

สัญญาเลขที่ RDG5550102

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการแนวทางการสนับสนุนด้านการลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. ดร. นิภาวรรณ ธีราวัฒน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

2. ดร. วลีรัตน์ สุพรรณชาติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และทีมผู้ช่วยวิจัย

ที่ปรึกษาโครงการ

ท่านยุทธศักดิ์ ฌณาสวัสดิ์

ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และนโยบายการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. – สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

12 FEB 2014

## บทคัดย่อ

ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศที่ส่งผลกระทบต่อการขายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา ได้แก่ ปริมาณของวัตถุดิบ การบริโภคยางพารา มาตรการส่งเสริมการลงทุน ระบบสาธารณูปโภคและโลจิสติกส์ ผลของงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทข้ามชาติไทยนั้นมีจุดเด่นอยู่ที่ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวัตถุดิบและการผลิต การใช้กลยุทธ์ในการขายตัวขององค์กรตามแนวราบและตามแนวตั้ง และความสามารถในการให้บริการภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแตกต่างจากบริษัทข้ามชาติเอเชียอื่น ๆ อาทิเช่น บริษัทข้ามชาติมาเลเซีย ซึ่งมีความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์ใช้กลยุทธ์ในการขายตัวผู้ต่างประเทศและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิผล โดยเฉพาะในฐานะผู้จัดจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายระดับโลก มีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์

บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการตระหนักรู้ถึงบทบาทและผลกระทบของการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศในภูมิภาค บริษัทเหล่านี้มีการปรับตัวในเชิงกลยุทธ์และพัฒนาสมรรถภาพในการขายตัวผู้ต่างประเทศ หนึ่งในข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อภาคเอกชน คือ บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ควรจะปรับกลยุทธ์การขายตัวผู้ต่างประเทศ โดยการออกไปลงทุนในเขตอุตสาหกรรมส่งออกและเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ประเทศพม่า มาเลเซีย ไทย จีน สิงคโปร์เพื่อใช้ประโยชน์ทางภาษีและมีใช้อย่างเต็มที่ และเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งบริษัทเหล่านี้ควรปรับกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อตอบสนองต่อการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และส่งเสริมนโยบายการแข่งขันเสรี

คำแนะนำเชิงนโยบายแก่รัฐบาลไทยในการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพารา ประกอบด้วยนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางยางพาราโลก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค การพัฒนามาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ให้แข่งขันได้กับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน มาตรการส่งเสริมการลงทุนของบริษัทไทยในต่างประเทศ อีกทั้งภาครัฐควรยกเลิกมาตรการแทรกแซงกลไกตลาด ส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียนและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และท้ายสุดที่จะละเลยไม่ได้ก็คือการรักษาเสถียรภาพทางการเมืองและความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายภาครัฐ

### **Abstract**

Country specific factors that affect the internationalization of Asian multinationals are the quantity and availability of raw materials, domestic rubber consumption, investment promotion measures, adequate quantity and high quality infrastructure and logistics systems. The results of this research found that unlike other Asian multinationals firm specific factors of Thai multinationals are efficiency in management of raw materials and production processes, successful implementation of horizontal and vertical integration strategies, and the ability to provide services to related industries in the rubber industry. Malaysian multinationals possess technological capabilities and innovation and focus on producing high quality products and the implementation of product differentiation strategy. Singaporean firms' strengths lie in the area of effective internationalization and marketing strategies, high quality of human resources and visionary leadership. Singaporean firms are global dealers and distributors of rubber products.

Multinationals in Southeast Asia are aware of the role and impact of the ASEAN Economic Community (AEC) and international investment policies to promote investment in the region on their international expansion. These companies have to adapt and develop internationalization competencies and strategies. One of the suggestions is that these multinationals from the Southeast Asian region should make greater investment in the Export Processing Zone (EPZs) and Special Economic Zones (SEZs), especially those located in ASEAN member countries such as Myanmar, Malaysia, Thailand, and Singapore to fully take advantage of tax and non-tax incentives as well as to strengthen competitive advantages. Also, these companies should adjust their human resources strategies in response to changing business environment. Last but not least, they should promote free competition policy of the public sector.

Policy recommendations for the Royal Thai government are discussed and proposed in the report. Main aims are to help promote higher foreign investment in the Thai rubber industry. One of the measures is to formulate concrete measures to promote Thailand as a world center of rubber. The Thai government should focus more on the development of automotive and industrial rubber products, related downstream industries together with the development of technology and infrastructure. BOI investment promotion measures should be developed further based on a comparative analysis of this report in order to compete with neighboring countries in the region. The Thai government should not employ interventionist approach. The role of government has to evolve towards facilitating market system as well as enable the free movement of labor in the ASEAN region and continuously develop human resources. Finally, there is a room for improvement unarguably in terms of Thai political stability and continuity of government policy.

### บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ประเทศไทยมีความสามารถในการดึงดูดเม็ดเงินจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในไทยในอุตสาหกรรมยางและรถยนต์ รวมทั้งชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกันอย่างมาก และประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ในภูมิภาคเอเชีย ประเทศผู้ลงทุนหลักที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมากที่สุด 5 อันดับแรก ในช่วงปี 2513-2555 ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และไต้หวัน ตามลำดับ โดยมาเลเซียมีปริมาณเงินลงทุนรวมมากที่สุด โครงการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุน (Joint venture) โดยเป็นการลงทุนผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก (export-oriented)

ประเทศไทยจะต้องรักษาความเป็น the Detroit of Asia ต่อไปให้ได้ อันนี้เป็นจุดแข็งที่ทำให้ประเทศไทยชนะในเวทีโลก และยังช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอย่างอุตสาหกรรมยางพาราไทยอีกด้วย ประเทศไทยมีโอกาสที่จะเป็นศูนย์กลางยางพาราโลก ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับระดับของการเปิดกว้างเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนของประเทศไทย และปัจจัยอื่น ๆ เช่น การบริหารจัดการโครงการระหว่างประเทศในระดับรัฐต่อรัฐ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด กล่าวคือ โครงการ Rubber City นั้นจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อมีแรงขับเคลื่อนสำคัญของการลงทุนระหว่างประเทศจากการที่ผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชน เล็งเห็นถึงประโยชน์หรือศักยภาพของโครงการ มิใช่เกิดจากการผลักดันโดยวาระจากภาคการเมืองเท่านั้น ภาครัฐ

BOI มีบทบาทที่สำคัญในการช่วยลดต้นทุนให้นักลงทุน โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและที่มิใช่ภาษี เพื่อจูงใจให้มากกว่าเดิม เนื่องจากมาตรการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยยังเป็นรองอยู่มากเมื่อเทียบกับมาตรการของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย หน่วยงานภาครัฐของไทยจะต้องปรับปรุงมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้สามารถแข่งขันได้ โดยมุ่งเน้นพัฒนาในส่วนของเงินสมทบการลงทุน ทุนส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรม และการเจรจาต่อรองขอรับการสนับสนุน

ภาครัฐควรจะช่วยเน้นเรื่องของการลดความผันผวนของราคายางพาราให้น้อยลง จะทำให้เกิดผลดีต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลาย จากที่ผ่านมาภาครัฐอาจจะผลักดันในเรื่องของราคาน้ำยาง ซึ่งเป็นการช่วยภาคเกษตรกร ซึ่งภาครัฐอาจจะต้องขยายมุมมองออกไปให้กว้างขึ้น ควรทำการศึกษาในมุมมองอื่น ๆ แต่ละมุมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราทั้งหมด ในแต่ละภาคส่วนมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณเท่าไร แล้วควรจะมีการกำหนดทิศทางจากภาครัฐว่านโยบายควรจะช่วยทั้งภาคเกษตรกรและภาคอุตสาหกรรมควบคู่กันไป มิใช่แค่ส่งเสริมการผลิตสินค้าขึ้นต้นและขึ้นกลางเท่านั้น พวกน้ำมันดิบ น้ำยางสด หรือยางแผ่น ยางก้อนซึ่งมีปริมาณความต้องการที่สูงที่สุดอยู่แล้ว หากควรหันมาส่งเสริมการผลิต



ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในการผลิตด้วย ซึ่งภาครัฐอาจทำได้ส่วนหนึ่งโดยการวางกลยุทธ์และโครงการที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำ จะทำให้ราคาวัตถุดิบถูกลง ปริมาณผลผลิตที่ดีขึ้นและสม่ำเสมอ คาดคะเนได้นั้น จักส่งผลดีต่อการรักษาระดับราคาวัตถุดิบ ยางพาราให้มีความคงที่ตามไปด้วย การรักษาเสถียรภาพราคายางในของอุตสาหกรรมนั้น ต้องมีการปกป้องความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากโลกภายนอก โดยการเน้นการปรับปรุงในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร และระบบการบริหารจัดการของทั้งห่วงโซ่อุปทาน

ภาครัฐควรจะวางนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปขึ้นปลายทั้งหลาย ภาครัฐจะต้องเข้ามาดูแลในเรื่องนี้และทำให้เป็นวาระเร่งด่วนในเรื่องของการสร้างสมดุลการพัฒนาของทั้งห่วงโซ่อุปทานจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยแข่งขันได้กับประเทศอื่น ๆ การสนับสนุนจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาของภาครัฐ มหาวิทยาลัย มีการร่วมกันทำงานวิจัยพัฒนาที่ออกมาเป็นชิ้นเป็นอันอยู่ในแต่ละปี ถ้าในภาครัฐจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้นสำหรับสนับสนุนหน่วยงาน เช่น สถาบันวิจัยยาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการวิจัยพัฒนาจะทำให้คล่องตัวและก็เห็นผลเร็วขึ้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลาย เช่น การนำน้ำยางสดมาใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง เวชภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และภาชนะที่ใช้ในการทำเค้ก ส่วนประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ให้หลากหลายประเภทกว่าเดิม

ยิ่งไปกว่านั้น ภาครัฐอาจให้การสนับสนุนในเรื่องเงินทุนและการแลกเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียน โดยการเจรจาระหว่างรัฐบาลของประเทศสมาชิก เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยควรจะมีการจัดทำการวิเคราะห์ความต้องการแรงงานของแต่ละประเทศ เพื่อจะได้กำหนดสาขาอาชีพ และประเภทอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมทางธุรกิจย่อยที่ประสบปัญหาด้านแรงงาน เพื่อที่จะแก้ไขกฎเกณฑ์ ผ่อนคลายกฎระเบียบต่าง ๆ ด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ ซึ่งควรจะสามารถอำนวยความสะดวกให้มีการโยกย้ายได้ง่ายขึ้นในประเภทอาชีพที่จำเป็นในการสร้างเสริมความเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมเป้าหมายเช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมยางพารา ในปัจจุบันนี้มีการจำกัดสาขาอาชีพเฉพาะแรงงานที่มีทักษะเท่านั้น อาทิเช่น แพทย์ นักบัญชี สถาปนิก นักสำรวจ เป็นต้น

ในส่วนของตัวเลขเม็ดเงินลงทุนโดยตรงของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศเมื่อเทียบกับประเทศผู้ลงทุนในภูมิภาคอาเซียน ประเทศไทยมีปริมาณการลงทุนที่ไม่สูงมากนัก จัดอยู่ในอันดับที่ 4 ในภูมิภาคอาเซียน เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซีย จีน สิงคโปร์กับของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าของไทยยังค้อยกว่าประเทศอื่น ๆ อยู่หลายขุม ฉะนั้น BOI ควรออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการไทยที่มีความประสงค์จะขยายกิจการในต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิมที่

