่า 429,724,948 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือว่าสเปนเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 3 ที่ออสเตรเลียนำเข้ากระดูกะบะมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้ารถกระบะของประเทศออสเตรเลียจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

(มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ไทย		ญี่ปุ่น		สเปน		เยอรมนี		สหรัฐอเมริกา	
	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า
2542	27.60	272.56	57.14	645.03	0.55	7.56	3.04	30.72	1.12	10.08
2543	39.79	370.33	45.71	491.36	0.87	10.29	2.65	28.03	1.19	9.94
2544	37.25	238.01	49.19	373.70	1.49	11.53	3.79	33.81	1.06	5.62
2545	32.40	263.11	52.91	526.53	1.65	16.64	1.10	12.83	0.76	6.03
2546	43.76	467.24	40.34	557.31	1.72	24.06	1.76	28.49	0.67	6.23
2547	45.40	606.28	40.27	678.26	2.04	37.00	1.81	40.41	0.88	11.18
2548	46.75	722.40	19.27	424.32	2.47	61.77	2.17	49.35	1.34	17.32
2549	41.78	644.91	20.34	416.40	5.60	146.72	2.74	71.26	1.38	18.14
2550	38.94	896.44	13.04	380.85	11.87	429.72	2.45	100.63	1.02	21.99
อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	13.18	20.68	-9.68	-3.40	60.76	73.51	11.91	27.67	9.06	15.75

ที่มา: จากการคำนวณ และ World Trade Atlas (2551)

นโยบายภาครัฐของออสเตรเลีย

นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์สามารถอธิบายตามหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การปรับลดอัตราภาษีโดยทั่วไป และกับประเทศสมาชิกที่มีการรวมกลุ่มเศรษฐกิจตามสนธิสัญญาโบกอร์ ประเทศสมาชิกในกลุ่มเอเปคตกลงร่วมกันที่จะเปิดเสรีการค้า โดยกำหนดว่าประเทศพัฒนาแล้วจะเปิดเสรีการค้าภายในปี 2553 และประเทศกำลังพัฒนาภายในปี 2563 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันประเทศออสเตรเลียนับได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีการเปิดเสรีในอุตสาหกรรมรถยนต์มากที่สุดในภูมิภาค และในโลกอยู่แล้ว ณ ขณะนี้ อัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลและส่วนประกอบของออสเตรเลียอยู่ที่ร้อยละ 10 จนกระทั่งถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2552 และก็จะลดลงเหลือร้อยละ 5 นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ส่วนอัตราภาษีทั่วไปสำหรับรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้ออยู่ที่ร้อยละ 5 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันออสเตรเลียก็ไม่ได้มีการคิดภาษีในรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ให้กับประเทศสมาชิกของการรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่มีอยู่

2. การส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ รัฐบาลออสเตรเลียมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์จากต่างชาติโดยไม่มีการตั้งข้อกำหนดเกี่ยวกับเรื่องการค้าส่วนวัตถุดิบภายในประเทศแต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีข้อกำหนดเรื่องสัดส่วนการถือหุ้นจากต่างชาติ และการนำผลกำไรกลับประเทศ

3. เขตการผลิตปลอดภาษี (Manufacturing free trade zones) ถึงแม้ออสเตรเลียจะไม่มีเขตการผลิตปลอดภาษีอย่างแท้จริง ตามคำนิยาม แต่ก็มีความที่เรียกว่าเขตการผลิตสินค้าทัณฑ์บน หรือ Manufacture in Bond โดยที่สินค้าที่เข้ามาหรือผลิตในเขตดังกล่าวแล้วมีการส่งออก ก็จะไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า แต่หากสินค้านำเข้ามาในเขตนี้แล้วนำมาขายในประเทศก็จะต้องมีการเสียภาษีนำเข้า ซึ่งเป็นนโยบายที่ช่วยผู้ผลิตในประเทศที่ทำการส่งออก

4. Duty Drawback Arrangements เป็นแผนการที่ช่วยบริษัทส่งออกในเรื่องของการคืนเงินภาษีให้รวดเร็วขึ้น โดยไม่จำกัดอยู่เฉพาะอุตสาหกรรมรถยนต์เท่านั้น แต่สำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์จะรวมถึงภาษีศุลกากรขาเข้าและภาษีขาย ในสินค้านำมาผลิตต่อเพื่อการส่งออก หรือที่

นำเข้าแล้วมีการส่งออกต่อไป และ Tariff Export Concession Scheme (TEXCO) จะเป็นกระบวนการที่เสริมขึ้นมาเพื่อให้บริษัทที่ทำการส่งออกไม่ต้องเสียภาษีเหล่านี้ตั้งแต่แรก หากเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออก

5. Automotive Competitiveness and Investment Scheme (ACIS) เป็นโครงการที่รัฐบาลออสเตรเลียสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมยานยนต์โดยตรง โดยมีระยะเวลาของโครงการตั้งแต่ปี 2544 ไปจนถึง 2558 (รัฐบาลได้ขยายมาจากเวลาเดิมที่สิ้นสุดที่ปี 2548) โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อทดแทนโครงการส่งเสริมการส่งออก (The Export Facilitation Scheme: EFS) และ เพื่อเตรียมพร้อมกับการลดภาษีศุลกากรของรัฐบาล

ACIS เป็นโครงการที่ให้ประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยานยนต์หลายกลุ่มด้วยกันคือ

- อุตสาหกรรมผู้ผลิตรถยนต์ (Motor vehicle producers: MVPs)
- อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive component producers: ACPs)
- อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องจักร เครื่องมือในอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive machine toolers / automotive tooling producers: AMTPs)
- อุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive service providers: ASPs) ซึ่งโดยมากก็หมายถึงการให้บริการการออกแบบโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมยานยนต์

ประโยชน์ของโครงการ ACIS จะเกี่ยวข้องกับการผลิตและการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ และการสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยผลประโยชน์จะอยู่ในรูปของ Credit benefits ที่สามารถนำมาหักลบกับภาษีศุลกากรขาเข้า หรืออาจนำไปขายให้กับธุรกิจอื่นต่อได้ ซึ่งหากแบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมที่จะได้รับผลประโยชน์ และรูปแบบกิจกรรมที่ขอการสนับสนุนจากโครงการ ACIS จะได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1: อุตสาหกรรมผู้ผลิตรถยนต์ (Motor vehicle producers: MVPs)
กิจกรรมที่สามารถขอรับ Credit Benefit ได้ คือ

- การผลิตเพื่อขายในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์
- การผลิตเพื่อการส่งออก
- การลงทุนในโรงงานและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการผลิตยานยนต์ เครื่องยนต์ และส่วนประกอบของเครื่องยนต์

กลุ่มที่ 2: อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย

- อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive component producers: ACPs)
- อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องจักร เครื่องมือในอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive machine toolers / automotive tooling producers: AMTPs)
- อุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive service providers: ASPs)

โดยกิจกรรมที่สามารถขอรับ Credit benefits ได้คือ การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาการลงทุนในโรงงานและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการผลิตส่วนประกอบและเครื่องมือต่าง ๆ

การส่งออกรถยนต์ของประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดออสเตรเลียที่สำคัญ

ในการนำเข้ารถยนต์นั่งของออสเตรเลีย ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไทย เยอรมนี ตามลำดับ ซึ่งในปี 2550 ออสเตรเลียนำเข้ารถยนต์นั่งทั้งสิ้น 752,340 คัน เป็นการนำเข้าจาก 4 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นสัดส่วนร้อยละ 77.05 ของปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งทั้งหมด

สำหรับการนำเข้ารถกระบะของออสเตรเลียในปี 2550 มีจำนวนทั้งสิ้น 160,554 คัน โดยนำเข้าจากประเทศไทยเป็นอันดับที่ 1 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 38.94 ของการนำเข้ารถกระบะทั้งหมด อันดับที่ 2 คือ ประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือ สเปนและเยอรมนี ตามลำดับ

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดประเทศหนึ่งของโลก อีกทั้งมีปริมาณการส่งออกที่สูง และประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศอันดับที่ 1 ของโลกในการส่งออกรถยนต์นั่ง โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศญี่ปุ่นที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา รัสเซีย ออสเตรเลีย แคนาดา สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหราชอาณาจักร เยอรมนี ซาอุดีอาระเบีย ซิลี เป็นต้น ในปี 2542 ญี่ปุ่นมีการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งสิ้น 4,442,599 คัน คิดเป็นมูลค่า 55,264 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาสูงที่สุดด้วยจำนวน 1,695,219 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.16 การส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วงปี 2542 – 2550 โดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 1.9 ล้านคันต่อปี สำหรับการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศญี่ปุ่นไปยังออสเตรเลียโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 เป็นจำนวน 311,586 คันต่อปี ในปี 2550 ญี่ปุ่นส่งออกไปออสเตรเลียจำนวน 344,426 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.78 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของญี่ปุ่นทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหรัฐอเมริกา	38.16	40.52	41.21	41.25	34.89	32.29	32.96	36.16	32.13
รัสเซีย	0.17	0.34	0.80	1.03	1.78	3.73	6.71	8.36	10.76
ออสเตรเลีย	5.37	6.24	6.23	5.92	6.35	6.43	6.49	5.36	4.78
แคนาดา	4.42	4.42	4.92	5.31	4.23	3.51	3.82	3.81	3.66
อาหรับเอมิเรตส์	1.34	1.56	1.92	2.32	2.85	3.50	3.01	2.86	3.35
สหราชอาณาจักร	4.06	3.31	3.76	3.75	5.07	5.22	4.15	3.02	3.11
เยอรมนี	5.99	4.39	3.33	3.59	3.80	3.17	2.72	2.72	2.17
ซาอุดีอาระเบีย	1.38	1.28	1.98	1.89	1.88	1.80	1.98	1.74	1.95
ซิลี	0.56	0.62	0.51	0.58	0.83	1.12	1.71	1.45	1.92
นิวซีแลนด์	3.23	2.66	3.18	3.01	3.31	3.00	2.91	1.90	1.80

ที่มา: จำนวนจาก Japan Export Statistics, World Trade Atlas (2551)

ในการส่งออกกระดาษของประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์นั่งแล้ว มีปริมาณการส่งออกที่น้อยกว่าอย่างมาก ในปี 2542 ประเทศญี่ปุ่นมีการส่งออกกระดาษทั้งสิ้นจำนวน 470,865 คัน โดยส่งออกไปยังออสเตรเลียมากที่สุดด้วยจำนวน 58,793 คัน คิดเป็นสัดส่วน 12.49 ของปริมาณการส่งออกกระดาษทั้งหมด และการส่งออกกระดาษของประเทศญี่ปุ่นจะมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ จนมีปริมาณการส่งออกกระดาษทั้งสิ้นจำนวน 370,582 คันในปี 2550 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นมีการย้ายฐานการผลิตกระดาษเพื่อการส่งออกมายังประเทศในเอเชียมากขึ้น ซึ่งในปี 2550 นี้ รถกระดาษของประเทศญี่ปุ่นถูกส่งออกมายังสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรสต์เป็นอันดับที่ 1 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 7.85 รองลงมาคือ รัสเซีย ออสเตรเลีย อิหร่าน ซิลี ซาอุดีอาระเบีย เปรู แอฟริกาใต้ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 สัดส่วนการส่งออกกระดาษของประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
อาหรับเอมิเรสต์	3.03	3.45	3.74	4.27	5.05	5.27	6.32	9.20	7.85
รัสเซีย	0.11	0.20	0.53	0.84	1.17	1.55	5.15	10.65	7.74
ออสเตรเลีย	12.49	9.93	9.49	11.59	10.93	11.09	7.42	7.15	5.65
อิหร่าน	1.87	0.67	1.51	1.40	1.75	2.77	2.90	3.16	4.55
ซิลี	1.17	1.03	0.74	0.79	0.92	1.06	1.46	3.53	4.55
ซาอุดีอาระเบีย	8.23	8.22	11.53	12.52	10.51	8.39	6.91	2.81	4.30
เปรู	1.66	0.95	0.59	0.52	0.34	0.54	1.19	3.78	3.77
แอฟริกาใต้	0.18	0.43	0.74	0.93	1.40	1.74	2.65	3.40	3.28
สหรัฐอเมริกา	0.03	0.02	0.04	0.05	0.13	0.12	0.56	1.77	2.85
นิวซีแลนด์	2.11	1.92	2.42	2.98	3.33	3.29	2.68	2.32	2.47
อัลจีเรีย	0.37	0.57	0.44	0.98	1.96	2.70	5.21	1.08	1.77
สหราชอาณาจักร	2.69	2.81	2.85	2.49	2.91	2.70	1.74	1.06	0.94

ที่มา: จำนวนจาก Japan Export Statistics, World Trade Atlas (2551)

ประเทศเกาหลีใต้

การส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้ จัดเป็นประเทศอันดับที่ 3 ที่มีการส่งออกรถยนต์นั่งสูงที่สุดของโลก รองจากประเทศญี่ปุ่น และเยอรมนี โดยมีการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 ที่ประมาณ 2.4 ล้านคันต่อปี ประเทศที่นำเข้ารถยนต์นั่งจากเกาหลีใต้ที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เวเนซุเอลา เยอรมนี แคนาดา ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย ญี่ปุ่น เป็นต้น สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่หนึ่งของเกาหลีใต้ในการนำเข้ารถยนต์นั่ง ในปี 2545 เกาหลีใต้ส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหรัฐ ด้วยสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 41.84 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งหมด ในช่วงปี 2542-2550 เกาหลีใต้ส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหรัฐโดยเฉลี่ย 669,618 คันต่อปี สำหรับประเทศคู่ค้าอันดับที่ 2 คือ รัสเซีย จากในปี 2543 เกาหลีใต้ส่งออกรถยนต์นั่งไปยังรัสเซียด้วยจำนวนเพียง 408 คัน และได้เพิ่มเป็น 79,285 คันในปี 2547 และเป็น 302,033 คันในปี 2550 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 72.08 จากปี 2549