เน้นเพียงการทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเท่านั้น เช่น ควรจะออกมาตรการหักค่าใช้จ่ายค่าปรึกษาด้านกฎหมาย ค่าสำรวจโครงการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการลงทุนในต่างประเทศได้ 2 เท่า และควรจะมีการพัฒนามาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินไม่เกิน 3 ปีหรือเป็นระยะเวลายาวนานกว่านั้นแก่บริษัทไทย อาจอยู่ในรูปแบบการให้เงินกู้โดยเก็บอัตราดอกเบี้ยต่ำ หรือให้เงินกู้โดยไม่เสียดอกเบี้ยแบบกำหนดกรอบระยะเวลาในการใช้สิทธิประโยชน์ อาทิเช่น เวลา 1 หรือ 2 ปี เป็นต้น รวมทั้งควรพิจารณาออกมาตรการให้ภาคเอกชนสามารถนำเงินที่ลงทุนซื้อกิจการในต่างประเทศมาหักเป็นค่าใช้จ่ายภายในประเทศได้ อย่างที่ประเทศมาเลเซียใช้อยู่ในปัจจุบัน หากภาครัฐสามารถนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปพิจารณาและปรับใช้ จะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถการแข่งขันได้กับประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน และสามารถขยายตัวสู่ต่างประเทศได้ง่ายขึ้นและมีโอกาสเติบโตต่อไปอย่างก้าวกระโดด

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ (Introduction)</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	14
1.3 ขอบเขตการวิจัย	14
1.4 ระยะเวลาการดำเนินงาน	15
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	15
 <b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)</b>	 <b>16</b>
2.1 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย	16
2.2 นโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ	35
2.3 การขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลกของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชีย	42
2.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย	47
2.5 อิทธิพลของนโยบายและระเบียบกฎหมายจากรัฐบาลต่อการปรับเปลี่ยนปัจจัยภายในของบริษัท	56
2.6 ผลกระทบของข้อตกลงการค้าและการลงทุนเสรีที่มีต่อการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัท	59
2.7 บทบาทและผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย	63
 <b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา</b>	 <b>68</b>
3.1 วิธีการวิจัย: เหตุผลในการใช้วิธีการศึกษารายกรณี	68
3.2 วิธีการวิจัย: เหตุผลสำหรับการใช้วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาหลายกรณี	73
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล: การเลือกกรณีศึกษา	74
3.4 การรวบรวมข้อมูล: จำนวนรายกรณี	75
3.5 การรวบรวมข้อมูล: การคัดเลือกบริษัทข้ามชาติเอเชีย	76
3.6 การรวบรวมข้อมูล: เหตุผลของการใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลากหลาย	77
3.7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	79
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	85
3.9 ข้อจำกัดของวิธีการทำวิจัยแบบกรณีศึกษา	86

<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>87</b>
4.1 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวผู้ ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา	87
4.2 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวผู้ ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา	129
4.3 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยรวม	141
4.4 ผลกระทบและบทบาทของมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ	144
4.5 ผลกระทบและบทบาทของนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาค	145
4.6 การตระหนักรู้และปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ	147
4.7 การตระหนักรู้และปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา ต่อนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาค	148
 <b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	 <b>152</b>
5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ	153
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อภาคเอกชน	170

**ภาคผนวก**

**บรรณานุกรม**

## บทที่ 1 บทนำ (Introduction)

บทนี้จะบรรยายให้เห็นถึงภาพรวมของโครงการวิจัย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา สรุปวรรณกรรมที่สำคัญ ช่องว่างการวิจัย ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัย ทั้งวัตถุประสงค์ ขอบเขตงานวิจัย ระยะเวลาการดำเนินงาน รวมทั้งผลที่คาดว่าจะได้รับ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในประเทศตะวันตกนั้นขยายตัวอย่างกว้างขวางในช่วงศตวรรษที่ 19 นับแต่นั้นเป็นต้นมานักวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศเหล่านี้ รายงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่า มีโมเดลทางทฤษฎีหลักๆจำนวนหนึ่งของการก้าวสู่ความเป็นสากลเกิดขึ้นมากมาย ได้แก่ โมเดลหลายลำดับขั้น (Johanson & Wiedersheim-Paul 1975; Johanson and Vahlne 1977) โมเดลวงจรชีวิตของสินค้า (Vernon 1966 & 1979) โมเดลวงจรการพัฒนาการลงทุน (Dunning, 1986) รวมไปถึงสิ่งที่เราเรียกกันว่า กรอบแนวคิดแบบผสมผสาน (Dunning, 1988) โมเดลหลายลำดับขั้นของ Uppsala ช่วยในการอธิบายขั้นตอนการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทต่างๆ โมเดลการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติอื่น ๆ นั้น เช่น โมเดลวงจรชีวิตของสินค้า และ หนทางการพัฒนาการลงทุน ซึ่งให้เห็นว่า บริษัทข้ามชาติจากประเทศที่พัฒนาแล้วมีสมรรถภาพมากกว่าบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนา บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ของประเทศที่พัฒนาแล้ว มักอยู่ในขั้นที่ก้าวหน้าของขั้นตอนการขยายตัวสู่ต่างประเทศ มักเลือกลงทุนขนาดใหญ่ในต่างประเทศ จุดหลักของโมเดลที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้แต่แรกเริ่มนั้นอยู่ที่บริษัทข้ามชาติในเศรษฐกิจกำลังพัฒนา อย่างไรก็ตาม โมเดลเหล่านี้ได้รับการทดสอบในภายหลังในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น ในบางกรณี ผลทดสอบนั้นออกมาคลุมเครือและไม่สามารถสรุปได้ แสดงให้เห็นว่า ควรมีการวิจัยที่ศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจและขั้นตอนการก้าวสู่ความเป็นสากลได้มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีวิวัฒนาการอย่างไรในอนาคต

นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2519 เป็นต้นมา ความเข้าใจเกี่ยวกับการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศกำลังพัฒนาในประเทศต่าง ๆ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง อินเดีย บราซิล และ เม็กซิโก ได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Wells 1983; Fong & Komaran, 1985) ถึงแม้ว่างานวิจัยในกระแสหลักจะยังคงตั้งอยู่บนพื้นฐานของบริษัทต่าง ๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นส่วนใหญ่ งานวิจัยเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนาได้เพิ่มขึ้นตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา บริษัทที่เพิ่งเกิดเหล่านี้ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะจากนักวิจัยและผู้จัดทำนโยบายที่ตระหนักในหน้าที่ของตนในการแข่งขันระหว่างประเทศและการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยข้อเท็จจริงแล้ว ลักษณะของบริษัทเหล่านี้ได้กลายเป็นหนึ่งในหัวข้อหลัก ๆ ในการอภิปราย (Lecraw, 1977; Wells, 1983; Lall 1983; Fong & Komaran, 1985; Ulgado et al., 1994; Sim & Pandian, 2003) เอกสารวรรณกรรมในช่วงหลังกล่าวถึงการพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทเหล่านี้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รวมไปถึง การพัฒนาทางเทคโนโลยี ความสามารถในการ

วิเคราะห์ตลาดในต่างประเทศ และความสามารถในการสร้างและสานสัมพันธ์เครือข่าย (Dunning et al., 1998; Pananond, 2007) เน้นอนว่า ปัจจัยเฉพาะด้านของแต่ละประเทศ เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับแรงงานและนโยบายของทางรัฐบาล ก็มีความสำคัญอย่างมากสำหรับการขยายตัวเข้าสู่ระดับโลกของแต่ละประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้มีข้อได้เปรียบมากมายและหลากหลายเมื่อเปรียบเทียบกับหลาย ๆ ประเทศ ที่ซึ่งบริษัทข้ามชาติสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ (Aggarwal & Agmon, 1990; Peng, 2000; Lee, 2004; Sim, 2006) ถึงแม้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้เพิ่มจำนวนขึ้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แต่เรายังคงขาดกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่เพียงพอและสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์และวัฒนธรรมในท้องถิ่น งานวิจัยจำนวนมากยังคงเขียนจากมุมมองของประเทศพัฒนาแล้วทางตะวันตก (Yeung, 1994; Li & Peng, 2008) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์และปฏิกริยาตอบสนองระหว่างบริษัทข้ามชาติกับรัฐบาลในประเทศกำลังพัฒนาได้รับความสนใจอย่างมาก

ในอดีต งานวิจัยส่วนใหญ่ในแวดวงธุรกิจระหว่างประเทศมุ่งความสนใจไปที่บทบาทของรัฐบาลในฐานะผู้ควบคุมกฎระเบียบ (Yeung, 1998) อย่างไรก็ตาม รัฐบาลยังมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจในเศรษฐกิจต่างๆที่เพิ่งเกิดใหม่ในตลาดโลกอีกด้วย ในเอเชียกลาง แต่ละรัฐบาลพยายามที่จะสนับสนุนและเสริมความแข็งแกร่งให้กับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ให้ได้มากที่สุดผ่านนโยบายและมาตรการที่หลากหลาย ได้แก่ นโยบายอุตสาหกรรมและการค้า นับตั้งแต่มีการเข้าร่วมของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในภาคธุรกิจระหว่างประเทศที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในเชิงบวกมากขึ้น (Porter, 1990) นโยบายเหล่านี้ของรัฐบาลส่งเสริมกระแสโลกาภิวัตน์และช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ขยายกิจกรรมระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งประเทศแม่และประเทศเจ้าภาพอาจมีอิทธิพลต่อลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการ ลักษณะการดำเนินการ และลักษณะขององค์กร ลักษณะเฉพาะของบริษัทข้ามชาติมักสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายของรัฐบาล ในขณะเดียวกัน นโยบายภายในประเทศบางนโยบายอาจเป็นเชิงปกป้องคุ้มครองและส่งผลเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในตอนท้าย บริษัทเหล่านี้ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเงื่อนไขเหล่านี้เนื่องจากมันส่งผลต่อการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่เพิ่งเกิดใหม่จึงมีตัวเลือกมากขึ้นในแง่ของสถานที่ดำเนินกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้กับตน พวกเขาไม่สามารถมองข้ามข้อได้เปรียบที่แต่ละสถานที่และแต่ละประเทศเสนอได้ บางบริษัทเลือกที่จะขยายกิจกรรมระหว่างประเทศในหลาย ๆ ประเทศเพื่อลดทอนความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและการเมือง (Lecraw, 1977; Khan, 1986) ในขณะที่บริษัทอื่น ๆ เลือกที่จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดของตนในตลาดต่างประเทศไม่กี่แห่งเท่านั้น

หลายคนกล่าวว่า การขยายตัวของตลาดต่าง ๆ เข้าสู่ระดับโลก การขยายตัวของการค้า และการรวมตัวของภาคเศรษฐกิจนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างมากในเรื่องของการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติ

(MNEs) (Porter, 1986 & 1990; Yip, 1989, 1995 & 2003) แนวคิดมีอยู่สองแบบที่ก่อให้เกิดหลักทฤษฎีในสาขานี้คือ มุมมองทางด้านทรัพยากรของบริษัท (Barney, 1991; Peteraf, 1993) และกรอบแนวคิดการจัดวางตำแหน่งในการแข่งขัน หรือที่เรียกว่า โมเดลกำลังทั้งห้า (Porter, 1980) ทั้งสองแนวคิดนี้ช่วยให้สามารถตรวจสอบบทบาทของนโยบายการค้าเสรีและการลงทุนในปัจจุบันที่ส่งผลต่อพลวัตของการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเพื่อเข้าสู่ตลาดโลก ซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจที่ดีขึ้นในเรื่องของประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ทุกวันนี้ ทั้งหลักฐานเชิงประจักษ์และกรอบแนวคิดทางทฤษฎียังคงมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว นี่ไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจเพราะบริษัทข้ามชาติ (MNEs) เพิ่งจะเกิดมาได้ไม่นานในประเทศเหล่านั้นนั่นเอง

การศึกษาที่มีมาก่อนหน้านี้มักจะบรรยายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติที่มาจากภูมิภาคเอเชีย เช่น Aggarwal and Agmon (1990); Zhou, Delios and Yang (2002); and Peng and Delios (2006) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยเฉพาะของประเทศ (Country Specific Factors หรือ CSFs) ในขณะที่นักวิชาการคนอื่นมุ่งเน้นถึงความสำคัญของปัจจัยเฉพาะของบริษัทข้ามชาติเอเชีย (Wells 1983; Monkiewicz 1986; Ulgado, Yu & Negandhi 1994; Pananond & Zeithaml 1998; Sim & Pandian 2003; Pananond 2007) นอกจากนี้ การศึกษาหลายๆ ชิ้นได้ให้ความสนใจในการเปรียบเทียบระหว่างการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนาและบริษัทข้ามชาติจากประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิเช่น ผลงานของ Wells 1983; Monkiewicz 1986; Ulgado et al. 1994 และ Luo 1999 เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม วรรณกรรมและองค์ความรู้ที่มีอยู่ในเรื่องการตอบสนองของบริษัทข้ามชาติจากประเทศในภูมิภาคเอเชียต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าและการลงทุนเสรีของภาครัฐนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ในช่วงระยะที่ผ่านมา โลกอาจให้ความสนใจแก่บริษัทข้ามชาติในอินเดียหรือจีนเสียเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากจำนวนประชากรหนาแน่นและค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ถูกแสนถูก แต่ในขณะเดียวกัน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็ได้เติบโตเป็นผู้เล่นที่สำคัญในภาคเศรษฐกิจสากล เนื่องจากค่าแรงในจีนได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และนโยบายกีดกันทางค้าที่เอื้อต่อธุรกิจภายในประเทศและความก้าวหน้าด้านสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาทำให้จีนสูญเสียผลประโยชน์ในการขยายตัวเข้าสู่ต่างประเทศไป ส่วนอินเดียนั้นก็กำลังเผชิญกับปัญหาทางโครงสร้างพื้นฐานในสังคม เช่น สิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดในระบบราชการ และนโยบายการเก็บภาษีที่ไม่แน่นอน ในขณะที่ สหรัฐฯก็ถอยหลังเข้าคลองและสหภาพยุโรปก็เสื่อมโทรมขึ้นทุกวัน (Lamont, 2012) นี่จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่บริษัทข้ามชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะขยายตัวเข้าสู่ตลาดประเทศอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับที่บริษัทข้ามชาติอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมกับความเปลี่ยนแปลงนี้เช่นกัน

Yeung (1994), Sim and Pandian (2003), และ Li and Peng (2008) ได้ชี้แนะว่างานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของรัฐบาลในการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียมีส่วนทำให้เกิดการต่อยอดของวรรณกรรมปัจจุบัน จากการสำรวจเอกสารผลงานวิจัยและฐานข้อมูลต่าง ๆ จะเห็นได้ว่ายังคงมีช่องว่างสำหรับการวิจัย (research gap) อยู่มากในเรื่องของการพัฒนานโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย การใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีและการลงทุนระดับภูมิภาค การปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียและบริษัทข้ามชาติสัญชาติไทยต่อการเปลี่ยนแปลงด้านปัจจัยเฉพาะระดับประเทศที่สำคัญ รายละเอียดดังปรากฏในตารางข้างล่าง

ตารางที่ 1.1 สรุปช่องว่างการวิจัย (Research gap)

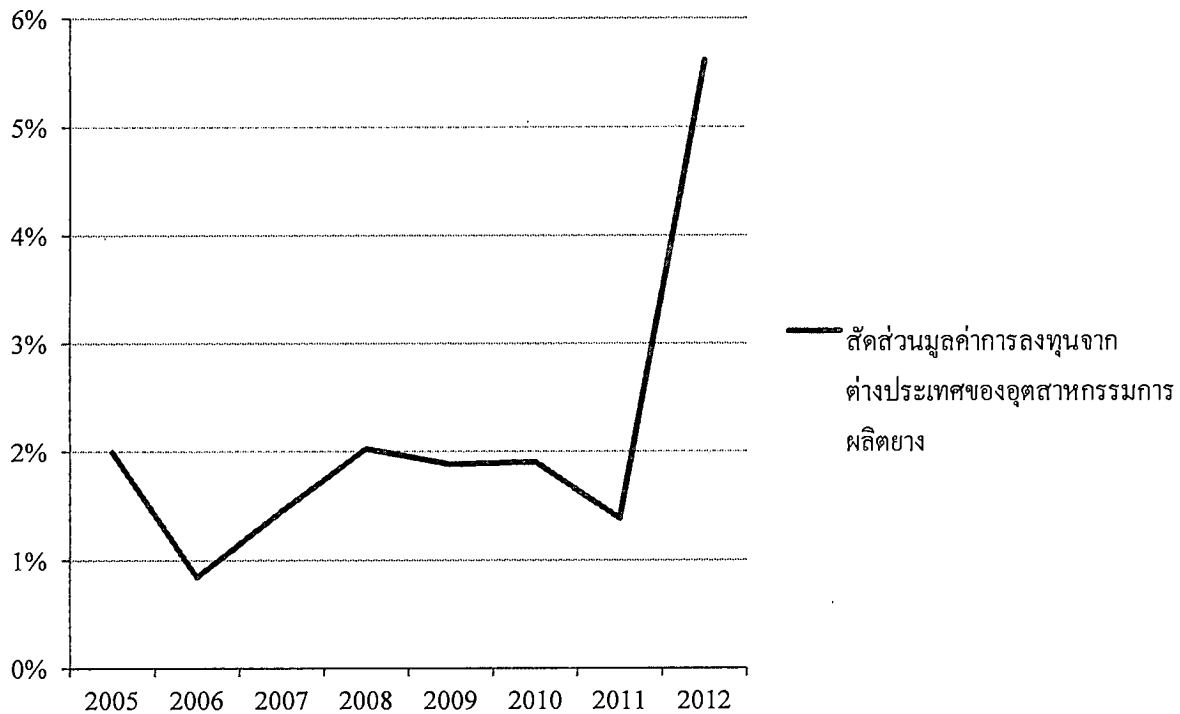
ชื่อผู้แต่งและปีที่แต่ง	ช่องว่างการวิจัย
Board of Investment (2006)	นโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศในภาคอุตสาหกรรมยางพาราไทยยังไม่ได้ผลตามที่คาดหวัง ควรจะมีการทบทวนนโยบาย แนวทาง กฎ ระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้อต่อภาคการผลิตและผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งแก้ไขและลดข้อจำกัด อุปสรรคปัญหาต่าง ๆ อันจะส่งผลดีต่อปริมาณ FDI ของอุตสาหกรรมยางพาราให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งควรมีมาตรการส่งเสริมบริษัทข้ามชาติไทยที่มีศักยภาพในการลงทุนในต่างประเทศด้วย
(Porter, 1990&1998) และ Yip (1989, 1995 & 2003)	สนับสนุนนโยบายการค้าที่ช่วยส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้บริษัทเอกชนสามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น กลยุทธ์การส่งออก แต่งานของพวกเขาชี้ขาดการวิเคราะห์เชิงลึกที่ครอบคลุมถึงผลกระทบและความหมายโดยนัยของนโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งข้อตกลงการค้าเสรีต่อบริษัทข้ามชาติอย่างละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขาดกรณีศึกษาในส่วนของประเทศที่กำลังพัฒนาและกรณีศึกษาสมัยใหม่
Yeung (1994), Sim and Pandian (2003), และ Li and Peng (2008)	วรรณกรรมและองค์ความรู้ที่มีอยู่ในเรื่องการตอบสนองของบริษัทข้ามชาติจากประเทศในภูมิภาคเอเชียต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าและการลงทุนเสรีของภาครัฐนั้นมีอยู่อย่างจำกัด นักวิจัยเหล่านี้ได้ชี้แนะว่างานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของรัฐบาลในการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียมีส่วนทำให้เกิดการต่อยอดของวรรณกรรมปัจจุบัน
Aggarwal	ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยเฉพาะของประเทศ (Country Specific Factors



ชื่อผู้แต่งและปีที่แต่ง	ช่องว่างการวิจัย
and Agmon (1990); Zhou, Delios and Yang (2002); and Peng and Delios (2006)	หรือ CSFs) ขาดการวิเคราะห์เชิงลึกที่ครอบคลุมถึงผลกระทบและความหมายโดยนัยของนโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งข้อตกลงการค้าเสรีต่อบริษัทข้ามชาติอย่างละเอียด
Wells (1983); Monkiewicz (1986); Ulgado, Yu & Negandhi (1994); Pananond & Zeithaml (1998); Sim & Pandian (2003); Pananond (2007)	มุ่งเน้นถึงความสำคัญของปัจจัยเฉพาะของบริษัท (Firm Specific Factors หรือ FSFs) ข้อมูลและผลงานวิจัยเหล่านี้ค่อนข้างดี แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไป ผลของการวิจัยบางอันอาจนำมาปรับใช้ให้เข้ากับยุคปัจจุบันได้ค่อนข้างยาก ควรมีการค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องปัจจัยเฉพาะของบริษัทสำหรับบริษัทข้ามชาติเอเชียอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นความเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์และศักยภาพของบริษัทเหล่านี้ เช่น บริษัทข้ามชาติไทย สิงคโปร์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย
Wells (1983); Monkiewicz (1986); Ulgado et al. (1994) และ Luo (1999)	เปรียบเทียบระหว่างการขยายตัวของธุรกิจข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนาและบริษัทข้ามชาติจากประเทศที่พัฒนาแล้ว หากแต่ไม่ได้มุ่งเน้นวิเคราะห์ความแตกต่างเชิงนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ

วิวัฒนาการของข้อตกลงการค้าและการลงทุนที่ให้สิทธิพิเศษระหว่างประเทศต่างๆ เป็นส่วนที่สำคัญของ  
โลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มที่ชัดเจนในการเข้าสู่ความเป็นสากลมากขึ้นซึ่งประเทศในเอเชีย รวมทั้ง  
ประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนี้อย่างหลีกเลี่ยงมิได้  
ประเทศไทยเป็นประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับความสนใจจากนักวิจัย เนื่องจากการ  
เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วหลังจากปี พ.ศ. 2533 อีกทั้งเศรษฐกิจของไทยนั้นค่อนข้างแข็งแกร่งและ  
ประสบผลสำเร็จอย่างต่อเนื่อง (ยกเว้นช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 วิกฤติการเมืองและความไม่มี  
เสถียรภาพทางการเมืองตั้งแต่ปี 2549 รวมทั้งวิกฤติเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน) เมื่อไม่นานมานี้ ประเทศไทย  
ได้เปลี่ยนนโยบายการค้าและการลงทุนต่างประเทศให้เหมาะสมโดยการเพิ่มระดับการเปิดการค้าเสรีให้  
สูงขึ้น การส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศโดยการให้สิทธิประโยชน์ด้านต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสิทธิประโยชน์  
ด้านภาษี และที่มิใช่ภาษี อีกทั้งประเทศไทยเป็นสมาชิกขององค์การการค้าในระดับภูมิภาค อาทิเช่น เอเปค  
(the Asia Pacific Economic Cooperation-APEC) และมีความพยายามที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การ  
การค้าในระดับโลก รวมทั้งเข้าร่วมเจรจาและพัฒนาข้อตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคี โดยมีวัตถุประสงค์  
หลักในการพัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้า การลงทุนและเศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้าต่างๆ โดยเชื่อว่า  
มาตรการสนับสนุนการลงทุนระหว่างประเทศและนโยบายการค้าเสรีจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่  
การค้าและการลงทุน รวมถึงสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีสำหรับองค์กรต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนร่วมในกิจกรรมธุรกิจ  
ระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ปริมาณเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment –  
FDI) ในภาคการเกษตรซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นต้น นั้นยังอยู่ในระดับที่ต่ำมาก มูลค่า FDI ของ  
ภาคเกษตรระหว่างช่วงปีพ.ศ. 2543-2552 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่เพียง 12.487 ล้านดอลลาร์สหรัฐเท่านั้น หรือคิดเป็น  
สัดส่วน 0.085 เปอร์เซ็นต์จากยอด FDI ทั้งหมด (Bank of Thailand, 2010) ในปี พ.ศ. 2555 ยอด FDI ใน  
ภาคเกษตร การป่าไม้และการประมงเพิ่มขึ้นเป็น 19.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ (ตารางที่ 1.1)

เจ้าหน้าที่จากธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดส่งตัวเลขของอุตสาหกรรมยางที่แยกออกจากอุตสาหกรรม  
พลาสติกมาให้คณะทำงานโครงการวิจัย ฯ ข้อมูลล่าสุดเป็นที่น่าสนใจมาก กล่าวคือ ตัวเลข FDI ของ  
อุตสาหกรรมยางพาราขึ้นต้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวจากยอดการลงทุนเดิมในปีพ.ศ. 2548 ซึ่งมีมูลค่า  
รวมเพียง 402.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ มูลค่ารวมทั้งหมดของการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศไทย  
สำหรับอุตสาหกรรมยางพาราได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ 1 คิดเป็น 2,587.07 ล้านดอลลาร์  
สหรัฐ ฯ ในปีพ.ศ. 2555 โดยปรับตัวสูงขึ้นจากสัดส่วนเพียงร้อยละ 2 (พ.ศ. 2548) ของการลงทุนจาก  
ต่างประเทศในภาคการผลิตทั้งหมดเป็นร้อยละ 6 ในปีพ.ศ. 2555 (ตารางที่ 1.1 และ ภาพที่ 1.1) ตามมาด้วย  
ภาคการผลิตคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ (2,005.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ )  
ส่วนภาคการผลิตอาหารมียอดการลงทุนจากต่างประเทศในปีพ.ศ. 2555 สูงสุดอยู่ที่ 489.10 ล้านดอลลาร์  
สหรัฐ ฯ เท่านั้น ซึ่งลดลงจากยอดการลงทุนปีก่อนหน้าอยู่มาก (952.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ) อันดับที่สี่  
ได้แก่ภาคการผลิตยานยนต์ รถพ่วงและรถกึ่งพ่วง (941.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ )



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการผลิตยางเมื่อเทียบกับปริมาณการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมด (ทุกภาคเศรษฐกิจ)

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ข้อมูลทั้งจากตารางที่ 1.2 และภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดึงดูดเม็ดเงินจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในไทยในอุตสาหกรรมยาง และรถยนต์ รวมทั้งชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกันอย่างมาก และประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ในภูมิภาคเอเชีย จะเป็นรองก็แต่ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี เท่านั้น ตัวเลขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในการจะก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมยางในภูมิภาคไม่เฉพาะแต่อุตสาหกรรมการแปรรูปยางขั้นต้นเท่านั้น หากหมายรวมถึงการผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทอื่น ๆ อาทิเช่น ยางรถยนต์ ชิ้นส่วนรถยนต์ ถังมือยาง เป็นต้น

ตารางที่ 1.2 : การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จำแนกตามประเภทธุรกิจ									
(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ)									
	Total Inflow ISIC R.4 Subgroup	2005	2006	2007	2008	2009	2010p	2011P	2012P
1	A Agriculture, forestry and fishing	17.06	9.39	6.57	11.42	7.88	10.52	13.63	19.87
2	B Mining and quarrying	397.03	556.36	1,747.02	525.94	953.05	921.61	554.74	772.16
3	C Manufacturing	5,795.48	9,550.54	11,045.31	10,433.20	6,087.82	8,016.85	8,205.01	10,748.94
4	Of which :								
5	10 Manufacture of food products	185.85	392.34	432.78	248.26	530.09	279.98	952.13	489.10
6	11 Manufacture of beverages	24.00	58.52	156.29	238.43	55.90	64.59	7.00	34.03
7	17 Manufacture of paper and paper products	43.95	70.18	28.06	541.90	59.37	67.63	162.65	88.04
8	19 Manufacture of coke and refined petroleum products	309.45	1,182.71	1,387.25	47.10	188.63	138.05	194.53	439.68
9	20 Manufacture of chemicals and chemical products	642.72	563.28	628.89	923.39	787.83	1,181.31	821.92	1,047.64
10	21 Manufacture of basic pharmaceutical products and pharmaceutical preparations	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
11.1	22.1 Manufacture of plastics products	152.28	411.11	388.82	236.56	195.03	189.48	165.78	211.18
11.2	22.2 Manufacture of rubber	462.94	251.35	405.01	460.96	272.57	348.32	314.51	2,587.07
12	26 Manufacture of computer, electronic and optical products	765.09	1,509.86	1,155.39	1,074.32	907.04	1,517.00	1,686.54	2,005.53
13	27 Manufacture of electrical equipment	872.46	1,426.65	1,502.13	2,065.70	1,042.96	710.10	783.75	816.54

ตารางที่ 1.2 : การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ									
(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ)									
	Total Inflow ISIC R.4 Subgroup	2005	2006	2007	2008	2009	2010p	2011P	2012P
14	28 Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	199.49	241.11	454.64	414.64	278.95	225.52	425.60	384.35
15	29 Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	1,303.21	2,054.71	2,891.84	2,269.74	934.21	1,968.69	1,148.24	941.35
16	31 Manufacture of furniture	5.82	4.04	4.89	2.33	0.05	8.76	21.95	2.94
17	D Electricity, gas, steam and air conditioning supply	135.75	489.50	301.27	282.25	224.44	78.72	86.17	88.07
18	F Construction	89.45	148.16	216.05	148.67	58.96	96.58	55.87	68.18
19	G Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles	2,813.79	7,497.13	1,823.42	946.69	858.78	1,111.04	1,391.55	1,837.07
20	H Transportation and storage	288.49	872.46	118.09	628.82	171.30	215.51	226.19	400.19
21	I Accommodation and food service activities	58.34	236.73	308.27	183.19	97.84	285.13	146.60	233.73
22	K Financial and insurance activities	5,154.29	5,843.43	6,894.74	5,412.40	3,750.61	4,781.86	6,628.61	3,962.83
23	L Real estate activities	1,177.97	2,165.39	1,654.30	1,486.54	947.63	1,170.33	1,254.29	1,522.44
24	Others	4,251.42	2,417.81	3,843.91	2,709.69	1,339.95	1,643.77	18,652.88	37,219.25
25	Total	20,179.07	29,786.91	27,958.94	22,768.81	14,498.25	18,331.92	37,215.55	46,123.79

ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย

สำหรับข้อมูลการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของบริษัทไทยนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี      เพิ่มจาก 2,153.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปี 2548 เป็น 74,356.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปี 2555 ประเภทธุรกิจที่มี ยอดการลงทุนสูงสุด 3 อันดับแรกในปี 2555 คือ การผลิต (5,705.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ) การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน และการขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ (รายละเอียดดังปรากฏ ในตารางที่ 1.3) สังกัดได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราไทยซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละ จำนวนมาก อีกทั้งประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ยางพาราสำหรับส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก แต่ตัวเลขการลงทุน โดยตรงในต่างประเทศของบริษัทไทยที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่กล่าวไม่ถูกเปิดเผยอย่างเป็นทางการใน ฐานข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีการเผยแพร่ในเวปไซด์      ซึ่งบ่งชี้ได้ถึงระดับความสำคัญของ อุตสาหกรรมยางพาราในเรื่องการลงทุนในต่างประเทศนั้นยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ เนื่องจากไม่ได้ถูกจัดอยู่ใน กลุ่มอุตสาหกรรมหลักตามที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย อีกทั้งยังมีช่องว่างสำหรับ การวิจัยอยู่มากถึงสาเหตุและปัจจัยทั้งในระดับประเทศและระดับบริษัทที่ส่งผลต่อการลงทุนโดยตรงใน ต่างประเทศของบริษัทผลิตภัณฑ์ยางพาราไทยที่มีศักยภาพ อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้ประสานงานกับ เจ้าหน้าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยและได้ข้อมูลยอดการลงทุนของไทยในต่างประเทศ (TDI) สำหรับ อุตสาหกรรมยางพาราโดยแยกออกจากอุตสาหกรรมพลาสติก ในปีพ.ศ. 2555 ยอดการลงทุน TDI ของ อุตสาหกรรมยางพารารวมทั้งสิ้นเพียงแค่ 39.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ เท่านั้น เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากยอดรวม 23.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปีพ.ศ. 2548

ตารางที่ 1.3 : การลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ จำแนกตามประเภทธุรกิจ								
(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ)								
<b>Total Outflow ISIC R.4 Subgroup</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>A Agriculture, forestry and fishing</b>	8.53	0.00	0.00	4.25	0.00	18.36	15.43	745.32
<b>B Mining and quarrying</b>	88.83	574.93	1,304.8 1	1,607.6 0	2,077.6 2	3,918.8 2	5,014.17	4,095.27
<b>C Manufacturing</b>	1,150.4 3	743.26	809.63	2,000.3 3	1,846.5 9	2,405.6 7	5,132.17	5,705.91
Of which :								
10 Manufacture of food products	200.35	259.03	300.71	446.45	254.43	956.74	622.98	1,148.80
11 Manufacture of beverages	0.00	0.00	0.04	101.93	65.10	3.01	584.65	219.12
13 Manufacture of textiles	5.95	11.96	35.26	160.88	96.82	51.76	214.04	49.08
17 Manufacture of paper and paper products	10.49	28.39	34.52	22.16	30.81	16.46	69.41	25.04
19 Manufacture of coke and refined petroleum products	625.31	21.81	1.10	18.90	73.15	439.30	184.72	789.96
20 Manufacture of chemicals and chemical products	72.51	48.12	91.59	345.66	148.77	322.76	616.22	697.08
21 Manufacture of basic pharmaceutical products and pharmaceutical preparations	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
22 Manufacture of rubber and plastics products	79.32	85.77	40.55	76.01	62.46	44.27	87.65	170.67
22.1 Manufacture of plastic products	55.40	39.23	33.19	18.49	33.72	16.45	12.94	131.12