สำหรับการส่งออกไปยังออสเตรเลียนั้น ในช่วงปี 2542-2550 โดยเฉลี่ยมีจำนวน 74,771 คันต่อปี ในปี 2550 มีการส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้ไปยังออสเตรเลียจำนวน 100,773 คัน เป็นสัดส่วนร้อยละ 3.13 คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,132 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเกาหลีใต้ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหรัฐอเมริกา	18.87	29.36	34.38	41.84	35.99	30.77	24.65	22.81	20.70
รัสเซีย	0.11	0.02	0.34	0.45	1.37	2.85	4.50	5.80	9.37
เวเนซุเอลา	0.74	1.99	2.24	0.81	0.26	0.65	1.40	3.09	3.55
เยอรมนี	2.43	1.92	2.43	2.57	3.90	3.01	3.70	3.62	3.50
แคนาดา	1.75	3.55	4.68	5.48	5.93	4.69	4.01	3.65	3.33
ออสเตรเลีย	3.61	4.26	3.05	2.78	2.73	2.39	2.81	3.24	3.13
ซาอุดีอาระเบีย	0.93	1.25	1.44	1.21	1.33	1.83	2.31	2.62	3.02
ญี่ปุ่น	0.46	1.45	0.23	0.72	1.02	2.36	2.65	2.54	2.97
โคลัมเบีย	0.30	0.63	0.59	0.64	0.41	1.07	1.54	2.17	2.90
สเปน	3.97	4.29	3.57	3.46	3.93	4.19	4.42	4.05	2.82
อิตาลี	4.68	5.47	5.21	4.37	4.55	3.54	4.04	3.36	2.52

ที่มา: จำนวนจาก South Korea Export Statistics, World Trade Atlas (2551)

ประเทศเยอรมนี

เยอรมนีเป็นประเทศอันดับที่ 2 ของโลกที่มีการส่งออกรถยนต์นั่งสูงสุด โดยในปี 2542 มีจำนวน 3,652,839 คัน เพิ่มขึ้นเป็น 4,414,616 คันในปี 2547 และเป็นจำนวน 5,001,928 คันในปี 2550 คิดเป็นมูลค่า 138,717 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีประเทศคู่ค้าที่นำเข้ารถยนต์จากเยอรมนีที่สำคัญ ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฝรั่งเศส สเปน เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ รัสเซีย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยในปี 2542 เยอรมนีส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหรัฐสูงสุด ด้วยจำนวน 467,559 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.8 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา เยอรมนีส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหราชอาณาจักรเป็นอันดับที่ 1 โดยมีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2544 – 2550 เป็นจำนวน 628,862 คันต่อปี และในปี 2550 เยอรมนีส่งออกรถยนต์นั่งไปยังสหราชอาณาจักรทั้งสิ้น 758,988 คัน เป็นมูลค่า 19,768,776,263 ดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 15.18 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของเยอรมนีทั้งหมด และแม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะเป็น

ประเทศที่มีการส่งออกรถยนต์นั่งเป็นอันดับที่ 1 ของโลก แต่ก็มีปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งจากเยอรมนีด้วยจำนวนเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 ประมาณ 116,908 คันต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 สัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเยอรมนีไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหราชอาณาจักร	11.74	10.03	12.43	13.09	14.81	14.40	12.55	13.83	15.17
สหรัฐอเมริกา	12.80	11.59	10.84	12.40	12.94	12.02	12.63	13.79	12.86
อิตาลี	12.35	11.19	10.97	10.30	11.35	10.71	11.18	10.86	10.87
ฝรั่งเศส	10.80	8.39	7.87	7.98	7.55	7.43	8.36	7.77	7.73
สเปน	5.22	5.45	4.98	5.47	6.34	7.23	7.50	7.09	7.21
เบลเยียม	12.79	11.94	10.41	9.75	9.42	8.76	9.06	3.74	5.02
เนเธอร์แลนด์	4.67	4.23	3.67	3.59	3.58	2.99	3.21	3.30	2.94
รัสเซีย	0.38	0.70	1.63	1.89	1.55	0.97	1.15	2.19	2.89
ออสเตรีย	3.17	2.71	2.44	2.28	2.61	2.65	2.64	2.53	2.29
ญี่ปุ่น	3.71	3.51	2.89	2.68	2.52	2.33	2.34	2.17	2.02
สวีเดน	2.21	1.88	1.47	1.51	1.65	1.43	1.65	1.81	1.75
โปแลนด์	0.99	3.22	3.61	2.99	1.55	1.52	0.94	1.26	1.74

ที่มา: จำนวนจาก Germany Export Statistics, World Trade Atlas (2551)

สำหรับการส่งออกรถกระบะของประเทศเยอรมนี เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่น คือ มีปริมาณการส่งออกรถกระบะที่น้อยกว่ารถยนต์นั่งมาก ในปี 2542 มีปริมาณการส่งออกรถกระบะทั้งสิ้น 173,983 คัน เป็นมูลค่า 2,727 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์สูงที่สุดจำนวน 22,815 คัน คิดเป็นร้อยละ 13.12 ของปริมาณการส่งออกรถกระบะของประเทศเยอรมนี ตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา มีการส่งออกรถกระบะไปยังสหราชอาณาจักรด้วยจำนวนที่สูงที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ยในช่วงปี 2546 – 2550 จำนวน 32,131 คันต่อปี ในปี 2550 มีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 251,178 คัน โดยร้อยละ 13.90 เป็นการส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร ร้อยละ 9.49 เป็นการส่งออกไปยังฝรั่งเศส และเพียงร้อยละ 1.57 ที่เป็นการส่งออกรถกระบะของประเทศเยอรมนีไปยังออสเตรเลีย หรือคิดเป็นจำนวน 3,933 คัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 สัดส่วนการส่งออกผลกระทบของประเทศเยอรมนีไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
สหราชอาณาจักร	6.64	4.72	5.05	7.31	14.45	15.93	15.16	13.50	13.90
ฝรั่งเศส	11.49	10.58	11.79	10.18	8.62	9.00	10.26	9.87	9.48
เนเธอร์แลนด์	13.11	12.24	9.70	7.53	6.64	7.92	6.46	6.12	7.02
อิตาลี	11.11	10.89	10.54	7.08	6.60	5.79	5.62	4.90	5.49
ยูเครน	0.19	0.66	2.70	5.66	6.27	4.02	5.37	8.43	5.43
สเปน	5.87	5.34	5.96	4.21	4.51	5.07	4.95	4.37	5.43
เบลเยียม	9.68	8.91	10.99	8.19	3.05	3.39	3.25	4.28	5.39
โปแลนด์	1.55	6.34	5.35	11.88	6.81	4.87	3.14	3.46	4.81
รัสเซีย	0.07	0.34	1.10	1.97	2.89	2.82	3.25	4.21	3.83
สวีเดน	5.28	4.21	3.30	2.65	2.98	1.93	1.93	1.96	2.54
ออสเตรเลีย	1.80	1.23	1.34	0.49	0.84	1.01	1.45	1.61	1.57

ที่มา: จำนวนจาก Germany Export Statistics, World Trade Atlas (2551)

ประเทศสเปน

สเปนเป็นหนึ่งในประเทศคู่ค้าของออสเตรเลีย ที่ออสเตรเลียมีการนำเข้าผลกระทบในปริมาณที่สูง สำหรับการส่งออกผลกระทบของสเปนมีปริมาณเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 เป็นจำนวน 261,153 คันต่อปี โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.78 ต่อปี ในปี 2545 มีปริมาณการส่งออกผลกระทบทั้งสิ้นจำนวน 209,759 คัน ซึ่งลดลงจากปี 2544 ร้อยละ 17.74 แต่ในปี 2550 ปริมาณการส่งออกสูงขึ้นเป็น 358,628 คัน คิดเป็นมูลค่า 6,472 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกไปยังฝรั่งเศสมากที่สุดด้วยจำนวน 160,609 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.79 ของปริมาณการส่งออกผลกระทบของสเปนทั้งหมด และเป็นร้อยละ 5.32 ที่ส่งออกไปยังออสเตรเลีย ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 สัดส่วนการส่งออกกระดาษของประเทศสเปนไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ฝรั่งเศส	35.51	32.94	34.05	34.63	31.45	46.90	51.92	45.49	44.78
สหราชอาณาจักร	12.14	13.27	20.69	16.40	13.38	8.71	7.74	10.52	10.14
เยอรมนี	7.67	8.17	7.20	7.13	7.07	5.68	6.14	8.30	6.68
ออสเตรเลีย	0.27	0.37	0.45	0.74	0.71	0.96	1.31	2.21	5.31
เบลเยียม	4.82	4.90	4.75	3.87	3.75	2.95	3.29	4.66	5.02
อิตาลี	10.24	9.43	7.77	7.21	6.47	5.10	5.66	5.29	4.73

ที่มา: จำนวนจาก Spain Export Statistic, World Trade Atlas (2551)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) วิเคราะห์อุปสงค์การส่งออก (Export Demand) รodynด้นั่งและรดกระบะของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย และความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ของอุตสาหกรรมรodynด้นั่งของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรodynด้นั่งให้เกิดความพร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรodynด้นั่งในภูมิภาคเอเชียและเพื่อให้ประเทศไทยสามารถทำการแข่งขันได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง อันจะส่งผลต่อดุลการค้าของไทยให้ดีขึ้น

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรodynด้นั่งของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ โดยทำการพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) คำนวณได้จากมูลค่าการส่งออกรodynด้นั่งและสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดออสเตรเลีย รวมถึงมูลค่าการส่งออกรodynด้นั่งและสินค้าทั้งหมดของโลกในช่วงปี 2541-2550 ทั้งนี้ยังมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ค่า RCA คือ ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนถึงความได้เปรียบในการส่งออกรodynด้นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย เนื่องจากค่า RCA จะเป็นค่าที่บอกถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรodynด้นั่งของประเทศไทยไปยังตลาดโลก ไม่ได้จำกัดเฉพาะตลาดใดตลาดหนึ่ง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกธัญพืชไปยังตลาดโลก

ประเทศไทย

มูลค่าการส่งออกธัญพืชของประเทศไทยในช่วงปี 2541-2550 มีมูลค่าที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2545 มีมูลค่า 525,741,346 ดอลลาร์สหรัฐ ลดลงมาร้อยละ 21.63 จากมูลค่าการส่งออกธัญพืชในปี 2544 แต่มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดยังคงเพิ่มขึ้น ในปี 2547 มูลค่าการส่งออกธัญพืชมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 1,125 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.16 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย และเป็นมูลค่า 4,138,796,944 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.89 จากมูลค่าการส่งออกธัญพืชในปี 2549 สำหรับสัดส่วนการส่งออกธัญพืชต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยในช่วงปี 2541-2550 มีสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 1.12 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก

สำหรับผลการคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยในการส่งออกธัญพืชไปยังตลาดโลก พบว่า ตลอดช่วงปี 2541-2550 ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของโลก หรือ มีค่าน้อยกว่า 1 โดยค่าที่คำนวณได้มีค่าค่อนข้างต่ำเพียง 0.0222 0.0363 และ 0.0604 ในปี 2541 2542 และ 2543 ตามลำดับ และมีค่าต่ำลงในปี 2545 เป็น 0.1340 จากค่า 0.1907 ในปี 2544 แต่จากปี 2547 เป็นต้นมา ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังคงน้อยกว่า 1 คือเท่ากับ 0.2142 0.3807 0.4590 และ 0.5220 ในปี 2547 2548 2549 และ 2550 ตามลำดับ การปรับตัวที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว อาจเป็นผลมาจากการได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมธัญพืชของประเทศไทยทั้งจากภาครัฐและเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม ค่า RCA ที่คำนวณได้ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบและความสามารถในการส่งออกธัญพืชไปยังตลาดโลก

ประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกธัญพืชที่สูงเป็นอันดับที่ 2 ของโลกรองจากเยอรมนี ในปี 2541 มีมูลค่า 50,880 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย และในปี 2544 มูลค่าการส่งออกธัญพืชลดลงมาเป็น 52,948,105,834

ดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากปี 2543 ร้อยละ 6.97 จากปี 2546 เป็นต้นมา ได้มีมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 มีมูลค่า 108,179 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.15 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของญี่ปุ่น โดยในช่วงปี 2541-2550 ประเทศญี่ปุ่นมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด เป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 13.72

ค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 2 ตลอดช่วงปี 2541-2550 ซึ่งถือได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งอย่างมาก โดยค่า RCA เฉลี่ยในช่วง 10 ปีดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 2.5843 สำหรับปี 2543 มีค่า RCA เท่ากับ 2.3046 ซึ่งเป็นค่าที่คำนวณได้ต่ำที่สุดในช่วงปี 2541-2550 และมีค่าสูงสุดในปี 2550 เท่ากับ 3.1165 สำหรับค่า RCA ที่คำนวณได้มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ้าง เช่น ค่า RCA ในช่วงปี 2544 – 2548 เท่ากับ 2.4222 2.6303 2.5609 2.4452 2.6098 ตามลำดับ

ประเทศเกาหลีใต้

ตลอดช่วงปี 2541-2550 มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้มีปริมาณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2541 เป็นมูลค่า 8,604 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 6.50 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 24,632,145,893 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2547 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2546 ร้อยละ 40.47 และได้เพิ่มขึ้นเป็น 34,482 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.28 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของเกาหลีใต้ สำหรับสัดส่วนการส่งออกรถยนต์นั่งต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของเกาหลีใต้ในช่วงปี 2541-2550 มีสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8.36

ค่า RCA ของการส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้ที่ได้จากการคำนวณในช่วงปี 2541-2550 มีค่ามากกว่า 1 นั่นคือ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง โดยในปี 2541 ค่า RCA ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.1952 และเท่ากับ 1.2357 1.3395 1.4751 ในปี 2542 – 2544 ตามลำดับ ซึ่งค่า RCA ของการส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีใต้มีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2548 ค่า RCA ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.8663 และเป็น 1.9321 และ 1.9096 ในปี 2549 และ 2550 ตามลำดับ

ประเทศเยอรมนี

เยอรมนีเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกอันดับหนึ่งที่สูงเป็นอันดับ 1 ของโลก ในช่วงปี 2541-2544 มีมูลค่าการส่งออกอันดับหนึ่งเฉลี่ยเท่ากับ 62,886 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.39 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดโดยเฉลี่ยของเยอรมนี จากปี 2547 เป็นต้นมา เยอรมนีสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกอันดับหนึ่งเป็นมูลค่าที่สูงกว่า 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2547 มีมูลค่าการส่งออกอันดับหนึ่ง 101,370 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.15 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ ได้เพิ่มขึ้นเป็น 115,852 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2549 และเป็น 138,717,459,837 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.49 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ

สำหรับค่า RCA ในการส่งออกอันดับหนึ่งของเยอรมนีที่ได้จากการคำนวณตลอดช่วงปี 2541 – 2550 มีค่ามากกว่า 2 และคิดเป็นค่า RCA เฉลี่ยในช่วง 10 ปีมีค่าประมาณ 2.1328 ซึ่งแสดงว่าเกาหลีใต้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอันดับหนึ่งเป็นอย่างมาก แต่มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงด้วยจำนวนที่ไม่มากอยู่ตลอดเวลา โดยในปี 2541-2542 มีค่า RCA ที่คำนวณได้ใกล้เคียงกัน คือเท่ากับ 2.0408 และ 2.0424 ตามลำดับ และในช่วงปี 2543-2546 มีค่า RCA ที่ใกล้เคียงกันคือระหว่าง 2.1670 – 2.1862 จากนั้นในปี 2547 ค่า RCA ของอันดับหนึ่งลดลงมาอยู่ที่ 2.0606 และมีค่าเท่ากับ 2.1579 ในปี 2550

หากพิจารณาค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ทำให้ทราบว่าประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอันดับหนึ่งไปยังตลาดโลก เนื่องจากค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่า 1 ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีค่า RCA ในการส่งออกอันดับหนึ่งสูงเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยระหว่างปี 2541-2550 มีค่า RCA ต่ำสุดอยู่ที่ 2.3046 ในปี 2543 แต่ยังคงเป็นค่า RCA ที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะในปี 2550 ประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA ที่คำนวณได้สูงที่สุดถึง 3.1165 รองลงมาคือ เยอรมนี มีค่า RCA เท่ากับ 2.1579 อันดับที่ 3 คือ เกาหลีใต้ มีค่า RCA เท่ากับ 1.9096 และอันดับที่ 4 คือ ประเทศไทย มีค่า RCA เท่ากับ 0.5220 (ดังตารางที่ 19 และ 20)

ตารางที่ 19 มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งและสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศคู่แข่งและมูลค่าการส่งออกของโลก

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ไทย		ญี่ปุ่น		เกาหลีใต้		เยอรมนี		โลก	
	รถยนต์นั่ง	สินค้าทั้งหมด	รถยนต์นั่ง	สินค้าทั้งหมด	รถยนต์นั่ง	สินค้าทั้งหมด	รถยนต์นั่ง	สินค้าทั้งหมด	รถยนต์นั่ง	สินค้าทั้งหมด
2541	6551	54,344.47	50,880.37	388,222.68	8,604.47	132,313.14	60,480.08	544,691.51	254,538.51	4,678,300.71
2542	118.01	57,843.42	55,264.58	420,115.85	9,968.96	143,685.45	62,242.55	542,801.41	296,235.92	5,276,211.85
2543	213.29	68,527.58	56,918.19	479,074.41	11,896.00	172,267.51	61,427.75	549,847.52	303,643.18	5,889,915.26
2544	670.86	64,908.66	52,948.10	403,246.81	12,029.38	150,439.14	67,395.74	571,394.28	307,146.57	5,666,075.26
2545	525.74	68,593.50	62,752.01	417,164.79	13,466.83	162,470.52	77,051.40	616,271.88	341,998.78	5,980,181.25
2546	779.62	80,252.55	68,353.43	471,912.65	17,535.71	193,817.44	92,445.06	752,279.31	393,914.84	6,964,695.60
2547	1,125.32	97,098.10	74,903.81	566,191.35	24,632.14	253,844.67	101,370.75	909,296.41	456,816.98	8,443,478.75
2548	2,147.59	109,848.38	79,772.72	595,269.23	27,256.10	284,418.74	108,438.36	969,883.85	486,153.38	9,467,640.08
2549	2,916.98	130,621.05	94,429.20	646,441.06	30,597.19	325,464.84	115,852.43	1,109,182.61	529,194.75	10,876,180.85
2550	4,138.79	163,118.85	108,179.98	714,126.00	34,482.84	371,489.08	138,717.45	1,322,464.71	611,104.02	12,572,144.58

ที่มา: World Trade Atlas, 2551

ตารางที่ 20 ค่า RCA ในการส่งออกถยนต์นั่งที่คำนวณได้

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	เยอรมนี
2541	0.022158	2.408818	1.195242	2.040781
2542	0.036340	2.342946	1.235725	2.042353
2543	0.060375	2.304590	1.339502	2.167045
2544	0.190665	2.422234	1.475092	2.175872
2545	0.134023	2.630327	1.449375	2.186241
2546	0.171762	2.560935	1.599670	2.172723
2547	0.214212	2.445231	1.793550	2.060565
2548	0.380738	2.609813	1.866268	2.177367
2549	0.458967	3.002191	1.932139	2.146659
2550	0.521992	3.116494	1.909639	2.157949

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระบะไปยังตลาดโลก

ประเทศไทย

มูลค่าการส่งออกกระบะของประเทศไทยตลอดช่วงปี 2541-2550 มีมูลค่าที่สูงขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 26.20 ต่อปี แต่ในปี 2544 มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงร้อยละ 10.65 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปี 2543 และตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกระบะเป็นมูลค่าที่สูงกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2547 มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 48.16 โดยเป็นมูลค่าการส่งออกกระบะเท่ากับ 2,677,497,307 ดอลลาร์สหรัฐ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.76 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย สำหรับปี 2550 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกระบะ 4,539,353,534 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 24.86 มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้เนื่องมาจากบริษัทผู้ผลิตรายอื่นได้

ย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตกระดาษ ประกอบกับนโยบายภาครัฐมีการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตกระดาษเพื่อการส่งออก ทำให้มูลค่าการส่งออกกระดาษเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการคำนวณค่า RCA ในการส่งออกกระดาษของประเทศไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ตลอดช่วงปี 2541-2550 ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่าค่าเฉลี่ยโลก หรือมากกว่า 1 นั่นเอง ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระดาษไปยังตลาดโลก ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2544 มีค่า RCA เท่ากับ 2.8976 ซึ่งเป็นค่า RCA ที่ลดลง โดยในปี 2543 ประเทศไทยมีค่า RCA ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.1404 จากนั้นค่า RCA ในการส่งออกกระดาษของประเทศไทยก็ได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 2547-2550 ประเทศไทยมีค่า RCA เท่ากับ 4.9232 5.0805 5.7203 และ 5.3858 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่า RCA ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลกอย่างมาก ทำให้ทราบได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระดาษไปยังตลาดโลกเป็นอย่างมาก

ประเทศญี่ปุ่น

อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกกระดาษของประเทศญี่ปุ่นไปยังตลาดโลก ในช่วงปี 2541-2550 มีมูลค่าที่ลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.75 ต่อปี ในปี 2541 ญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกกระดาษ 5,228 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.35 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ในปี 2542 มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 24.74 และจากปี 2542 เป็นต้นมา ประเทศญี่ปุ่นมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกกระดาษต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศที่น้อยมาก ตัวอย่างเช่น ในปี 2542 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.94 และเป็นร้อยละ 0.42 ในปี 2549 และในปี 2550 ประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกกระดาษเท่ากับ 3,051,657,492 ดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.38 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.43 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น

สำหรับค่า RCA ในการส่งออกกระดาษของญี่ปุ่นที่คำนวณได้ พบว่า ในช่วงปี 2541-2548 มีค่า RCA มากกว่าค่าเฉลี่ยโลก หรือมากกว่า 1 แต่มีค่าลดลงเรื่อยๆ โดยในปี 2541 ประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA ในการส่งออกกระดาษเท่ากับ 1.9219 จนกระทั่งมีค่าเท่ากับ 1.0192 ในปี

2548 และจากปี 2549 ประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA ในการส่งออกกระทระบะต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก หรือต่ำกว่า 1 คือในปี 2549 มีค่า RCA เท่ากับ 0.8633 และมีค่าเท่ากับ 0.8270 ในปี 2550 แสดงให้เห็นว่าประเทศญี่ปุ่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระทระบะไปยังตลาดโลก

ประเทศสเปน

ในปี 2541 สเปนมีการส่งออกกระทระบะไปยังตลาดโลกเป็นมูลค่ากว่า 2,676 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.39 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศสเปน ซึ่งในช่วงปี 2542-2545 สเปนมีมูลค่าการส่งออกกระทระบะลดลงเฉลี่ยร้อยละ 7.73 ต่อปี จนกระทั่งในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออกกระทระบะเพียง 1,903,348,527 ดอลลาร์สหรัฐ จากปี 2546 มูลค่าการส่งออกกระทระบะของประเทศสเปนได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากมูลค่า 2,723 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 3,537 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2548 สำหรับอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกกระทระบะของประเทศสเปนในช่วงปี 2546-2550 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 26.86 ต่อปี โดยมูลค่าในการส่งออกกระทระบะของประเทศสเปนได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 6,046,605,021 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 16.26 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.39 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศสเปน

จากการคำนวณค่า RCA ในการส่งออกกระทระบะของประเทศสเปน พบว่า ประเทศสเปนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระทระบะไปยังตลาดโลก เนื่องจากค่า RCA ที่คำนวณได้ตลอดช่วงปี 2541-2550 มีค่าที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลก หรือมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งค่า RCA ที่คำนวณได้โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 3.34 จากการที่มูลค่าในการส่งออกกระทระบะของสเปนในช่วงปี 2542-2545 ลดลง ก็เป็นผลต่อค่า RCA ในช่วงปีดังกล่าวเช่นกัน คือ ค่า RCA ในปี 2541 มีค่าเท่ากับ 3.4044 ได้ลดลงมาเป็น 3.0630 ในปี 2542 จนกระทั่งมีค่า RCA ที่ต่ำที่สุดเท่ากับ 2.3594 ในปี 2545 จากนั้นค่า RCA ก็กลับมาสูงขึ้นอีกครั้ง โดยมีค่า RCA ที่คำนวณได้ของปี 2549 สูงถึง 5.0003 และลดลงมาเป็น 4.6173 ในปี 2550 โดยภาพรวมจากการวิเคราะห์ค่า RCA ในการส่งออกกระทระบะของประเทศสเปนไปยังตลาดโลกในช่วงปี 2541-2550 นี้ให้เห็นว่าประเทศสเปนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกระทระบะไปยังตลาดโลกในระดับที่สูง

ประเทศเยอรมนี

การส่งออกอรรถระบะของประเทศเยอรมนีอัตราขยายตัวในช่วงปี 2541-2550 เฉลี่ยร้อยละ 8.64 ต่อปี เป็นการขยายตัวในการส่งออกที่เพิ่มขึ้นไม่สูงมากนัก แต่ในบางปีที่มีมูลค่าการส่งออกอรรถระบะที่ลดลง คือปี 2542 มีมูลค่าการส่งออกอรรถระบะ 2,727 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 6.19 จากมูลค่าการส่งออกอรรถระบะในปี 2541 และในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออกอรรถระบะ 2,692 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าที่ลดลงจากปี 2544 ร้อยละ 5.05 จากนั้นในปี 2546 เป็นต้นมา เยอรมนีมีมูลค่าการส่งออกอรรถระบะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2546-2548 คิดเป็นมูลค่ากว่า 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี และในปี 2550 มูลค่าการส่งออกอรรถระบะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 5,700,245,188 ดอลลาร์สหรัฐ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 39.94 สำหรับสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกอรรถระบะต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศเยอรมนี มีสัดส่วนที่ค่อนข้างต่ำ โดยเฉลี่ยในช่วง 10 ปี มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.45 ต่อปีเท่านั้น เนื่องมาจากการที่เยอรมนีมีมูลค่าในการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศสูงมาก โดยในปี 2541 เยอรมนีมีมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ จำนวนกว่า 544,691 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ได้เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่ากว่า 909,296 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2547 และเป็นมูลค่ากว่า 1,322 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.52 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

สำหรับค่า RCA ของการส่งออกอรรถระบะของประเทศเยอรมนีไปยังตลาดโลก พบว่าในช่วงปี 2541-2550 ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยโลก หรือน้อยกว่า 1 นั่นเอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 0.7620 ค่า RCA ที่คำนวณได้สูงสุดมีค่าเท่ากับ 0.8342 เป็นของปี 2550 และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.6797 ในปี 2545 และเนื่องจากการที่เยอรมนีมีมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดค่อนข้างสูง ทำให้ค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ

เมื่อพิจารณาถึงค่า RCA ของการส่งออกอรรถระบะไปยังตลาดโลกที่คำนวณได้ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญซึ่งได้แก่ ญี่ปุ่น สเปน และเยอรมนี พบว่า ในปี 2541 สเปนมีค่า RCA สูงเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น ไทย และเยอรมนี ตามลำดับ แต่จากปี 2543 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีค่า RCA ของการส่งออกอรรถระบะไปยังตลาดโลกสูงเป็นอันดับที่ 1 มีค่าเท่ากับ 3.1404 โดยมีสเปนเป็นอันดับที่ 2 ด้วยค่า RCA เท่ากับ 2.8492 อันดับที่ 3 และ 4 คือ ประเทศญี่ปุ่น และเยอรมนี ตามลำดับ แม้ว่าในปี 2544 ทั้ง 4 ประเทศมีค่า RCA ในการส่งออกอรรถระบะที่ลดลง

แต่ประเทศไทยยังคงมีค่า RCA สูงเป็นอันดับที่ 1 เช่นเคย โดยมีค่า RCA เท่ากับ 2.8976 อันดับที่ 2 คือ สเปน และในปี 2547 ประเทศไทยมีค่า RCA ที่สูงขึ้นโดยมีค่าเท่ากับ 4.9232 อันดับที่ 2 คือ สเปน มีค่า RCA เท่ากับ 3.0453 ในขณะที่ญี่ปุ่นมีค่า RCA ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.2482 และในปี 2549 ประเทศไทยมีค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกรรถระบะไปยัง ตลาดโลกสูงที่สุดในช่วงปี 2541-2550 โดยมีค่า RCA เท่ากับ 5.7203 สเปนยังคงความเป็นที่ 2 รอง จากไทย ด้วยค่า RCA ที่สูงขึ้น มีค่าเท่ากับ 5.0003 โดยมีประเทศญี่ปุ่นและสเปน มีค่า RCA ที่ รองลงมา โดยมีค่าเท่ากับ 0.8633 และ 0.7547 ตามลำดับ

ดังนั้น ในช่วงปี 2541-2542 ประเทศสเปนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก รดรรถระบะไปยังตลาดโลกมากที่สุดจาก 4 ประเทศที่ทำการศึกษา อันดับที่ 2 คือ ประเทศไทย และ รองลงมา คือ ญี่ปุ่นและสเปน ตามลำดับ แต่จากปี 2543 จนถึงปี 2550 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งในแต่ละปี จะพบว่าค่า RCA ของการส่งออก รดรรถระบะของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศสเปน ครองอันดับที่ 2 ตลอด ช่วงเวลาดังกล่าวเช่นกัน สำหรับประเทศญี่ปุ่น ในช่วงปี 2541 – 2548 ประเทศญี่ปุ่นมีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรรถระบะเช่นเดียวกัน เพราะมีค่า RCA ที่คำนวณได้ มากกว่า 1 แต่ก็ยังคงเป็นค่าที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และในปี 2549-2550 ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศที่ไม่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรรถระบะไปยังตลาดโลก เพราะค่า RCA ที่คำนวณ ได้ลดลงจนน้อยกว่า 1 สำหรับเยอรมนี ในปี 2541 – 2550 เยอรมนีเป็นประเทศที่ไม่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรรถระบะไปยังตลาดโลก เพราะค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่า น้อยกว่า 1 (ดังตารางที่ 21 และ 22)