ตารางที่ 1.3 : การลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ จำแนกตามประเภทธุรกิจ								
(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ)								
<b>Total Outflow ISIC R.4 Subgroup</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>22.2 Manufacture of rubber products</b>	<b>23.92</b>	<b>46.54</b>	<b>7.36</b>	<b>57.52</b>	<b>28.74</b>	<b>27.82</b>	<b>74.71</b>	<b>39.55</b>
26 Manufacture of computer, electronic and optical products	54.01	156.04	103.21	138.61	209.28	207.59	290.19	652.49
27 Manufacture of electrical equipment	24.50	39.16	104.63	196.45	290.25	26.81	39.89	1,166.15
28 Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	1.30	0.99	2.51	2.39	16.90	62.88	95.56	41.38
29 Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	39.78	57.02	44.09	285.37	484.28	167.58	1575.17	146.65
31 Manufacture of furniture	0.08	0.02	0.02	0.44	0.04	2.07	1.36	0.66
Other Manufacture	36.84	34.94	51.40	205.08	114.29	104.44	750.33	598.84
<b>D Electricity, gas, steam and air conditioning supply</b>	<b>3.76</b>	<b>114.21</b>	<b>3.45</b>	<b>306.94</b>	<b>84.66</b>	<b>153.07</b>	<b>243.63</b>	<b>275.51</b>
<b>F Construction</b>	<b>3.63</b>	<b>30.48</b>	<b>81.03</b>	<b>67.57</b>	<b>62.74</b>	<b>114.31</b>	<b>68.36</b>	<b>219.98</b>
<b>G Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles</b>	<b>91.81</b>	<b>95.91</b>	<b>232.14</b>	<b>1,079.34</b>	<b>1037.17</b>	<b>909.59</b>	<b>1,089.07</b>	<b>4,032.50</b>
<b>H Transportation and storage</b>	<b>91.66</b>	<b>25.63</b>	<b>131.57</b>	<b>163.65</b>	<b>293.23</b>	<b>142.23</b>	<b>273.86</b>	<b>69.11</b>
<b>I Accommodation and food service activities</b>	<b>33.55</b>	<b>28.27</b>	<b>18.44</b>	<b>89.78</b>	<b>32.13</b>	<b>43.72</b>	<b>52.75</b>	<b>112.50</b>
<b>K Financial and insurance activities</b>	<b>365.93</b>	<b>237.31</b>	<b>2,393.06</b>	<b>2,182.69</b>	<b>2,432.42</b>	<b>265.50</b>	<b>1,322.81</b>	<b>3,442.10</b>



ตารางที่ 1.3 : การลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ จำแนกตามประเภทธุรกิจ								
(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ)								
<b>Total Outflow ISIC R.4 Subgroup</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>L Real estate activities</b>	15.96	16.31	279.04	56.10	60.84	281.16	159.03	71.60
<b>Others</b>	299.82	67.63	378.64	131.27	229.54	221.88	54,179.9 9	55,586.6 0
<b>Total</b>	2,153.9 1	1,933.9 3	5,631.8 2	7,689.5 2	8,156.9 4	8,474.3 1	67,551.2 8	74,356.4 0

แหล่งที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

งานวิจัยนี้จะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์มาตรการส่งเสริมการลงทุนและข้อตกลงการค้าเสรีที่มีอยู่ โดยเน้นศึกษาข้อดี ประเด็นปัญหาและอุปสรรคเชิงกลยุทธ์ แนวทาง กฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่มีอยู่นั้นควรจะมีการนำมาทบทวนเพื่อลดปัญหาในทางปฏิบัติให้น้อยที่สุด รวมทั้งเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อภาคการผลิตและการประกอบการโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มปริมาณการลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งอาจจะเป็นในลักษณะของการร่วมทุนกับผู้ประกอบการไทย อีกทั้งแผนงานวิจัยนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการตอบโจทย์และประเด็นปัญหาในเรื่องของผลกระทบและบทบาทของมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงข้อตกลงการค้าเสรีระดับภูมิภาคต่อการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย ผลของโครงการวิจัยนี้จะช่วยเติมเต็มและสร้างความเข้าใจในเรื่องการตอบสนองของบริษัทข้ามชาติเอเชียต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทย และการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมและใช้ประโยชน์จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors) และปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (Firm Specific Factors) ที่สำคัญ รวมทั้งนโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มพูนข้อมูล กรอบแนวคิด และหลักฐานทางวิชาการให้มากยิ่งขึ้นจากฐานองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารอบแนวความคิดเชิงนโยบายและสร้างองค์ความรู้ รวมทั้งหลักฐานเชิงประจักษ์ของผลกระทบและบทบาทของมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของไทย รวมถึงนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาคในการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวมทั้งบริษัทข้ามชาติไทยในอุตสาหกรรมยางพารา
2. เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทย และนโยบายการค้าและการลงทุนของภูมิภาคอาเซียน และการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวมทั้งบริษัทข้ามชาติไทยในอุตสาหกรรมยางพารา
3. เพื่อระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ และปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ รวมทั้งนำเสนอคำแนะนำ และแนวทางการสนับสนุนด้านการลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพาราไทยแก่ผู้กำหนดนโยบาย

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซียที่มีการขยายตัวของบริษัทมากกว่า 5 ปี โดยอาศัยข้อมูลจากบทความวิชาการ การทบทวนวรรณกรรม ฐานข้อมูลของต่างประเทศและไทย รวมทั้งหนังสือ เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการขยายตัวของบริษัทไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์ ข้อมูลที่เก็บโดยตรง

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทข้ามชาติและผู้บริหาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการเข้าร่วมประชุม สัมมนาต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

#### 1.4 ระยะเวลาการดำเนินงาน

15 ส.ค. 2555 – 14 ส.ค. 2556

#### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้กรอบแนวความคิดและข้อมูลมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของไทย นโยบายการลงทุน และการค้าเสรีระดับภูมิภาค รวมทั้งหลักฐานเชิงประจักษ์ของการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ เอเชียที่เป็นปัจจุบัน
2. ได้ข้อมูลกรณีศึกษาบริษัทในเรื่องการลงทุนต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวบรวมหลักฐานเชิงประจักษ์ของการตอบสนองที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของไทยและการรวมตัวทางเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. ได้ข้อมูลปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ ข้อดี ปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทยในปัจจุบัน รวมทั้งคำแนะนำเชิงนโยบายแก่ผู้กำหนดนโยบายของไทย อันจักเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางทบทวนกฎ ระเบียบ และนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศแบบบูรณาการในอุตสาหกรรมยางพาราของไทยต่อไป

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ในบทนี้จะทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาในบริบทของงานวิจัยนี้ ซึ่งรวมถึงการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย นโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ และสร้างกรอบแนวคิดเบื้องต้นสำหรับวิเคราะห์ปฏิริยาต่างๆของบริษัทในประเทศกำลังพัฒนาที่มีต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนและนโยบายการค้าการลงทุนระดับภูมิภาค (ASEAN Economic Community-AEC) โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของ MNEs ถัดจากนั้น เราจะกล่าวถึงผลกระทบของนโยบายรัฐบาลที่มีต่อแผนยุทธศาสตร์ สมรรถภาพ และทรัพยากรของแต่ละบริษัท ต่อด้วยการอธิบายบทบาทและผลกระทบของข้อตกลงการค้าและการลงทุนเสรีที่มีต่อการปรับตัวของบริษัทต่างๆ และนำเสนอข้อวินิจฉัยทางทฤษฎีของงานวิจัยชิ้นนี้

#### 2.1 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย

ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอภาพรวมของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และข้อมูลการลงทุนระหว่างประเทศระดับมหภาคจากธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและทิศทางการลงทุนของต่างชาติในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศต่อไป ข้อมูลที่ใช้รวบรวมจากสถิติการลงทุนจากต่างประเทศที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมจาก BOI ในประเภทกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ (Manufacture of natural rubber products)<sup>1</sup> ซึ่งหมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมยางพาราต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2513-2555 (รวม 43 ปี) ในส่วนของธนาคารแห่งประเทศไทย มีการจัดเก็บข้อมูลโดยแยกตามประเภทธุรกิจของผู้ลงทุนตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 จนถึงปี พ.ศ. 2555 ข้อมูลที่มีการเผยแพร่แก่สาธารณะชนเป็นการทั่วไปในเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทยได้รวมอุตสาหกรรมยางและพลาสติกเข้าด้วยกัน อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัย ๓ ได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของธนาคารแห่งประเทศไทยและได้ข้อมูลการลงทุนระหว่างประเทศเฉพาะอุตสาหกรรมยาง (ยกเว้นข้อมูลก่อนหน้าปีพ.ศ. 2548 ซึ่งทางธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดทำข้อมูลในรูปแบบอื่นและไม่สามารถแยกเอาเฉพาะข้อมูลอุตสาหกรรมยางออกมาต่างหากได้) โดยมีรายละเอียดสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

<sup>1</sup> ขอบเขตของข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาคลอบคลุมเฉพาะข้อมูลในกิจการประเภทที่ กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จาก 1.16 ยางธรรมชาติ ซึ่งเป็นประเภทกิจการเดียวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมยางพารา โดยรวบรวมสถิติ FDI จากฐานข้อมูลของ BOI ณ วันที่ 2555 ตุลาคม 22

### 2.1.1 อุตสาหกรรมยางพาราจัดเป็นหนึ่งในประเภทกิจการ ‘เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร’

ในภาพรวม กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังแสดงในตารางที่ 2.1 ซึ่งกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ จัดเป็นหนึ่งในกิจการประเภทเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร ตามนิยามของ BOI กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ หมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมยางพาราต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งถือเป็นกิจการที่ได้รับสิทธิและประโยชน์ตามกิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ (ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรทุกเขตและได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ทุกเขต ส่วนสิทธิและประโยชน์อื่นได้รับตามเกณฑ์ที่ตั้งในแต่ละเขต) โดยตั้งแต่ปี 2513 - 2555 มีโครงการลงทุนรวมทั้งสิ้น 1,808 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.64 ของจำนวนโครงการลงทุนที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมทั้งหมด คิดเป็นเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 344,619 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.26 ของปริมาณเงินลงทุนรวมทั้งหมด หากจัดลำดับตามปริมาณเงินลงทุน เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตรจัดเป็นประเภทกิจการที่มีปริมาณเงินลงทุนลำดับที่ 6 จาก 7 ประเภทกิจการ

ตารางที่ 2.1 การลงทุนจากต่างประเทศที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมจาก BOI ปีพ.ศ.2513-2555