ตารางที่ 21 มูลค่าการส่งออกรถกระบะและสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศคู่แข่งและมูลค่าการส่งออกของโลก

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ไทย		ญี่ปุ่น		สเปน		เยอรมนี		โลก	
	รถกระบะ	สินค้าทั้งหมด	รถกระบะ	สินค้าทั้งหมด	รถกระบะ	สินค้าทั้งหมด	รถกระบะ	สินค้าทั้งหมด	รถกระบะ	สินค้าทั้งหมด
2541	640.92	54,344.47	5,228.75	388,222.68	2,676.21	112,172.72	2,907.72	544,691.51	32,785.58	4,678,300.71
2542	1,109.22	57,843.42	3,935.05	420,115.85	2,073.97	104,291.27	2,727.68	542,801.41	34,255.15	5,276,211.85
2543	1,355.90	68,527.58	3,738.37	479,074.41	2,062.55	114,894.71	2,780.08	549,847.52	37,109.98	5,889,915.26
2544	1,211.51	64,908.66	3,137.78	403,246.81	1,985.62	116,603.76	2,835.09	571,394.28	36,498.43	5,666,075.26
2545	1,402.30	68,593.50	3,517.36	417,164.79	1,903.34	125,520.32	2,692.01	616,271.88	38,434.34	5,980,181.25
2546	1,807.17	80,252.55	3,436.64	471,912.65	2,723.60	156,304.62	3,438.49	752,279.31	42,065.07	6,964,695.60
2547	2,677.49	97,098.10	3,958.19	566,191.35	3,114.29	182,581.20	3,696.89	909,296.41	47,292.07	8,443,478.75
2548	2,924.68	109,848.38	3,179.46	595,269.23	3,537.55	192,525.77	3,864.50	969,883.85	49,615.62	9,467,640.08
2549	3,635.66	130,621.05	2,715.37	646,441.06	5,200.98	213,765.24	4,073.24	1,109,182.61	52,920.95	10,876,180.85
2550	4,539.35	163,118.85	3,051.65	714,126.00	6,046.60	253,443.99	5,700.24	1,322,464.71	64,960.59	12,572,144.58

ที่มา: World Trade Atlas, 2551

ตารางที่ 22 ค่า RCA ในการส่งออกรถกระบะที่คำนวณได้

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
2541	1.682898	1.921865	3.404383	0.761741
2542	2.953675	1.442706	3.063031	0.774014
2543	3.140372	1.238505	2.849208	0.802481
2544	2.897569	1.207981	2.643585	0.770264
2545	3.180924	1.311913	2.359387	0.679674
2546	3.728396	1.205738	2.885050	0.756781
2547	4.923244	1.248152	3.045346	0.725880
2548	5.080528	1.019212	3.506202	0.760321
2549	5.720305	0.863275	5.000312	0.754721
2550	5.385787	0.827028	4.617309	0.834197

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

การวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2541 จนถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 รวมทั้งสิ้น 40 ข้อมูล โดยใช้การคำนวณทางเศรษฐมิติด้วยวิธี Linear Regression และได้แยกการวิเคราะห์ระหว่างการส่งออกรถยนต์นั่งและการส่งออกรถกระบะของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

อุปสงค์ในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย มีปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ 1) ราคาส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย(Unit Price) โดยเป็นราคาของรถยนต์นั่งที่มีขนาดความจุกระบอกสูบ 1,501 cc แต่ไม่เกิน 3,000 cc เนื่องจากเป็นรถยนต์นั่งรุ่นที่มีปริมาณการส่งออกไปยังออสเตรเลียสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนเฉลี่ยในช่วงปี 2542-

2550 เท่ากับร้อยละ 77.46 ต่อปี 2) ราคาส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมนี และเกาหลีใต้ 3) อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) และ 4) รายได้ประชาชาติต่อจำนวนประชากร (GDP Per Capita) ของประเทศออสเตรเลีย (โดยเฉลี่ยเป็นรายไตรมาส) ผลการวิเคราะห์ห่อุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ได้ดังสมการ

$$ED_{1,501-3,000} = 13,241.665 - 0.027 P_{Thai} - 1.564 P_{Japan} + 0.088 P_{Germany} + 0.518 P_{S.Korea} - 343.446 Exc + 2.259 GDP_{Per capita}$$

(1.373) (-0.122) (-3.324)* (0.765) (1.231)

(-1.860) (4.468)***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
	0.92	0.846	0.818	1640.01202	1.102

Coefficients	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	13241.665	9646.788		1.373	0.179
P Thai	-0.027	0.221	-0.018	-0.122	0.904
P Japan	-1.564	0.470	-0.742	-3.324	0.002
P Germany	0.088	0.116	0.100	0.765	0.449
P South Korea	0.518	0.421	0.145	1.231	0.227
Exchange Rate	-343.446	184.669	-0.281	-1.860	0.072
GDP Per Capita	2.259	0.506	1.218	4.468	0.000

ตัวแปรอิสระต่างๆ ในสมการข้างต้นสามารถอธิบายปริมาณการส่งออกได้ร้อยละ 84.6 โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอิสระและปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกลูกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของประเทศไทย ได้ดังนี้

1. ราคาส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกลูกสูบขนาด 1,501-3,000cc ของไทย มีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน หมายความว่า หากราคาส่งออกของประเทศไทยลดลง จะทำให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยสูงขึ้น แต่เมื่อตรวจสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าราคาส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นผลของความชอบ รสนิยม หรือพฤติกรรมการใช้รถ โดยไม่ได้เป็นผลมาจากราคา

2. สำหรับราคาส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกลูกสูบขนาด 1,501-3,000cc ของประเทศคู่แข่งที่สำคัญทั้ง 3 ประเทศพบว่า ราคาส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเยอรมนีและเกาหลีใต้ มีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศเหล่านี้ หมายความว่า ถ้าหากราคาส่งออกของเยอรมนีหรือเกาหลีใต้สูงขึ้น จะทำให้ปริมาณการส่งออกของรถยนต์นั่งของไทยสูงขึ้น ค่าสัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกของเยอรมนีและเกาหลีใต้ เท่ากับ 0.088 และ 0.518 ตามลำดับ สำหรับราคาส่งออกของประเทศญี่ปุ่นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 90 แต่พบค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเท่ากับ -1.564 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เพราะหมายความว่า การที่ราคาส่งออกรถยนต์นั่งของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยลดลง จากการพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกลูกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของประเทศไทยและญี่ปุ่นแล้ว พบว่าประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 1.16 ต่อไตรมาส แต่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 4.18 ต่อไตรมาส ซึ่งเป็นเหตุผลประกอบได้ว่า ราคาส่งออกของญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้น เป็นมูลค่าที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของราคาส่งออกของประเทศไทย

3. อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) หากอัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้นจาก 35 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เป็น 40 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ย่อมจะทำให้ความต้องการส่งออกสูงขึ้น แต่จากผลของสมการพบว่า เครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนมีค่าเป็นลบ ซึ่งขัดแย้ง

กับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.76 ต่อไตรมาส

4. รายได้ประชาชาติต่อประชากร (GDP Per Capita) ของออสเตรเลีย พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 99 มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกเท่ากับ 2.259 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียสูงขึ้นด้วย โดย GDP Per Capita ของออสเตรเลียนี้อัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.51 ต่อปี

ในการพิจารณาค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการวิเคราะห์ความถดถอย ในที่นี้ได้ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.102 แสดงว่า ตัวแปรอิสระเหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดปัญหาสหสัมพันธ์กัน

และจากการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกของประเทศไทย พบว่า ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยไปยังออสเตรเลียมีความยืดหยุ่นต่อราคาส่งออกค่อนข้างสูง เช่นในไตรมาสที่ 1 ของปี 2546 มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เท่ากับ -10.70 หมายความว่า ถ้าหากราคาส่งออกมีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 10.70 และเช่นในไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 พบว่ามีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เท่ากับ -4.4161 นั่นคือ ราคาส่งออกรถยนต์นั่งของไทยสูงขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 4.4161 นั่นเอง

อุปสงค์ในการส่งออกรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ได้ดังสมการ

$$\begin{aligned}
 ED_{Diesel} = & 10,956.402 - 0.577P_{Thai} + 0.151P_{Japan} - 0.001P_{Spain} - 0.035P_{Germany} \\
 & (1.532) \quad (-1.836) \quad (.473) \quad (-.004) \quad (-.233) \\
 & - 227.956Exc + 1.191GDP_{Per capita} \\
 & (-1.706) \quad (2.137)
 \end{aligned}$$

Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
	0.792	0.627	0.557	1719.81577	0.97

Coefficients	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	10956.402	7150.875		1.532	0.135
P Thai	-0.577	0.314	-0.568	-1.836	0.076
P Japan	0.151	0.320	0.180	0.473	0.639
P Spain	-0.001	0.195	-0.002	-0.004	0.997
P Germany	-0.035	0.149	-0.066	-0.233	0.817
Exchange Rate	-227.956	133.602	-0.277	-1.706	0.098
GDP Per Capita	1.191	0.557	0.956	2.137	0.040

จากสมการข้างต้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกเครื่องยนต์ดีเซลได้ร้อยละ 62.7 โดยมีความสัมพันธ์ดังนี้

1. ราคาส่งออกเครื่องยนต์ดีเซลของไทย มีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน หมายความว่า หากราคาส่งออกของประเทศไทยลดลง จะทำให้ปริมาณการส่งออกเครื่องยนต์ดีเซลของไทยสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกเครื่องยนต์ดีเซลของไทยแล้ว พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในราคาโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.34 ต่อไตรมาส

2. ราคาส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศคู่แข่งที่สำคัญทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งได้แก่ ญี่ปุ่น สเปนและเยอรมนี พบว่า ราคาส่งออกของประเทศญี่ปุ่นมีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปริมาณการส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลของไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งตรงกันข้ามกับประเทศสเปนและเยอรมนี ที่มีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แต่จากการพิจารณาถึงความแตกต่างของราคาส่งออกกระทระบะระหว่างประเทศไทย สเปนและเยอรมนี พบว่า ราคาส่งออกของประเทศไทยโดยเฉลี่ยต่ำกว่าราคาส่งออกของสเปนร้อยละ 36.894 และต่ำกว่าราคาส่งออกของเยอรมนีถึงร้อยละ 46.963 และในการพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของทั้งสองประเทศ พบว่าสเปนมีการเพิ่มขึ้นในราคาส่งออกร้อยละ 2.548 ต่อไตรมาส และราคาส่งออกของเยอรมนีเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 3.138 ต่อไตรมาส ดังนั้น เป็นเหตุผลประกอบได้ว่า การที่ราคาส่งออกของสเปนและเยอรมนีลดลง ส่งผลให้การส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลของไทยเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลจากราคาที่ลดลงของทั้งสองประเทศยังคงสูงกว่าราคาส่งออกของประเทศไทย

3. อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) จากผลของสมการพบว่า เครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนมีค่าเป็นลบ ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐาน

4. รายได้ประชาชาติต่อประชากร (GDP Per Capita) ของออสเตรเลีย มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกเท่ากับ 1.191 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียสูงขึ้นด้วย

ในการพิจารณาค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการวิเคราะห์ความถดถอย ในที่นี้ได้ค่า Durbin-Watson เท่ากับ .970 แสดงว่า ตัวแปรอิสระเหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดปัญหาสหสัมพันธ์กัน

สำหรับการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลต่อราคาส่งออกของประเทศไทย พบว่าปริมาณการส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์ดีเซลของไทยไปยังออสเตรเลียมีความยืดหยุ่นต่อราคาส่งออกค่อนข้างสูง เช่นในไตรมาสที่ 4 ของปี 2547 มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เท่ากับ -25.5178 หมายความว่า ถ้าหากราคาส่งออกมีการเปลี่ยนแปลง

ไปร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกรรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 25.5178 แต่ในบางช่วงเวลาที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเป็นบวก เช่นในไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 พบว่ามีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาเท่ากับ 0.721 คือแม้ว่าราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ปริมาณการส่งออกรรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลก็ยังคงเพิ่มขึ้น แต่เพิ่มเพียงร้อยละ 0.721

อุปสงค์ในการส่งออกรรถกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกรรถกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย ได้ดังสมการ

$$ED_{Gasoline} = -680.563 - 0.696P_{Thai} + 0.038P_{Japan} - 0.250P_{Spain} - 0.097P_{Germany} \\ (-.068) \quad (-1.292) \quad (.091) \quad (-2.212) \quad (-.768) \\ 137.446Exc + 1.621GDP_{Per capita} \\ (.811) \quad (3.664)**$$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
	0.786	0.618	0.541	1799.99294	1.45

Coefficients	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-680.563	9975.498		-0.068	0.946
P Thai	-0.696	0.539	-0.358	-1.292	0.206
P Japan	0.038	0.423	0.029	0.091	0.928
P Spain	-0.25	0.113	-0.339	-2.212	0.035
P Germany	-0.097	0.126	-0.157	-0.768	0.449
Exchange Rate	137.446	169.442	0.166	0.811	0.424
GDP Per Capita	1.621	0.442	1.299	3.664	0.001

จากสมการข้างต้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกถดถอยของประเทศไทยได้ร้อยละ 61.8 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ราคาส่งออกถดถอยของประเทศไทย มีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน หมายความว่า หากราคาส่งออกของประเทศไทยลดลง จะทำให้ปริมาณการส่งออกถดถอยของประเทศไทยสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกถดถอยของประเทศไทยแล้ว พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในราคาโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.75 ต่อไตรมาส

2. ราคาส่งออกถดถอยของประเทศไทย 3 ประเทศ พบว่าราคาส่งออกของประเทศไทยมีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปริมาณการส่งออกถดถอยของประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของประเทศไทย ซึ่งตรงกันข้ามกับประเทศสเปนและเยอรมนี ที่มีเครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แต่จากการพิจารณาถึงความแตกต่างของราคาส่งออกระหว่างประเทศไทย สเปนและเยอรมนี พบว่า ราคาส่งออกของประเทศไทยโดย

เฉลี่ยต่ำกว่าราคาส่งออกของสเปนร้อยละ 33.29 และต่ำกว่าราคาส่งออกของเยอรมนีร้อยละ 32.42 และในการพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกของทั้งสองประเทศ พบว่าสเปนมีการเพิ่มขึ้นในราคาส่งออกร้อยละ 4.058 ต่อไตรมาส และราคาส่งออกของเยอรมนีเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.088 ต่อไตรมาส ดังนั้น เป็นเหตุผลประกอบได้ว่า การที่ราคาส่งออกของสเปนและเยอรมนีลดลง ส่งผลให้การส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของไทยเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลจากราคาที่ลดลงของทั้งสองประเทศยังคงสูงกว่าราคาส่งออกของประเทศไทย (เช่นเดียวกับผลที่ได้ในการวิเคราะห์การส่งออกกระทบเครื่องยนต์ดีเซล)

3. อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) พบว่า เครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนมีค่าเป็นบวก สอดคล้องกับสมมติฐาน หมายความว่า การที่อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น เช่น จาก 35 บาท เป็น 40 บาท ส่งผลให้อุปสงค์การส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของไทยไปยังออสเตรเลียสูงขึ้น

4. รายได้ประชาชาติต่อประชากร (GDP Per Capita) ของออสเตรเลีย มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ หากรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียสูงขึ้นด้วย

ในการพิจารณาค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการวิเคราะห์ความถดถอย ในที่นี้ได้ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.450 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระเหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์กัน

สำหรับการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนต่อราคาส่งออกของประเทศไทย พบว่าในบางช่วงเวลามีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกต่อราคาสูง เช่นในไตรมาสที่ 1 ของปี 2548 มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาเท่ากับ -13.6902 หมายความว่า ถ้าหากราคาส่งออกมีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 13.6902 แต่ในบางช่วงเวลาพบค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเป็นบวก เช่นในไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาเท่ากับ 11.0299 คือการที่ราคาส่งออกกระทบเครื่องยนต์แก๊สโซลีนลดลงร้อยละ 1 แต่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการ

ส่งออกกระเปาะเครื่องยนต์แก๊สโซลีนสูงถึงร้อยละ 11.0299 ซึ่งการลดลงในปริมาณการส่งออกนี้อาจเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากราคาส่งออกของประเทศไทย ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่ง เนื่องจากราคาของประเทศคู่แข่งที่สำคัญทั้ง 3 ประเทศสูงขึ้น และไม่ได้เป็นผลจากรายได้ประชากรต่อประชากรของออสเตรเลีย เนื่องจากรายได้ประชากรต่อประชากรของออสเตรเลียมีทิศทางที่สูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงคาดการณ์ว่าอาจเป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงเวลาดังกล่าว เนื่องจากพบว่าปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย ทั้งรถยนต์นั่งและรถกระบะไปยังออสเตรเลียในไตรมาสที่ 1 ของปี 2550 มีปริมาณที่สูง และเริ่มลดลงในไตรมาสที่ 2 จนถึงไตรมาสที่ 4

จากการพิจารณาสมการอุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะทั้งหมดข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทยโดยตรง คือ ราคาส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยและรายได้ประชากรต่อประชากรของออสเตรเลีย แต่รายได้ประชากรต่อประชากรของออสเตรเลียเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังออสเตรเลียอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลที่ได้นี้อาจเกิดจากข้อจำกัดของข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลบางประการ เช่น ข้อมูลของราคาส่งออก ในการศึกษาที่ใช้ข้อมูลที่เป็น Unit Price ซึ่งไม่ใช่ราคาที่แท้จริงเหมือนกับราคาที่เป็น CIF จึงอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์สมการได้

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

จากการศึกษาวิเคราะห์ค่า RCA ที่ผ่านมา เป็นการศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะจากตัวเลขจริงที่เกิดขึ้น ทำให้ทราบว่า การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยเป็นการส่งออกของรถยนต์ที่ประเทศไทยมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตหรือไม่ แต่เนื่องจากการส่งออกรถยนต์นั้น ประเทศไทยมิได้เป็นประเทศเดียวที่ส่งออกรถยนต์ หากมีอีกหลายประเทศที่ทำการส่งออกรถยนต์เช่นกัน ซึ่งทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันขึ้น และหากประเทศมีปัจจัยที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการที่จะแข่งขันกับประเทศต่างๆ ก็จะทำให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น ดังนั้น การศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทย จะเป็นการศึกษาให้เห็นถึงศักยภาพในการแข่งขันที่ไม่สามารถแสดงหรือวัดได้ด้วยตัวเลขจริง โดยทำการวิเคราะห์จากการรวบรวมและศึกษาข้อมูลที่กล่าวถึงในบทที่ 3 เพื่อแสดงให้เห็นถึงสัมพันธภาพระหว่างปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน

สัมพันธภาพระหว่างปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันทั้งสี่

จากการศึกษาสถานะ โครงสร้างและมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย สามารถทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันแต่ละปัจจัยในระบบเพชรได้ แต่ประสิทธิผลของปัจจัยหนึ่งๆ ในการสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศต้องขึ้นกับปัจจัยอื่นด้วย นั่นคือ ปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้งสี่ในระบบเพชรต่างเสริมสร้าง และเป็นอุปสรรคซึ่งกันและกัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นยากที่จะแยกแยะระหว่างเหตุและผลได้ชัดเจน

ผลต่อสถานะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันต่างๆ ในระบบเพชรมีผลสูงต่อกลไกในการยกระดับหรือเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางในประเทศให้มากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อสถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ ได้แก่ สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ เนื่องจากการที่มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ค่อนข้างสูง จะกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันในการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบในประเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีขั้นสูง รวมถึงการพัฒนาข้อมูลทางการตลาด การพัฒนาที่เกิดขึ้นนี้เกิดขึ้นได้จากการการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ หรือเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย สำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตสินค้า หรือวัตถุดิบที่ใช้ร่วมกันในการประกอบรถยนต์ ทำให้เกิดการพัฒนาร่วมมือกันในการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางมากขึ้น ซึ่งจะได้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ และสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในอนาคตได้ และสำหรับอุปสงค์ภายในประเทศ เนื่องจากการที่ประเทศไทยมีตลาดรถยนต์ในประเทศค่อนข้างใหญ่ มีอัตราการเติบโต การขยายตัวในปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการขยายกำลังการผลิต เกิดการประหยัดต่อขนาด เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาและลงทุนในการผลิตปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น (ดังภาพที่ 6)

ผลต่อสถานะอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัยอื่นในระบบเพชรที่มีผลต่อสถานะอุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ เนื่องจากการแข่งขันที่สูงทั้งในด้านราคา คุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีผลทำให้ความต้องการภายในประเทศขยายตัว เนื่องจากการที่ผู้ประกอบการได้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง รวมถึงประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการภายในประเทศ ซึ่งในปัจจุบัน แม้ผู้ซื้อจะพิจารณาจากราคาเป็นปัจจัยหลัก แต่ก็มีการให้ความสนใจในด้านเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นเช่นกัน สำหรับผลของปัจจัยการผลิตและอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องที่มีต่ออุปสงค์ในประเทศ ในปัจจุบันปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรถยนต์ มีความแข็งแกร่งทั้งในด้านของปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากเกิดความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาปัจจัยการผลิตให้เป็นปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางมากขึ้น นำมาซึ่งการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกัน เป็นผลดีต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ทำให้เกิดความเชื่อถือ และเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของไทยเรา และกลายเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกในที่สุด (ดังภาพที่ 7)

ผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การพัฒนาในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และอุตสาหกรรมรถยนต์จะต้องพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในช่วงเวลาหนึ่งๆ การแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์จะผลักดันให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนากระบวนการผลิต คุณภาพปัจจัยการผลิต ทรัพยากรบุคคล ระหว่างผู้ประกอบการผลิตรถยนต์ด้วยกันเอง รวมไปถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือปัจจัยการผลิตมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าและตลาด

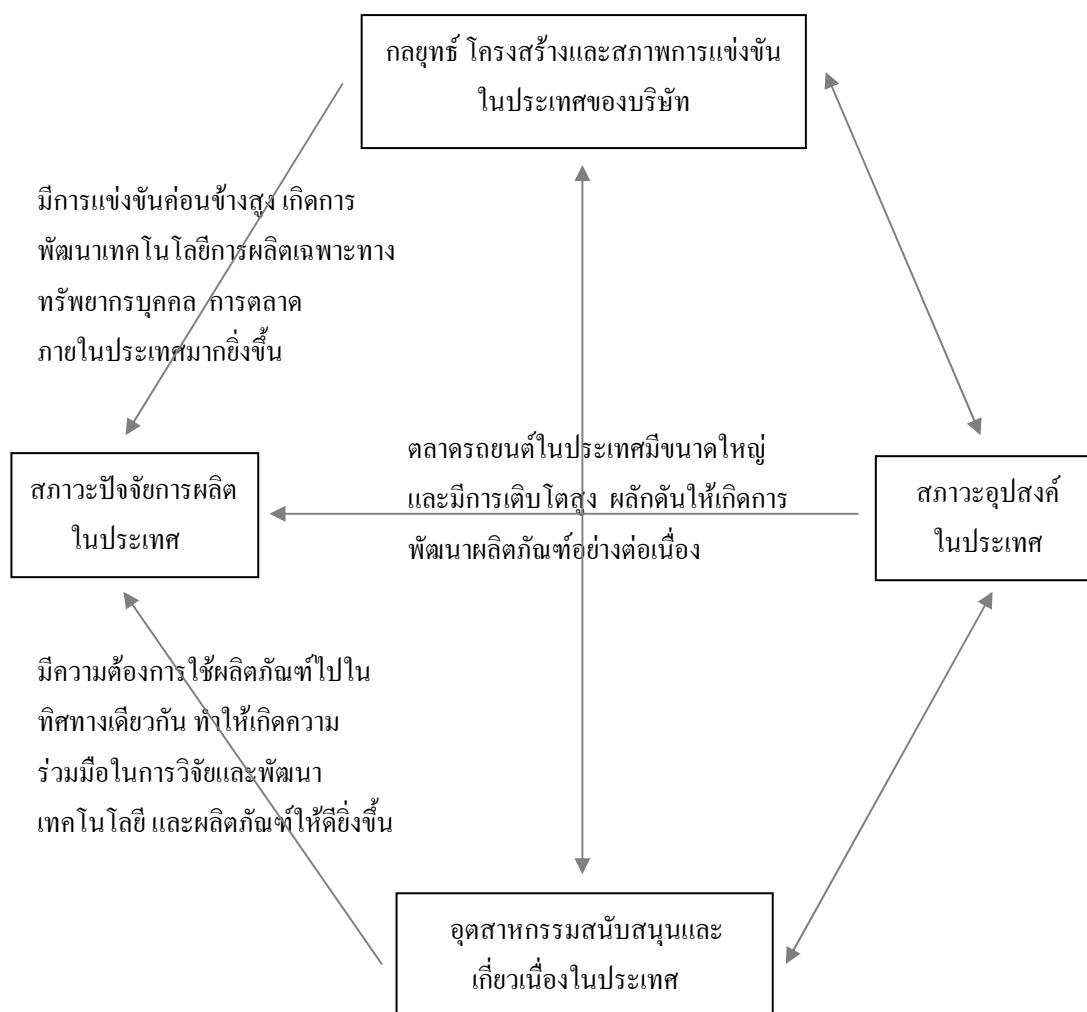
สำหรับตลาดรถยนต์ภายในประเทศค่อนข้างใหญ่ มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเติบโตของอุปสงค์ในประเทศนี้มีผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง โดยทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น ผลิตได้จำนวนมาก ซึ่งสามารถลดต้นทุนการผลิตได้จากการเกิดการประหยัดต่อขนาด สำหรับปัจจัยการผลิตในประเทศสามารถเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องได้

เนื่องจากอาจมีการใช้ปัจจัยการผลิตร่วมกัน ซึ่งผลักดันให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ (ดังภาพที่ 8)

ผลต่อกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ

ปัจจัยกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันต่างๆ ในระบบเพชร ต่างมีผลต่อกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ได้ โดยส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ (จำนวน การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่) แผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาดและเชิงนโยบาย ความชำนาญเฉพาะทางในการผลิต รวมถึงระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

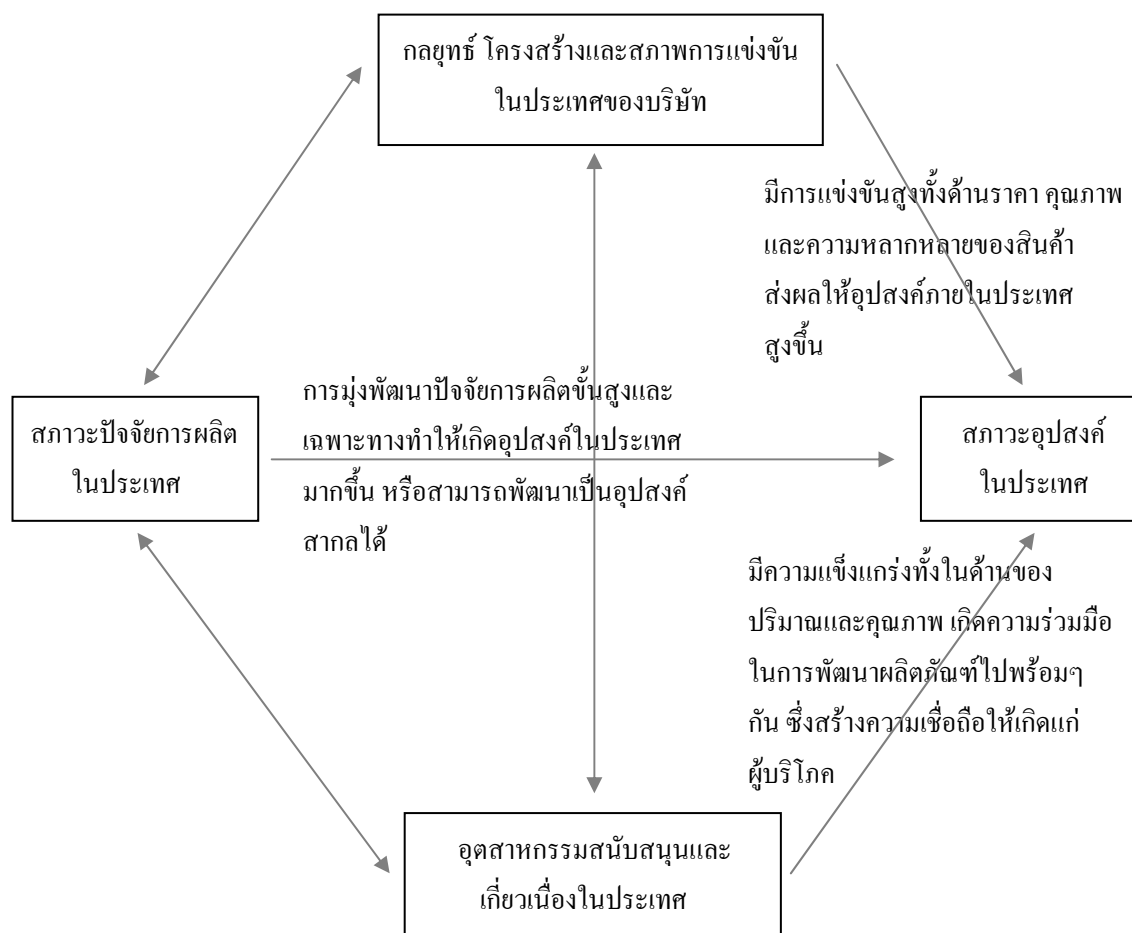
ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน ได้แก่ สภาวะอุปสงค์ในประเทศ หากอุปสงค์ในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงจากที่เคยเป็น จะเป็นผลให้ผู้ประกอบการ ทำการศึกษา วิจัยความต้องการของตลาดมากขึ้น เพื่อพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความ ต้องการของลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปถึงความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับผู้ประกอบการในปัจจัยการผลิตและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยที่สุดคือ ให้เกิดการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยการผลิตต่างๆ หรือการบริการหลังการจำหน่ายให้มีคุณภาพ และมีปริมาณที่เพียงพอ สามารถรองรับความต้องการของตลาดภายในประเทศได้ ในด้าน ของทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยการผลิตที่สำคัญยิ่ง จะต้องได้รับการพัฒนาระดับความรู้ ทักษะ ความสามารถทั้งในด้านเทคโนโลยีการผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพราะ ศักยภาพของทรัพยากรบุคคลส่งผลโดยตรงต่อการแข่งขันในธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุของการเข้า มาของผู้ประกอบการรายใหม่ได้ เช่นเดียวกับผลของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องใน ประเทศ เนื่องจากบางอุตสาหกรรมมีการผลิตปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบป้อนเข้าสู่โรงงานประกอบ รถยนต์โดยตรง ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกควบคุมการผลิตกำหนดมาตรฐานและรูปแบบโดย โรงงานประกอบรถยนต์ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องบางราย ทำ การปรับและย้ายการผลิตเข้าสู่อุตสาหกรรมรถยนต์ได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น เกิดการ แข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย (ดังภาพที่ 9)