ประเภทกิจการ	จำนวนโครงการ	สัดส่วน (%)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร	1,808	10.64	344,619.4	5.26
เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน	625	3.68	594,726.1	9.08
อุตสาหกรรมเบา	2,201	12.96	306,899.2	4.68
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง	3,956	23.29	1,160,512.1	17.71
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	3,667	21.58	1,353,619.3	20.66
เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก	2,391	14.07	1,500,152.9	22.90
บริการและสาธารณูปโภค	2,341	13.78	1,291,227.3	19.71
รวม	16,985	100.00	6,551,453.8	100.00

หมายเหตุ: โครงการลงทุนจากต่างประเทศ หมายถึง โครงการที่มีต่างชาติถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป  
ที่มา: สำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2555)

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยในตารางที่ 2.2 ตัวเลขการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดในปีพ.ศ. 2548 รวมทั้งสิ้น 20,179 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าในปีพ.ศ. 2555 เป็น 46,124 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ การลงทุนในอุตสาหกรรมยางพารามีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เพิ่มขึ้นจากเพียงร้อยละ 2 ของยอด FDI ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2548 เป็นร้อยละ 6 หรือคิดเป็นยอดรวมการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมนี้จำนวนมากถึง 2,587 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีที่ผ่านมา หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 6 เท่าตัวในช่วงเดียวกัน

ตารางที่ 2.2 การลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพารา

	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
<b>Total WORLD Inflow (US\$ Million)</b>	20,179	29,787	27,959	22,769	14,498	18,332	37,216	46,124
<b>Total Rubber Foreign Direct Investment (US\$ Million)</b>	403	251	405	461	273	348	515	2,587
<b>% Rubber Foreign Direct Investment</b>	2%	1%	1%	2%	2%	2%	1%	6%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากฐานข้อมูลของสำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมีทิศทางเพิ่มขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2513 ถึง 2555 ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับข้อมูลระดับมหภาคที่จัดทำโดยธนาคารแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมีจำนวนโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมทั้งสิ้น 521 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.82 ของจำนวนโครงการที่ได้รับการส่งเสริมในประเภทกิจการเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร และมีปริมาณเงินลงทุนรวม 92,746 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.91 ของปริมาณเงินลงทุนในกิจการเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติเทียบกับสาขาเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร ปีพ.ศ.2513-2555

ปีพ.ศ.	จำนวนโครงการ (โครงการ)			ปริมาณเงินลงทุน (ล้านบาท)		
	เกษตรและ ผลิตผลฯ	ผลิตภัณฑ์ ยางพารา	สัดส่วน ยางพารา (%)	เกษตรและ ผลิตผลฯ	ผลิตภัณฑ์ ยางพารา	สัดส่วน ยางพารา (%)
2513-2520	11	1	9.09	364	4	1.04
2521-2525	59	4	6.78	3,479	104	2.99
2526-2530	164	24	14.63	14,495	2,537	17.50
2531-2535	508	182	35.83	53,632	16,538	30.84
2536-2540	242	86	35.54	39,988	13,069	32.68
2541-2545	263	93	35.36	74,979	29,617	39.50
2546-2550	264	49	18.56	79,119	9,418	11.90
2551-2555	297	82	27.61	78,563	21,459	27.31
<b>2513-2555</b>	<b>1,808</b>	<b>521</b>	<b>28.82</b>	<b>344,619</b>	<b>92,746</b>	<b>26.91</b>

หมายเหตุ: โครงการลงทุนจากต่างประเทศ หมายถึง โครงการที่มีต่างชาติถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป  
ที่มา: สำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2555)

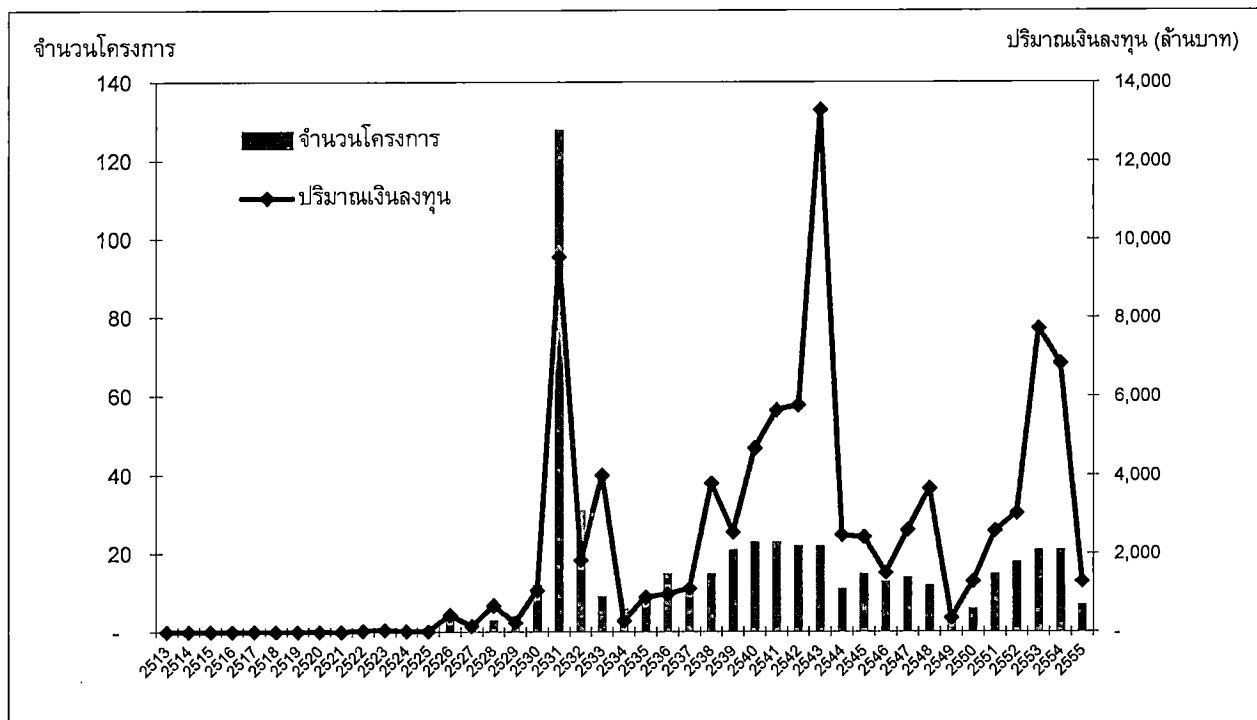
หากพิจารณาสถิติการลงทุนจากต่างประเทศในแต่ละช่วงเวลา ตารางที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมีค่อนข้างน้อยในช่วงแรก โดยเริ่มมีโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมเป็นครั้งแรกในปี 2517 จำนวน 1 โครงการ จากนั้นก็ไม่มีโครงการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมอีก



จนกระทั่งปี 2522 ทำให้ในช่วงปี 2513-2520 และ 2524-2525 สัดส่วนของของอุตสาหกรรมแปรรูปยางธรรมชาติเมื่อเทียบกับภาพรวมของสาขาเกษตรและผลิตผลจากการเกษตรมีค่าต่ำกว่าร้อยละ 10 ทั้งในแง่จำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุน หลังจากนั้นจึงเริ่มมีโครงการต่างชาติที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยในช่วงปี 2531-2545 เป็นช่วงที่มีการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้นอย่างเด่นชัดและมีสัดส่วนของจำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุนเมื่อเทียบกับสาขาเกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตรทั้งหมดอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงปีอื่นๆ ในช่วงปี 2546-2550 ปริมาณเงินลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติได้ลดน้อยลงและเพิ่มขึ้นอีกในช่วงปี 2551-2555

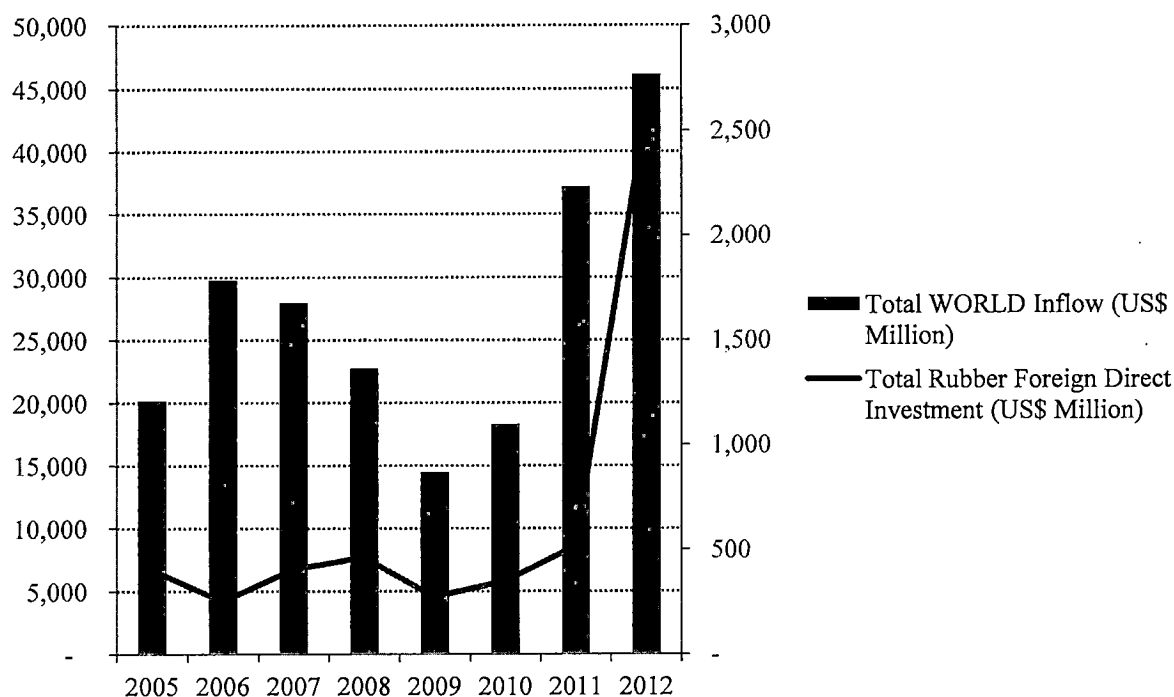
### **2.1.2 ทิศทางการลงทุนของต่างชาติในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมีความผันผวนในแง่ปริมาณเงินลงทุน ขณะที่จำนวนโครงการมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก**

ภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงทิศทางการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติในประเทศไทย ตั้งแต่เริ่มมีการจัดเก็บสถิติ คือ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2513 ถึง เดือนตุลาคมของปี 2555 ซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณเงินลงทุนมีความผันผวนค่อนข้างสูง ขณะที่จำนวนโครงการมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ผันผวนมากนัก (ยกเว้นปี 2531) โดยปีที่มีการลงทุนสูงมากอย่างเด่นชัด ได้แก่ ปี 2531 2543 และ 2553 ซึ่งเป็นปีที่ต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมากเป็นพิเศษ ในปี 2531 มีจำนวนโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ คือ 128 โครงการ ส่วนใหญ่เป็นโครงการลงทุนผลิตถุงมือยาง (Rubber glove) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นปลายและน้ำยางข้น (Concentrated latex) ซึ่งเป็นวัตถุดิบขั้นต้น ส่วนปี 2543 และ 2553 ปริมาณเงินลงทุนที่สูงโดดเด่นดังแสดงด้วยกราฟเส้นในภาพที่ 2.1 เป็นผลมาจากการลงทุนของโครงการขนาดใหญ่อย่างโครงการผลิตยางรถยนต์ (ผลิตภัณฑ์ขึ้นปลาย) และโครงการผลิต Compound rubber ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นกลาง ซึ่งใช้เงินลงทุนมากกว่า 3 พันล้านบาท



ภาพที่ 2.1 จำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าปริมาณเงินลงทุนลดลงค่อนข้างมากหลังปี 2543 เป็นต้นมา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนประเภทกิจการที่ BOI ให้การส่งเสริม จากเดิมยางรถยนต์จัดอยู่ในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ ได้ถูกเปลี่ยนไปอยู่ในกิจการชิ้นส่วนรถยนต์ เนื่องจากมูลค่าของยางสังเคราะห์ซึ่งใช้ผลิตยางรถยนต์มีส่วนมากกว่ายางธรรมชาติ แต่หากมองในแง่ปริมาณยางธรรมชาติถูกใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางรถในสัดส่วนที่มากกว่ายางสังเคราะห์ การปรับเปลี่ยนประเภทกิจการนี้ส่งผลให้สถิติ FDI ในกิจการแปรรูปยางธรรมชาติลดลงตามไปด้วย แต่การจัดเก็บสถิติ FDI ของ BOI ยึดตามประเภทกิจการเป็นหลัก การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงต้องยึดประเภทกิจการเป็นหลัก



ภาพที่ 2.2 มูลค่าเงินทุนจากต่างประเทศทั้งหมดเปรียบเทียบกับการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยาง

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

สำหรับข้อมูลในระดับมหภาค ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนประเภทกิจการแต่ประการใด อีกทั้งแหล่งข้อมูลแตกต่างจาก BOI โดยธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นจัดเก็บข้อมูลจาก

1. แบบนำเสนอเงินที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศ
2. ระบบการรายงานธุรกรรมต่างประเทศ
3. หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
4. แบบสำรวจข้อมูลฐานะการลงทุนระหว่างประเทศ
5. แบบสำรวจข้อมูลหนี้ต่างประเทศของภาคเอกชนที่ไม่ใช่ธนาคาร
6. แบบสำรวจข้อมูลวิธีการชำระค่าสินค้าและยอดคงค้างสินเชื่อการค้าต่างประเทศ
7. ศูนย์ข้อมูลตราสารการเงินแห่งประเทศไทย

จะเห็นได้ว่า ตัวเลขภาพรวมการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางนั้นเพิ่มสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับปริมาณการเพิ่มขึ้นของ FDI ทั้งหมด และมีทิศทางการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในแต่ละช่วงปีที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับปริมาณ FDI รวมของทุกภาคเศรษฐกิจ (ภาพที่ 2.2) อีกทั้งมีการผันผวนน้อยมาก เป็นที่น่าสังเกตว่าในปี พ.ศ. 2552 ตัวเลข FDI ของอุตสาหกรรมยางมีการปรับตัวลดลงเหลือเพียง

273 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ (ข้อมูลดังปรากฏในตารางที่ 2.2) เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา และภูมิภาคยุโรป

### 2.1.3 ประเทศผู้ลงทุนหลัก

เมื่อพิจารณาด้านประเทศผู้ลงทุนหลัก ตามตารางที่ 2.4 พบว่า ในช่วงปี 2513-2555 ประเทศที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และได้หวัน ตามลำดับ โดยมาเลเซียมีปริมาณเงินลงทุนรวมมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 8,675 ล้านบาท รองลงมาคือประเทศญี่ปุ่นมีเงินลงทุนรวม 8,495 ล้านบาท ซึ่งทั้งสองประเทศนี้มีปริมาณเงินลงทุนสูงใกล้เคียงกันและทิ้งห่างประเทศผู้ลงทุนอันดับสามอย่างประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งมีเงินลงทุนรวม 4,346 ล้านบาท ส่วนออสเตรเลียและไต้หวันมีเงินลงทุน 2,906 ล้านบาท และ 2,333 ล้านบาท ตามลำดับ

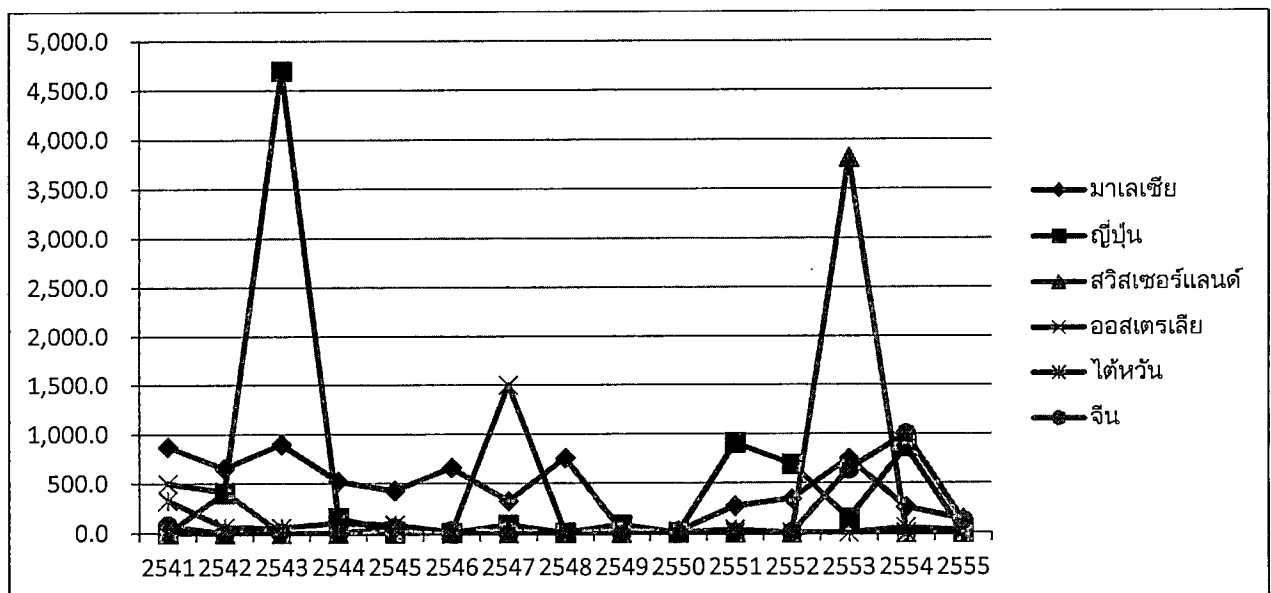
หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ปริมาณการลงทุนจากประเทศมาเลเซียมีทิศทางเพิ่มขึ้น ขณะที่การลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นมีทิศทางลดลง โดยเฉพาะตั้งแต่หลังปี 2543 การลงทุนจากญี่ปุ่นได้ลดลงอย่างเด่นชัด ซึ่งสาเหตุหลักน่าจะเป็นเพราะมีการเปลี่ยนแปลงประเภทกิจการที่ให้การส่งเสริม โดยให้กิจการผลิตยางรถยนต์ซึ่งเดิมจัดอยู่ในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติจัดเป็นกิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ สถิติการลงทุนในกิจการผลิตยางรถยนต์ซึ่งประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้ลงทุนหลักจึงถูกย้ายออกไปอยู่ในกิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ (เช่น โครงการผลิตยางรถยนต์ของบริษัทในกลุ่มบริดจสโตน) ส่งผลให้สถิติการลงทุนของญี่ปุ่นในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติลดลง ขณะที่โครงการลงทุนจากมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นการผลิต Compound rubber น้ำยางข้น และผลิตภัณฑ์จากยางที่ไม่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานพาหนะ

ตารางที่ 2.4 ปริมาณเงินลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ จำแนกตามประเทศผู้ลงทุนหลัก

ลำดับ	ประเทศผู้ลงทุน	ปริมาณเงินลงทุนในแต่ละช่วงปี (ล้านบาท)				
		2513-2523	2524-2533	2534-2543	2544-2555	2513-2555
1	มาเลเซีย	0	153	4,060	4,461	8,675
2	ญี่ปุ่น	0	234	5,327	2,934	8,495
3	สวิตเซอร์แลนด์	0	56	473	3,817	4,346
4	ออสเตรเลีย	0	441	953	1,512	2,906
5	ไต้หวัน	0	903	1,123	307	2,333
6	สหรัฐอเมริกา	0	132	1,763	291	2,186

ลำดับ	ประเทศผู้ลงทุน	ปริมาณเงินลงทุนในแต่ละช่วงปี (ล้านบาท)				
		2513-2523	2524-2533	2534-2543	2544-2555	2513-2555
7	จีน	0	151	118	1,837	2,107
8	ไอร์แลนด์	0	0	0	1,710	1,710
9	เนเธอร์แลนด์	0	1,016	23	455	1,494
10	ออสเตรเลีย	0	0	807	400	1,207
11	ฮ่องกง	0	87	772	180	1,039
12	สิงคโปร์	7	104	455	352	919

หมายเหตุ: โครงการลงทุนจากต่างประเทศ หมายถึง โครงการที่มีต่างชาติถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป  
ที่มา: สำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2555)



ภาพที่ 2.3 ปริมาณเงินลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติจากประเทศผู้ลงทุนหลัก ในช่วงปี 2541-2555

สำหรับการลงทุนจากสวิตเซอร์แลนด์ ประเทศผู้ลงทุนมากเป็นอันดับสาม ส่วนใหญ่เป็นโครงการลงทุนของบริษัทสยามมิชลินซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มมิชลินของฝรั่งเศส มีปริมาณเงินลงทุนเพิ่มขึ้นมากในช่วงปี 2544-2555 (ตารางที่ 2.4) ซึ่งเป็นอันสิ้นสุดจากโครงการลงทุนผลิต Compound rubber ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นกลางน้ำ ในปี 2553 มีเม็ดเงินลงทุนสูงกว่า 3 พันล้านบาท ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.3 ว่าปริมาณเงินลงทุนจากสวิตเซอร์แลนด์เพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดในปี 2553 และคาดว่าหากนำปริมาณเงินลงทุนในกิจการผลิตยางรถยนต์มารวมด้วย สถิติการลงทุนในช่วงหลังปี 2543 น่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่าที่ปรากฏอยู่

สำหรับประเทศออสเตรเลียซึ่งนับเป็นประเทศผู้ลงทุนมากเป็นอันดับที่สี่ มีการลงทุนไม่ค่อยสม่ำเสมอและไม่ต่อเนื่องเหมือนประเทศอื่น มีสถิติปรากฏเพียงบางปีเท่านั้น ได้แก่ ปีพ.ศ. 2536 2541 2542 2547 และ 2550 แต่เป็นโครงการขนาดใหญ่จึงติดอันดับประเทศผู้ลงทุนสูงเป็นอันดับที่สี่ โดยปริมาณเงินลงทุนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหากพิจารณาในช่วงเวลาทุกๆ 10 ปี จากภาพที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าในปี 2547 มีปริมาณเงินลงทุนสูงโดดเด่นกว่าปีอื่น ซึ่งเป็นผลจากโครงการลงทุนขนาดใหญ่ในกิจการผลิตยางอนามัย