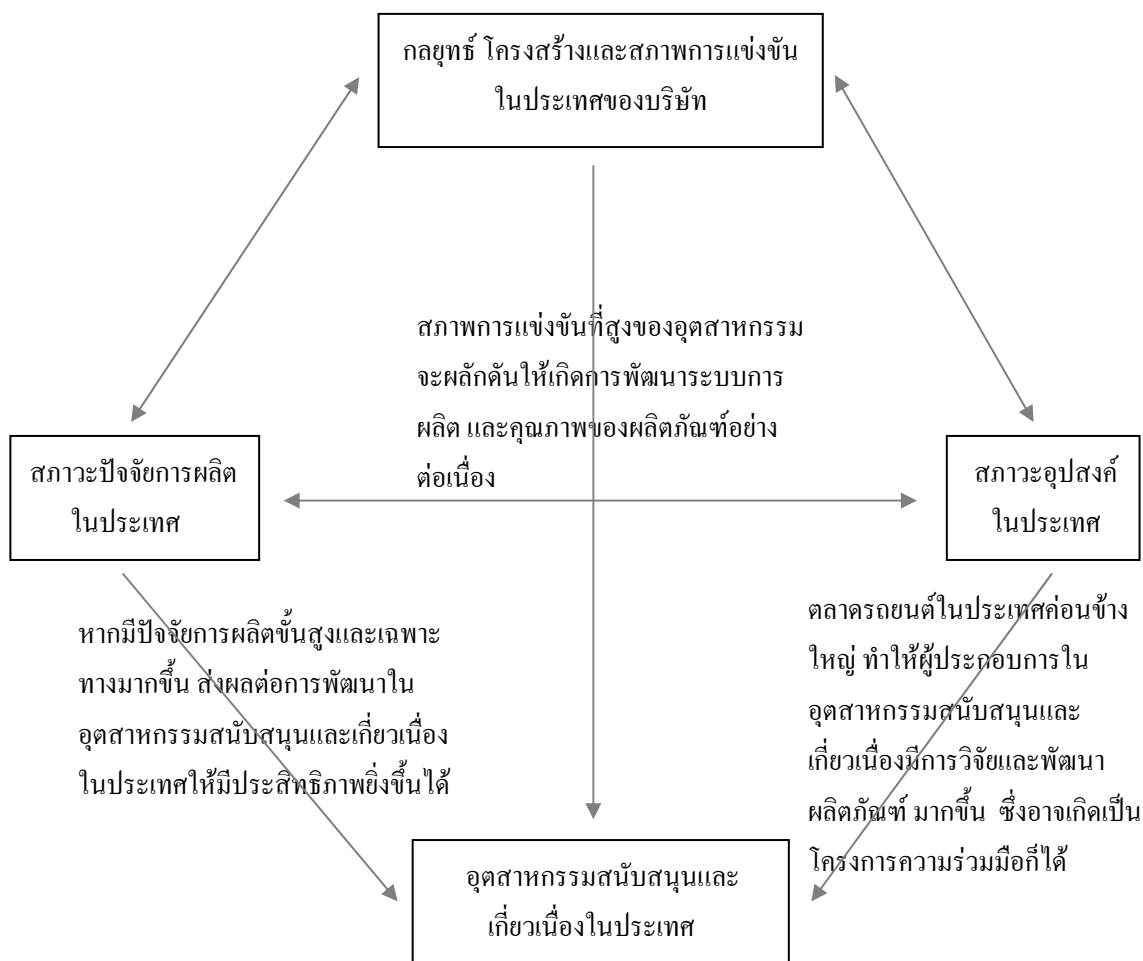
ภาพที่ 6 ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ

สถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ

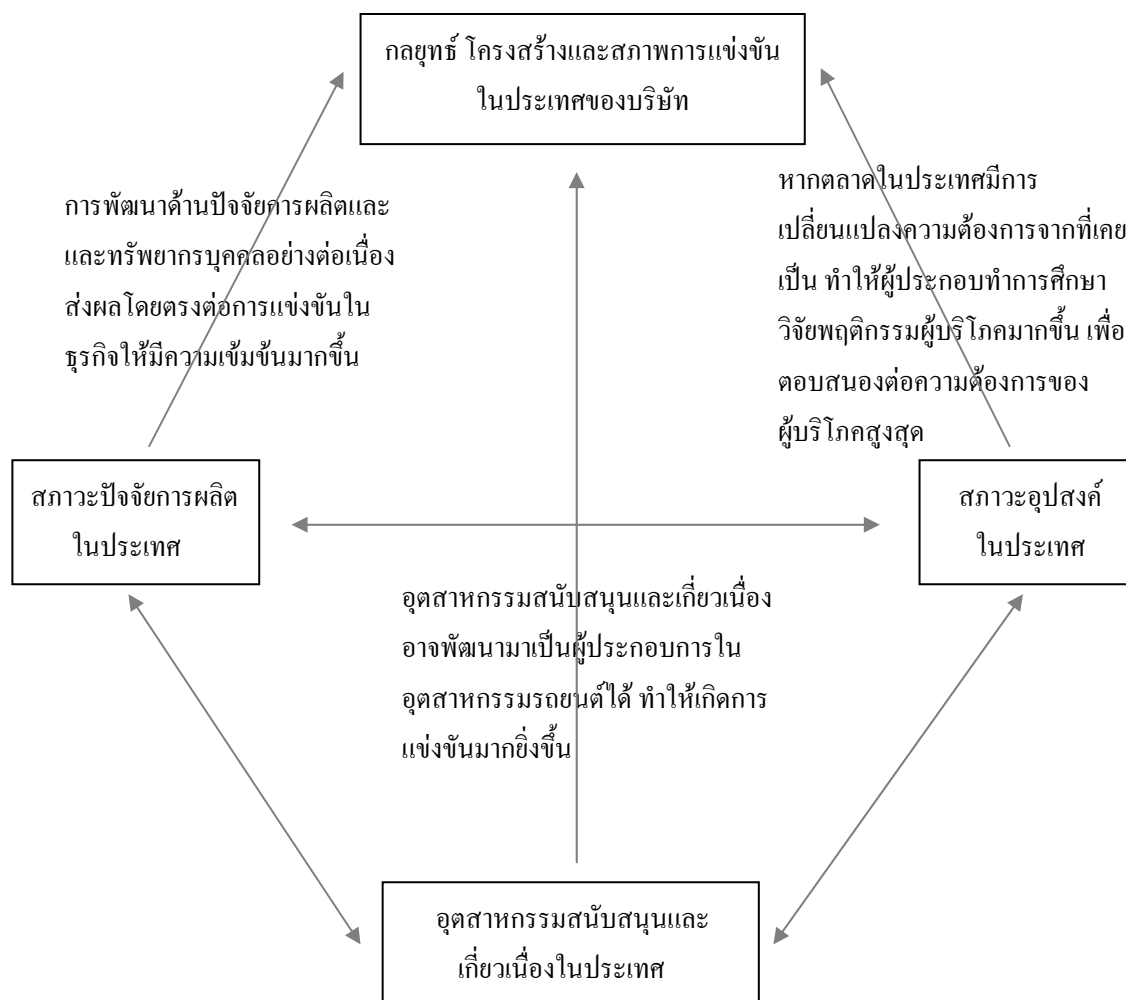
ที่มา: จากการวิเคราะห์



ภาพที่ 7 ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ
สถานะอุปสงค์ในประเทศ
ที่มา: จากการวิเคราะห์



ภาพที่ 8 ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ
อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ
ที่มา: จากการวิเคราะห์



ภาพที่ 9 ผลจากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันอื่นในระบบเพชรที่มีต่อ
กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ
ที่มา: จากการวิเคราะห์

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการผลิตสูงถึงกว่าหนึ่งล้านล้านบาทในปัจจุบัน (ประกอบด้วยอุตสาหกรรมรถยนต์ และอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์) โดยปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตรถยนต์มากเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียน และเป็นประเทศผู้ส่งออกรถยนต์ติดอันดับหนึ่งในสิบของโลกอีกด้วย

การเติบโตแบบก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมรถยนต์ปรากฏอย่างชัดเจนในปี 2542 หลังวิกฤตเศรษฐกิจเป็นต้นมา โดยมีอัตราการขยายตัวในปริมาณการผลิตในช่วงปี 2542–2550 โดยเฉลี่ยร้อยละ 28.97 ต่อปี มีอัตราการขยายตัวในปริมาณการจำหน่ายภายในประเทศ โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 19.15 ต่อปี และมีอัตราการขยายตัวในปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังต่างประเทศ โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 24.09 ต่อปี ซึ่งสัดส่วนในการผลิต การจำหน่ายภายในประเทศ และการส่งออก พบว่ารถกระบะขนาด 1 ตัน มีปริมาณสูงที่สุด เนื่องจากการที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ข้ามชาติต่างได้ขยายการลงทุนมาที่ประเทศไทย เพื่อเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถกระบะ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

ในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย ประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 1 รองลงมา คือ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ ซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียในปี 2550 สูงถึง 1.354 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับรถกระบะขนาด 1 ตัน (ทั้งเครื่องยนต์ดีเซลและแก๊สโซลีน) ออสเตรเลียก็ยังคงเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 1 ที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกรถกระบะมากที่สุด โดยในปี 2550 เป็นมูลค่า 896 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีประเทศซาอุดีอาระเบีย สหราชอาณาจักร และอาหรับเอมิเรตส์ เป็นประเทศคู่ค้าลำดับรองลงมา

ในปี 2550 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกรถยนต์ไปยังออสเตรเลียทั้งสิ้นจำนวน 154,314 คัน โดยเป็นรถยนต์นั่ง 91,803 คัน โดยเป็นรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ด้วยสัดส่วนร้อยละ 54.71 ของปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งทั้งหมด และ 62,511 คันเป็นการส่งออกรถกระบะขนาด 1 คัน โดยเป็นรถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลร้อยละ 58.84 และร้อยละ 41.16 เป็นการส่งออกรถกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีน ในขณะที่ออสเตรียนำเข้ารถยนต์นั่งจากประเทศญี่ปุ่นมากเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.78 ของปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งทั้งหมดในปี 2550 โดยมีการนำเข้าจากประเทศไทยเป็นอันดับที่ 3 สำหรับการนำเข้ารถกระบะของออสเตรีย นำเข้ารถกระบะจากประเทศไทยเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น สเปน ตามลำดับ โดยนำเข้ารถกระบะจากไทยคิดเป็นร้อยละ 38.93 จากปริมาณการนำเข้าทั้งสิ้นในปี 2550

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเยอรมนี พบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีค่า RCA ที่คำนวณได้เป็นอันดับที่ 1 ตลอดช่วงปี 2541 – 2550 โดยในปี 2550 มีค่า RCA ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.1165 โดยที่ค่า RCA ที่คำนวณได้ของเยอรมนี เกาหลีใต้ และไทย มีค่าเท่ากับ 2.1579 1.9096 และ 0.5220 ตามลำดับ เห็นได้ว่าประเทศไทย ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง สำหรับการคำนวณค่า RCA ในการส่งออกรถกระบะ ทำการคำนวณหาค่า RCA ของประเทศไทย ญี่ปุ่น สเปน และเยอรมนี โดยในปี 2550 คำนวณค่า RCA ได้เท่ากับ 5.3858 0.8270 4.6173 0.8342 ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยมีค่า RCA ที่คำนวณได้เป็นอันดับที่ 1 และเป็นค่าที่สูงมาก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถกระบะขนาด 1 คันไปยังตลาดโลก

จากการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยทำการวิเคราะห์รถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ซึ่งเป็นขนาดความจุที่มีปริมาณการส่งออกไปยังออสเตรเลียมากที่สุด โดยมีสัดส่วนเฉลี่ยในช่วงปี 2542-2550 เท่ากับร้อยละ 77.46 ต่อปี พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของไทยไปยังออสเตรเลียที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ รายได้ประชาชาติต่อประชากร (GDP Per Capita) ของออสเตรเลีย ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และมีเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ การเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยไปยังออสเตรเลียเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และราคาส่งออกของเกาหลี