ในส่วนของการลงทุนจากไต้หวันซึ่งนับเป็นประเทศผู้ลงทุนสูงเป็นอันดับที่ห้า โครงการลงทุนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในช่วงก่อนปี 2548 ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2.4 ว่าปริมาณเงินลงทุนมีค่าสูงที่สุดในช่วงปี 2534-2543 และมีแนวโน้มลดลงอย่างเด่นชัดในช่วงปี 2544-2555 ส่วนใหญ่เป็นโครงการผลิตน้ำยางข้นถุงมือยาง และยางรถ ซึ่งการปรับเปลี่ยนประเภทกิจการช่วงหลังปี 2543 น่าจะมีส่วนทำให้สถิติการลงทุนจากไต้หวันลดลงด้วย แม้จะไม่มากเท่าญี่ปุ่น

จากตารางที่ 2.4 จะเห็นได้ว่าหากพิจารณาเฉพาะช่วง 15 ปีสุดท้าย (2544-2555) ประเทศจีนจะกลายเป็นประเทศผู้ลงทุนอันดับที่ 4 ซึ่งการลงทุนจากจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดดังแสดงด้วยภาพที่ 2.3 โดยส่วนใหญ่เป็นผลจากการลงทุนของโครงการขนาดใหญ่ในปี 2553 และ 2554 ซึ่งเป็นโครงการผลิต Compound rubber น้ำยางข้น และยางแท่ง

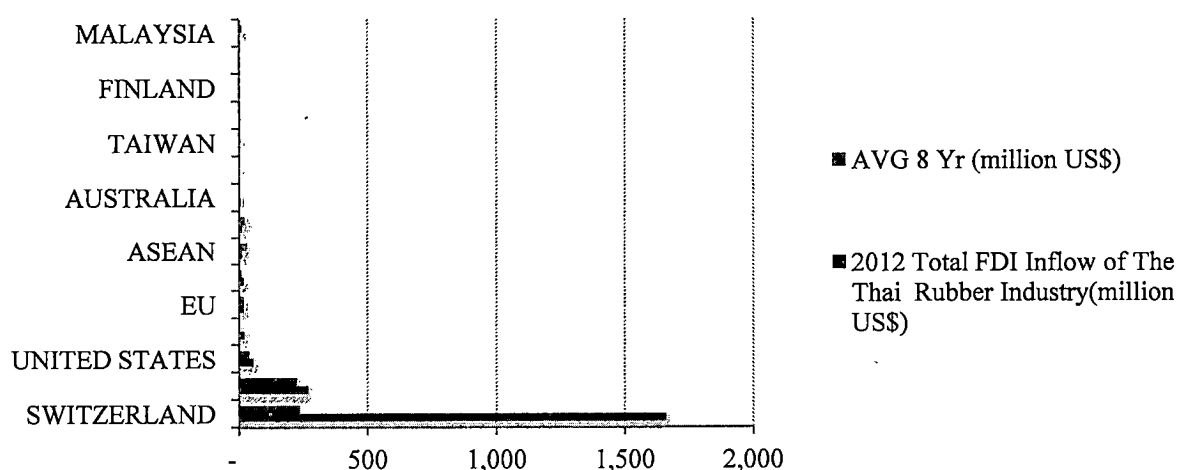
#### ตารางที่ 2.5 เงินลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพารา จำแนกรายประเทศ

Total FDI Inflow of The Thai Rubber Industry (million US\$)		
Country	2012	AVG 8 Yr
SWITZERLAND	1,660	236
JAPAN	267	223
UNITED STATES	54	39
CHINA	22	4
EU	19	17
AUSTRIA	17	9
ASEAN	11	30
SINGAPORE	11	21
AUSTRALIA	6	3

Total FDI Inflow of The Thai Rubber Industry (million US\$)		
Country	2012	AVG 8 Yr
HONG KONG	3	4
TAIWAN	2	5
UNITED KINGDOM	1	2
FINLAND	0	0
GERMANY	0	1
MALAYSIA	0	9

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2.5 แสดงมูลค่าเงินลงทุนจากต่างประเทศ โดยประเทศที่มียอดการลงทุนสูงสุดในปีพ.ศ. 2555 คือ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีบริษัทข้ามชาติที่ได้เข้ามาลงทุนผลิตยางล้อ ได้แก่ บริษัทสยามมิชลิน จำกัด ประเทศผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราไทยอันดับที่ 2 คือ ประเทศญี่ปุ่น เช่น บริดจสโตน สเปเชียลตี้ ไทร์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด ผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะและยางล้อ เจเอสอาร์ บีเอสที อีลาสโตเมอร์ จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกาได้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมยางพารา อยู่ในอันดับที่ 3 ตามฐานข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่วนประเทศผู้ลงทุนในภูมิภาคอาเซียนที่เด่น ๆ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ตามลำดับ ภาพที่ 5 ด้านล่างแสดงให้เห็นทั้งข้อมูลเฉลี่ยในช่วงระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548-2555) และปริมาณการลงทุนจากต่างประเทศในปีพ.ศ. 2555

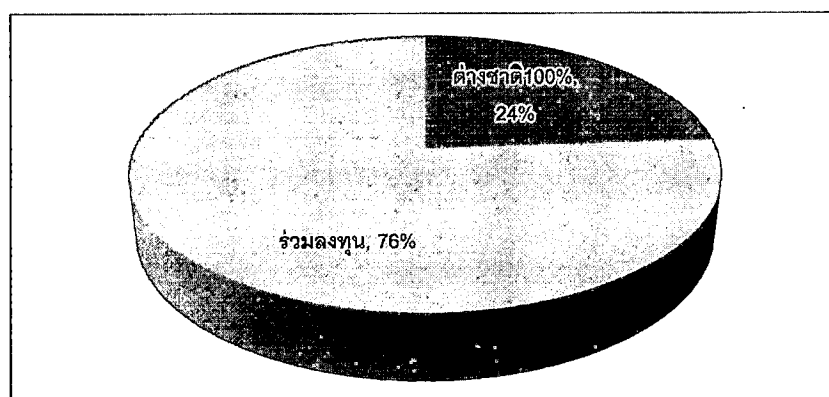


ภาพที่ 2.4 ปริมาณเงินลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศผู้ลงทุนหลัก

## 2.1.4 โครงการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุน (Joint venture)

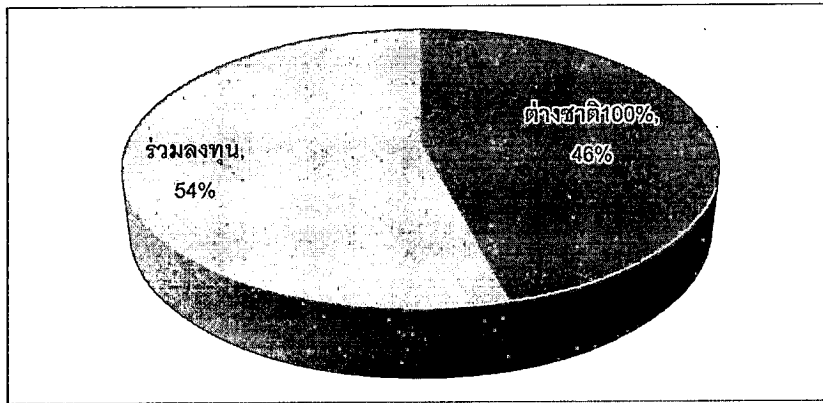
สัดส่วนของการร่วมลงทุนนั้น หากเป็นโครงการด้านการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างพาราจิ้นกลางและขึ้นปลาย สัดส่วนการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและหุ้นส่วนธุรกิจชาวต่างชาติ โดยมีทุนต่างชาติไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จะถูกจัดประเภทเป็นการร่วมลงทุน (Joint Venture) ซึ่งถือว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment-FDI) ในบางกรณีการร่วมลงทุน (Joint venture) นั้น บริษัทต่างชาติอาจอาศัยหุ้นส่วนคนไทยเป็นเครื่องมือในการหาผลประโยชน์บางอย่าง เช่น สิทธิที่ดิน การอยู่อาศัย ใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่ต้นทุนต่ำ เป็นต้น กรณีที่บริษัทต่างชาติมีสัดส่วนการถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 จะเรียกว่าเป็นบริษัทข้ามชาติ (Multinational Enterprises- MNEs) สำหรับการลงทุนในโครงการทางเกษตร การประมง และการเลี้ยงสัตว์นั้น คนไทยจะต้องมีสัดส่วนการลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการโดยต้องถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน

โครงการลงทุนจากต่างประเทศที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในรูปแบบการร่วมทุน (Joint venture) ในช่วงปี 2513-2555 จำนวนโครงการที่เป็นการร่วมลงทุนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 และจำนวนโครงการที่มีต่างชาติถือหุ้น 100% คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ดังแสดงในภาพที่ 2.5 หากพิจารณาในแง่ปริมาณเงินลงทุน โครงการร่วมทุนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 และโครงการที่ต่างชาติถือหุ้น 100% คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46 ดังแสดงในภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.5 รูปแบบการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ พิจารณาจากจำนวนโครงการ





ภาพที่ 2.6 รูปแบบการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ พิจารณาจากปริมาณเงินลงทุน

### 2.1.5 โครงการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการลงทุนผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก (export-oriented)

โครงการลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก โดยสถิติของ BOI ได้จำแนกโครงการที่ส่งออกเป็นหลัก (export-oriented) โดยนับจากสัดส่วนการผลิตเพื่อป้อนตลาดส่งออกมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไป ตารางที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของจำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุนที่ส่งออกเป็นหลัก ซึ่งเห็นได้ชัดว่าตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา ทั้งในแง่จำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุน การลงทุนจากต่างประเทศใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก โดยเฉพาะในช่วงปี 2513-2555 มีจำนวนโครงการที่ส่งออกเป็นหลักร้อยละ 63 ของจำนวนโครงการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติทั้งหมดที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริม ในแง่ปริมาณเงินลงทุน โครงการที่ส่งออกเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 63 เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในช่วงเวลาต่างๆ โดยแบ่งเป็นช่วงละ 5 ปี (ยกเว้นช่วงปี 2513-2520 ซึ่งยังไม่ค่อยมีการขอรับการส่งเสริม) จะพบว่า ในช่วงปี 2531-2535 สัดส่วนโครงการลงทุน (ทั้งในแง่จำนวนโครงการและปริมาณเงินลงทุน) ที่ส่งออกเป็นหลักมีสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 50 ซึ่งในช่วงนี้เป็นช่วงที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับการอนุมัติให้การส่งเสริมมากที่สุด (182 โครงการ) โดยมีโครงการขนาดเล็กที่ยื่นขอรับส่งเสริมในนามบุคคลจำนวนมาก โครงการเหล่านี้ขอรับส่งเสริมเพื่อผลิตน้ำยางข้นเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมในประเทศเป็นหลัก ทำให้สัดส่วนโครงการที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลักต่ำกว่าช่วงเวลาอื่น

ตารางที่ 2.6 สัดส่วนของ FDI ในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติที่ผลิตเพื่อการส่งออก  
มากกว่าร้อยละ 80

ปีพ.ศ.	จำนวนโครงการ (โครงการ)			ปริมาณเงินลงทุน (ล้านบาท)		
	ส่งออกเป็น หลัก	ทั้งหมด	คิดเป็นร้อยละ	ส่งออกเป็น หลัก	ทั้งหมด	คิดเป็นร้อยละ
2513-2520	0	1	0.00	0	4	0.00
2521-2525	4	4	100.00	104	104	100.00
2526-2530	19	24	79.17	2,327	2,