ได้ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปยังออสเตรเลีย โดยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ หากราคาส่งออกรถยนต์นั่งของเกาหลีได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน แต่มีนัยสำคัญทางสถิติค่อนข้างต่ำ สำหรับราคาส่งออกของไทย พบว่า เครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์สอดคล้องกับสมมติฐานคือเป็นลบ หมายความว่าราคาที่ราคาส่งออกของไทยลดลงทำให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น แต่จากการพิจารณานัยสำคัญทางสถิติพบว่าราคาส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบขนาด 1,501-3,000 cc ของไทยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์ของการส่งออกกระบะไปยังออสเตรเลีย ได้มีการจำแนกการวิเคราะห์ตามชนิดของเครื่องยนต์ คือ รถกระบะเครื่องยนต์ดีเซล และเครื่องยนต์แก๊สโซลีน พบว่าราคาส่งออกของไทยและรายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียมียุทธผลต่อปริมาณการส่งออกกระบะของไทยทั้งสองประเภทไปยังออสเตรเลียอย่างมีนัยสำคัญ คือ การที่ราคาส่งออกของไทยลดลง หรือการที่รายได้ประชาชาติต่อประชากรของออสเตรเลียเพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการส่งออกกระบะของไทยไปยังออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องของวัตถุดิบ ไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ยาง แบตเตอรี่ สายไฟฟ้า เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการยังคงมีการนำเข้าวัตถุดิบบางรายการเพื่อเป็นวัตถุดิบ เป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยสามารถทำการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ประเภทเน้นใช้แรงงานเป็นหลัก ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยทั่วไปและปัจจัยพื้นฐาน แต่ก็มีการพัฒนาไปสู่การเป็นปัจจัยการผลิตขั้นสูงและเฉพาะทางมากขึ้น ในส่วนของภาครัฐ ได้มีนโยบายหรือมาตรการต่างๆ ที่ผลักดันและส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ได้ในตลาดโลก เนื่องจากการที่ภายในประเทศมีตลาดที่ใหญ่สามารถทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด และแม้หากตลาดในประเทศเล็กลง ผู้ผลิตก็ยังสามารถผลิตเพื่อส่งออกแทนได้ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและต่างประเทศหรือบริษัทแม่ ที่เข้ามาร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย โดยทำการหาตลาดให้แก่ผู้ผลิตนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. แม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางการส่งออกยานยนต์ และมีตลาดในภูมิภาคขนาดใหญ่เพียงพอที่จะรองรับความต้องการในปัจจุบัน แต่ในการประกอบการของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยยังขาดเทคโนโลยี ความสามารถในการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวิจัย เพราะส่วนใหญ่กระบวนการดังกล่าวจะดำเนินการในประเทศของบริษัทแม่ ทำให้การดำเนินการที่ต้องใช้ทักษะและเทคโนโลยีขั้นสูงมีน้อย ส่งผลต่อประสิทธิภาพและศักยภาพในการผลิตและการดำเนินการของลูกค้าและผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรมีนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือให้เกิดการวิจัยและพัฒนามากขึ้นในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ รวมไปถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีกเป็นจำนวนมาก

2. จากผลของการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยนั้น ภาคเอกชนและรัฐควรผลักดันนโยบายในการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศให้สูงขึ้น เนื่องจากประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดโลก จึงควรมุ่งเน้นมายังตลาดในประเทศ อย่างน้อยที่สุดเพื่อลดการนำเข้ารถยนต์นั่งได้ในระดับหนึ่ง และสำหรับค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกรถกระบะของประเทศไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก ดังนั้น ภาครัฐและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ (เฉพาะตลาดรถกระบะ) ควรมุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกรถกระบะให้มากขึ้น ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก

3. จากการที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถกระบะไปยังตลาดโลก ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรหามาตรการการรักษา ส่งเสริมและคุ้มครองอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกรถกระบะนี้ให้เกิดมาตรฐาน และพัฒนาไปยังการส่งออกรถยนต์นั่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการหาตลาดหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของตลาดโลกให้มากขึ้น

4. สำหรับตลาดส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย ควรพิจารณาหาตลาดใหม่เสริมเพิ่มเติมจากตลาดในภูมิภาคอาเซียน เช่น ตลาดละตินอเมริกา ยุโรป อเมริกา เนื่องจากหากประเทศในภูมิภาคอาเซียนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ หรือเกิดปัญหาทางการเมืองจนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของ

ประเทศนั้นๆ ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถส่งออกรถยนต์ไปยังประเทศดังกล่าวได้ หรืออาจมีการลดการนำเข้ารถยนต์ก็เป็นได้

5. ปัจจัยหนึ่งที่ต้องมีบทบาทสำคัญต่อการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย คือ ราคาการส่งออกของไทย ควรที่จะมีการปรับราคาให้เหมาะสม ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งจะช่วยให้เป็นแรงจูงใจอย่างดียิ่งในการเพิ่มปริมาณการส่งออกรถยนต์ของไทย เพราะต้นทุนการผลิตของไทยต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ซึ่งน่าจะอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษา รวบรวมข้อมูลที่เป็นจริงในการนำมาใช้วิเคราะห์และคำนวณค่าต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านราคา ควรที่จะหาราคาส่งออก CIF เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการวิเคราะห์
2. ควรศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ประกอบกันด้วย เนื่องจากอาจทำให้เห็นถึงทิศทางหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพธุรกิจภายในประเทศ หากต้องการให้เห็นความชัดเจน ควรยกตัวอย่างหรือเพิ่มเติมแผน นโยบาย และการดำเนินงานของบริษัทประกอบรถยนต์ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยอย่างน้อย 1 แห่งมาประกอบการบรรยายในเรื่องดังกล่าว

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. 2548. การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการแรงงานและแนวโน้มในอุตสาหกรรมการผลิต.

กุลธิรา ชมเชย. 2546. การวิเคราะห์อุปสงค์และควมได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกษร จันทฤทธิ์รัตน์. 2528. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชัยยศ จิรพัฒนกุล. 2540. บทบาทและการปรับตัวของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนไทยในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ในทศวรรษ 1990. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจและการจัดการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. อัตราแลกเปลี่ยน. (Online) www.bot.or.th, 30 พฤษภาคม 2551.

นิชา พิทยาธรพิทักษ์. 2551. แนวโน้มสถานการณ์รถยนต์ออสเตรเลียและผลกระทบต่อการส่งออกของไทย. สำนักงานส่งเสริมการค้าไทยในต่างประเทศ นครชิดนีย์. (Online) www.depthai.go.th, 30 พฤษภาคม 2551.

พันธุ์ยา บรรจงชีพ. 2538. มาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภราดร ปรีดาศักดิ์. 2548. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มยุรัตน์ ศุภสิทธิ์. 2546. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่งของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัชณี วีรวัฒน์ยิ่งยง. 2539. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2546. เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันยานยนต์. 2548. โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Benchmarking) สาขายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์. รายงานฉบับสมบูรณ์ เสนอ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 30 กันยายน 2548. กรุงเทพมหานคร.

_____. 2551. สถิติ. (Online) www.thaiauto.or.th, 16 กันยายน 2551.

สมชนก คุ่มพันธุ์, ผศ.ดร. และ สกรรจ์ แสนโสภ. 2547. โครงการศึกษาผลกระทบจากการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย – ออสเตรเลีย. รายงานฉบับสมบูรณ์ เสนอ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. มิถุนายน 2547. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สักรินทร์ นิยมศิลป์, ดร. 2549. อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ : ผู้ผูกทุนนิยมเสรีข้ามชาติ.

สุรัชย์ รัตนกิจตระกูล. 2536. ยุทธการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สุระ ประยูรวงศ์. 2539. **มาตรการและนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ภายใต้
ภาวะการเปิดเสรีทางการค้า**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุลักษณ์ เลาจเวชกุล. 2542. **ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความ
ได้เปรียบแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ**. วิทยานิพนธ์วิชา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เสาวลักษณ์ ปโกฏิประภา. 2548. **เศรษฐศาสตร์จุลภาค1**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2551. **สถิติอุตสาหกรรม**. (Online) www.oie.go.th, 20 ตุลาคม
2551.

ศรีวงศ์ สุมิตร และ สาลินี วรบัณฑิต. 2546. **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ**. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาภรณ์ เจริญประกิจกุล. 2544. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและ
ส่งออกยานยนต์ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Global Trade Information Service. 2009. **Global Trade Atlas**. (Online) www.gtis.com/gta/,
8 พฤศจิกายน 2551.

International Monetary Fund. 2009. **World Economic Outlook database**.
(Online) www.imf.org, 1 กุมภาพันธ์ 2552.

Reserve Bank of Australia. 2009. (Online) www.rba.gov.au, 16 มกราคม 2552.

ภาคผนวก

ตารางผนวกที่ 1 ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอกสูบ
1,501-3,000cc ของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	เยอรมนี
2541	0.023319	2.870428	1.211784	2.336316
2542	0.059029	2.956738	1.412847	2.248287
2543	0.085506	2.954470	1.735632	2.238187
2544	0.259108	3.137375	1.964803	2.126461
2545	0.169287	3.417016	1.963909	2.127148
2546	0.200396	2.948330	2.243460	1.979084
2547	0.204856	2.687663	2.449040	1.732606
2548	0.462084	2.962430	2.475734	2.051858
2549	0.622634	3.370097	2.404925	2.024740
2550	0.722319	3.756150	2.560179	1.712711

ตารางผนวกที่ 2 ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกผลกระทบเครื่องยนต์ดีเซลของประเทศไทย
ไปยังตลาดโลก

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
2541	2.765397	2.432887	5.958160	1.426036
2542	4.995262	1.938489	5.749846	1.467113
2543	5.105157	1.526319	5.243479	1.477431
2544	5.012564	1.482176	5.088500	1.456318
2545	5.216863	1.594438	4.363115	1.253147
2546	5.278330	1.448927	4.792163	1.289675
2547	6.255770	1.382830	4.734566	1.151756
2548	6.551514	1.158853	5.581524	1.233249
2549	8.185243	0.993799	8.019779	1.243839
2550	7.203644	0.891376	7.158903	1.340059

ตารางผนวกที่ 3 ค่า RCA ที่คำนวณได้ในการส่งออกรรถกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีนของ
ประเทศไทยไปยังตลาดโลก

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
2541	0.547549	1.385895	0.725927	0.065014
2542	0.862452	0.934870	0.310896	0.064065
2543	0.976144	0.921476	0.211898	0.059017
2544	0.757552	0.930547	0.169742	0.076092
2545	0.955282	1.003063	0.168957	0.052765
2546	1.642673	0.878482	0.318676	0.039671
2547	2.731037	1.026586	0.266321	0.025249
2548	2.798925	0.802618	0.287231	0.026778
2549	1.982181	0.665331	0.421235	0.012964
2550	2.448007	0.723037	0.509920	0.016691

ตารางผนวกที่ 4 ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งขนาดความจุ
กระบอกสูบ 1,501-3,000cc ของไทยไปยังออสเตรเลีย

ลำดับ ที่	ไตรมาสที่	ปริมาณ ส่งออก (คัน)	ราคาส่งออก (ดอลลาร์สหรัฐ)				อัตราแลกเปลี่ยน		GDP Per Capita ของ ออสเตรเลีย (ดอลลาร์ สหรัฐ)
			ไทย	ญี่ปุ่น	เยอรมัน	เกาหลีใต้	(B : USD)	(AUD : USD)	
1	1st/41	1.00	5,784.24	9,645.33	20,198.41	6,335.34	47.1481	1.5053	4,977.78
2	2nd	1.00	10,204.60	9,091.27	19,739.87	6,504.86	40.3251	1.5959	4,977.78
3	3rd	2.00	10,322.94	8,440.91	19,293.10	6,594.46	41.0583	1.6721	4,977.78
4	4th	779.00	15,612.62	9,769.63	20,190.19	6,243.40	36.9520	1.6064	4,977.78
5	1st/42	954.00	14,274.09	9,896.02	13,731.14	5,893.87	37.0510	1.5802	5,298.77
6	2nd	807.00	15,139.98	9,505.62	14,802.93	6,401.45	37.1795	1.5319	5,298.77
7	3rd	930.00	14,394.30	10,090.48	11,886.08	7,508.14	38.3252	1.5396	5,298.77
8	4th	599.00	16,186.30	10,638.53	12,636.78	7,782.53	38.8061	1.5541	5,298.77
9	1st/43	579.00	15,820.63	9,914.71	12,360.14	7,601.71	37.6543	1.5848	5,081.29
10	2nd	133.00	15,176.43	9,480.99	10,833.76	8,135.28	38.6615	1.6991	5,081.29
11	3rd	970.00	14,731.37	9,213.08	15,577.20	7,346.75	40.9905	1.7426	5,081.29
12	4th	512.00	13,250.09	8,637.25	12,673.25	8,958.15	43.3423	1.8788	5,081.29
13	1st/44	689.00	13,423.71	9,008.37	15,264.79	8,130.02	43.2198	1.8835	4,733.92
14	2nd	1,371.00	11,032.82	8,666.19	14,492.04	7,851.08	45.3920	1.9494	4,733.92
15	3rd	732.00	12,096.09	8,945.84	14,498.66	7,675.79	44.9509	1.9480	4,733.92
16	4th	1,260.00	10,713.48	9,133.73	15,336.26	7,372.11	44.3451	1.9564	4,733.92
17	1st/45	517.00	9,457.24	9,006.09	15,814.99	7,074.28	43.7432	1.9324	5,243.25
18	2nd	1,900.00	9,869.88	9,586.50	15,660.96	7,994.13	42.7877	1.8149	5,243.25
19	3rd	3,020.00	9,982.46	9,640.51	17,404.23	7,563.17	42.0685	1.8279	5,243.25
20	4th	661.00	10,514.96	9,673.56	14,244.32	7,436.84	43.4171	1.7940	5,243.25
21	1st/46	1,108.00	10,029.99	9,994.76	16,100.62	6,608.27	42.7993	1.6877	6,621.38

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ไตรมาสที่	ปริมาณ ส่งออก (ตัน)	ราคาส่งออก (ดอลลาร์สหรัฐ)				อัตราแลกเปลี่ยน		GDP Per Capita ของ ออสเตรเลีย (ดอลลาร์ สหรัฐ)
			ไทย	ญี่ปุ่น	เยอรมัน	เกาหลีใต้	(B : USD)	(AUD : USD)	
22	2nd	792.00	11,705.91	10,917.27	17,320.79	6,914.19	42.2273	1.5613	6,621.38
23	3rd	3,251.00	12,881.49	11,243.55	15,301.81	7,201.51	41.3131	1.5209	6,621.38
24	4th	1,796.00	15,754.84	12,449.04	18,609.78	8,669.59	39.7813	1.3987	6,621.38
25	1st/47	1,535.00	15,112.54	13,182.66	18,176.34	8,403.73	39.2136	1.3069	7,939.52
26	2nd	1,661.00	10,734.74	12,548.62	17,433.00	8,538.71	40.2709	1.4034	7,939.52
27	3rd	2,378.00	13,953.37	12,436.58	16,315.45	8,574.65	41.3032	1.4106	7,939.52
28	4th	908.00	13,481.78	12,734.34	24,600.46	8,856.00	40.2917	1.3244	7,939.52
29	1st/48	4,201.00	13,492.26	12,589.17	22,896.15	9,913.51	38.6120	1.2895	8,721.94
30	2nd	4,345.00	13,907.55	12,418.13	22,428.69	9,564.53	40.0962	1.3030	8,721.94
31	3rd	4,519.00	13,647.59	12,839.03	23,723.26	8,782.18	41.3353	1.3189	8,721.94
32	4th	3,205.00	14,056.29	12,660.49	21,256.51	7,790.12	41.0354	1.3461	8,721.94
33	1st/49	4,343.00	12,846.34	12,635.52	20,351.13	8,183.22	39.3343	1.3528	9,110.60
34	2nd	8,691.00	14,695.95	12,225.53	20,620.58	9,005.38	38.1188	1.3420	9,110.60
35	3rd	6,046.00	15,249.48	12,667.16	23,224.24	8,481.80	37.6896	1.3226	9,110.60
36	4th	9,059.00	13,494.80	12,952.71	22,582.64	8,042.07	36.5718	1.3002	9,110.60
37	1st/50	13,449.00	16,163.31	13,349.21	24,890.52	9,413.14	35.5880	1.2741	10,828.08
38	2nd	11,857.00	15,877.74	13,407.24	26,311.13	9,229.26	34.6910	1.2056	10,828.08
39	3rd	12,750.00	17,200.17	14,571.59	26,285.25	9,574.48	34.0565	1.1821	10,828.08
40	4th	12,171.00	17,382.11	14,431.46	25,515.67	10,076.58	33.9192	1.1253	10,828.08

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

World Trade Atlas และ IMF (2551)

ตารางผนวกที่ 5 ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกกระบะเครื่องยนต์ดีเซลของไทย
ไปยังออสเตรเลีย

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ปริมาณการส่งออก กระบะเครื่องยนต์ ดีเซล (คัน)	ราคาส่งออกกระบะเครื่องยนต์ดีเซล (ดอลลาร์สหรัฐ)			
			ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
1	1st/2541	536	8,408.79	12,543.13	13,174.52	12,407.80
2	2nd	204	9,379.80	12,090.99	13,315.67	13,452.40
3	3rd	732	9,364.49	11,566.38	13,388.12	12,984.10
4	4th	936	9,692.78	12,478.51	n/a	14,297.24
5	1st/2542	4,484	9,295.00	13,381.06	14,024.61	13,621.08
6	2nd	3,941	9,807.02	13,439.69	13,019.91	14,267.64
7	3rd	4,434	10,487.64	13,994.31	12,866.66	12,418.09
8	4th	3,141	10,436.39	13,890.71	12,384.65	14,004.34
9	1st/2543	4,205	10,276.52	13,957.80	11,218.96	12,854.79
10	2nd	4,517	10,199.07	13,683.46	10,635.87	11,237.35
11	3rd	7,620	10,076.18	13,059.41	17,379.80	13,092.11
12	4th	4,627	9,722.92	12,099.30	10,637.91	12,551.03
13	1st/2544	2,419	9,306.09	12,390.87	10,257.53	10,403.05
14	2nd	3,934	8,986.17	12,550.24	9,646.62	12,843.55
15	3rd	3,642	9,243.79	12,454.92	10,425.28	13,321.73
16	4th	4,576	9,078.55	12,265.47	10,372.64	14,945.24
17	1st/2545	4,442	8,876.85	12,042.54	10,026.20	12,588.45
18	2nd	3,969	9,045.56	13,595.31	10,185.29	13,998.17
19	3rd	3,119	9,482.87	13,234.50	11,286.70	13,655.34
20	4th	3,568	9,759.50	13,682.53	11,504.34	13,305.15
21	1st/2546	4,744	10,814.90	14,598.30	12,886.54	13,059.62
22	2nd	5,092	11,392.68	15,479.53	13,900.56	16,481.70
23	3rd	3,771	12,063.54	16,311.39	14,037.09	20,451.73
24	4th	4,462	12,549.07	17,224.48	19,997.39	24,122.99

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ปริมาณการส่งออก กระบะเครื่องยนต์ ดีเซล (คัน)	ราคาส่งออกกระบะเครื่องยนต์ดีเซล (ดอลลาร์สหรัฐ)			
			ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
25	1st/2547	5,432	13,060.33	18,894.62	18,957.11	22,006.55
26	2nd	4,684	13,345.78	17,293.25	17,979.64	16,790.68
27	3rd	3,865	13,323.17	16,803.85	18,535.12	20,277.11
28	4th	6,071	13,093.33	18,141.34	19,760.27	22,761.28
29	1st/2548	6,589	13,178.92	18,392.04	18,924.14	20,466.03
30	2nd	8,072	12,619.87	17,869.95	18,312.08	14,121.82
31	3rd	5,967	12,929.29	18,241.44	17,611.32	15,489.87
32	4th	4,086	12,000.61	18,760.73	19,534.03	20,521.81
33	1st/2549	8,242	11,105.79	18,621.50	19,578.68	18,158.15
34	2nd	7,196	11,670.56	17,185.54	19,746.37	18,175.06
35	3rd	7,689	13,070.39	18,304.00	21,007.72	22,213.26
36	4th	9,179	14,133.28	15,634.26	22,735.55	23,478.21
37	1st/2550	12,753	14,330.68	21,181.51	22,578.90	24,659.39
38	2nd	11,481	15,893.49	22,488.00	23,025.76	24,048.64
39	3rd	5,951	18,069.39	20,244.24	23,598.03	27,399.60
40	4th	6,332	19,693.81	21,798.62	24,532.84	28,016.87

ที่มา: World Trade Atlas (2551)

ตารางผนวกที่ 6 ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณอุปสงค์การส่งออกกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีน
ของไทยไปยังออสเตรเลีย

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ปริมาณการส่งออกกระบะ เครื่องยนต์แก๊สโซลีน (คัน)	ราคาส่งออกกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีน (ดอลลาร์สหรัฐ)			
			ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
1	1st/2541	1,445.00	9,766.96	8,809.55	14,433.39	11,402.20
2	2nd	995	8,380.21	8,093.34	14,989.27	12,233.87
3	3rd	1,973.00	9,034.26	8,189.04	14,504.97	14,111.03
4	4th	1,785.00	8,845.54	8,946.64	n/a	13,574.41
5	1st/2542	2,620.00	8,422.33	9,246.04	15,516.09	6,203.45
6	2nd	3,101.00	8,777.14	8,564.99	15,000.90	6,772.20
7	3rd	3,858.00	9,676.57	9,181.58	14,722.36	6,961.62
8	4th	2,818.00	9,346.15	9,782.21	10,087.42	6,707.09
9	1st/2543	4,705.00	9,677.59	10,038.39	13,401.21	6,192.59
10	2nd	2,969.00	8,801.53	8,978.50	12,457.47	6,370.73
11	3rd	5,720.00	8,585.15	8,532.60	12,451.95	11,282.63
12	4th	4,608.00	8,358.18	7,552.13	10,697.11	9,057.34
13	1st/2544	2,769.00	7,763.60	7,647.65	10,585.90	5,768.90
14	2nd	3,885.00	7,722.56	7,659.06	9,915.38	10,673.84
15	3rd	4,730.00	7,365.67	8,385.05	10,270.45	12,623.06
16	4th	2,475.00	7,514.92	8,042.06	10,256.80	11,227.20
17	1st/2545	3,387.00	7,893.87	7,422.38	10,262.69	10,216.79
18	2nd	3,654.00	7,942.83	7,964.19	10,776.50	10,479.35
19	3rd	2,811.00	8,562.42	8,451.55	11,335.97	12,339.02
20	4th	5,403.00	8,061.39	8,992.70	12,094.88	10,974.10
21	1st/2546	7,580.00	8,529.63	9,992.63	13,067.53	10,947.68
22	2nd	7,078.00	8,783.86	10,302.26	14,158.72	14,131.46
23	3rd	6,756.00	9,899.72	10,589.21	7,699.53	n/a
24	4th	6,357.00	9,868.05	11,466.83	8,711.75	n/a

ตารางผนวกที่ 6 (ต่อ)

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ปริมาณการส่งออกกระทระบะ เครื่องยนต์แก๊สโซลีน (คัน)	ราคาส่งออกกระทระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีน (ดอลลาร์สหรัฐ)			
			ไทย	ญี่ปุ่น	สเปน	เยอรมนี
25	1st/2547	8,943.00	10,351.98	11,847.13	11,735.45	14,508.74
26	2nd	8,516.00	10,403.56	11,254.44	8,617.98	16,376.97
27	3rd	6,844.00	10,842.08	10,258.26	7,851.06	14,157.64
28	4th	8,127.00	10,639.88	10,485.62	8,060.21	17,582.51
29	1st/2548	8,886.00	10,570.76	11,673.19	8,665.32	14,994.04
30	2nd	11,399.00	10,204.49	11,963.88	9,310.24	10,621.33
31	3rd	9,790.00	10,691.86	10,878.62	7,410.49	12,751.64
32	4th	10,456.00	8,855.35	11,322.13	18,191.40	13,474.77
33	1st/2549	3,553.00	11,549.74	13,991.57	13,578.44	15,522.72
34	2nd	5,176.00	10,630.58	13,057.79	11,478.28	12,965.14
35	3rd	6,716.00	11,103.84	11,908.69	17,251.23	20,480.22
36	4th	6,058.00	11,311.58	11,619.23	19,426.09	21,297.63
37	1st/2550	7,449.00	12,051.89	13,464.60	20,696.50	17,887.42
38	2nd	7,203.00	10,770.93	11,349.57	16,683.00	16,308.52
39	3rd	6,135.00	11,821.38	13,383.88	17,476.53	18,220.77
40	4th	4,776.00	11,557.38	15,000.57	21,258.38	21,829.86

ที่มา: World Trade Atlas (2551)

ตารางผนวกที่ 7 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกรถยนต์นั่งที่มีความจุกระบอบสูง
1,501-3,000cc โดยเพิ่มปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลีย
ต่อดอลลาร์สหรัฐ

Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the estimate	Durbin-Watson
	0.936	0.877	0.850	1488.37336	1.410
Coefficients	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-2094.498	10291.113		-0.204	0.840
P Thai	-0.093	0.202	-0.061	-0.461	0.648
P Japan	-0.427	0.585	-0.203	-0.730	0.471
P Germany	0.163	0.108	0.184	1.505	0.142
P South Korea	0.226	0.396	0.063	0.570	0.572
Exchange Rate (Baht : USD)	-543.913	181.819	-0.445	-2.992	0.005
Exchange Rate (AUD : USD)	9124.118	3214.299	0.572	2.839	0.008
GDP Per Capita	2.066	0.464	1.114	4.455	0.000

ตารางผนวกที่ 8 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลโดยเพิ่มปัจจัย
อัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลียต่อดอลลาร์สหรัฐ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the estimate	Durbin-Watson
Summary	.882	.779	.729	1345.36460	1.346
Coefficients	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-11101.850	7358.285		-1.509	.141
P Thai	-.603	.246	-.594	-2.453	.020
P Japan	.627	.271	.745	2.317	.027
P Spain	.466	.183	.828	2.540	.016
P Germany	-.172	.120	-.325	-1.428	.163
Exchange Rate (Baht : USD)	-383.782	109.834	-.466	-3.494	.001
Exchange Rate (AUD : USD)	11756.873	2547.917	1.109	4.614	.000
GDP Per Capita	.917	.440	.736	2.084	.045

ตารางผนวกที่ 9 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกถกระบะเครื่องยนต์แก๊สโซลีน
โดยเพิ่มปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์ออสเตรเลียต่อดอลลาร์สหรัฐ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the estimate	Durbin-Watson
Summary	.821	.673	.594	1692.68774	1.464
Coefficients	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	17814.229	12548.497		1.420	.166
P Thai	-1.420	.603	-.730	-2.356	.025
P Japan	-.056	.400	-.043	-.139	.890
P Spain	-.264	.106	-.359	-2.482	.019
P Germany	-.048	.121	-.077	-.394	.696
Exchange Rate (Baht : USD)	192.862	161.286	.233	1.196	.241
Exchange Rate (AUD : USD)	-7369.036	3320.813	-.691	-2.219	.034
GDP Per Capita	1.338	.435	1.073	3.075	.005

ตารางผนวกที่ 10 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกรถยนต์ต่อราคาส่งออกของไทย
ที่ได้จากการคำนวณจากสูตร

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{(P_1 + P_2)}{(Q_1 + Q_2)}$$

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ค่าความยืดหยุ่น		
		รถยนต์นั่งขนาด 1,501- 3,000cc	รถกระบะ	
			เครื่องยนต์ดีเซล	เครื่องยนต์แก๊สโซลีน
1	1st/41	-	-	-
2	2nd	0	-8.2191	2.4134
3	3rd	57.8208	-690.6402	8.7735
4	4th	4.8779	7.0997	4.7396
5	1st/42	-2.2547	-31.2475	-7.7343
6	2nd	-2.8356	-2.4045	4.0756
7	3rd	-2.8047	1.7553	2.2319
8	4th	-3.6943	69.6895	8.9686
9	1st/43	1.4861	-18.7657	14.397
10	2nd	30.1408	-9.457	4.7717
11	3rd	-50.9936	-42.1813	-25.4402
12	4th	5.8378	13.6971	8.0375
13	1st/44	22.642	14.3058	6.7593
14	2nd	-3.3865	-13.6351	-63.2875
15	3rd	-6.6096	-2.7274	-4.1467
16	4th	-4.3728	-12.6022	-31.2046
17	1st/45	6.7135	1.3228	6.3261
18	2nd	26.8004	-5.9741	12.2659
19	3rd	40.1424	-5.0809	-3.4736
20	4th	-24.6684	4.6706	-10.47
21	1st/46	-10.7046	2.7581	5.9414
22	2nd	-2.157	1.3599	-2.3323

ตารางผนวกที่ 10 (ต่อ)

ลำดับที่	ไตรมาสที่	ค่าความยืดหยุ่น		
		รถยนต์นั่งขนาด 1,501- 3,000cc	รถกระบะ	
			เครื่องยนต์ดีเซล	เครื่องยนต์แก๊สโซลีน
23	3rd	12.7208	-5.2113	-0.3897
24	4th	-2.8732	4.2546	18.9924
25	1st/47	3.7655	4.9109	7.0621
26	2nd	-0.2328	-6.8402	-9.8415
27	3rd	1.3616	112.9988	-5.2738
28	4th	26.0251	-25.5178	-9.1048
29	1st/48	1658.9777	12.5594	-13.6902
30	2nd	1.1117	-4.668	-7.0269
31	3rd	-2.0807	-12.3807	-3.2558
32	4th	-11.5316	5.0228	-0.3501
33	1st/49	-3.3523	-8.7052	-3.7317
34	2nd	4.9674	-2.7325	-4.4867
35	3rd	-9.7097	0.5854	5.9472
36	4th	-3.2676	2.2608	-5.5581
37	1st/50	2.1677	23.4977	3.2501
38	2nd	7.0585	-1.0151	0.2991
39	3rd	0.9077	-4.9516	-1.7221
40	4th	-4.4161	0.7211	11.0299

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวฐิติมา ทองสมัคร
วัน เดือน ปี ที่เกิด	5 สิงหาคม 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด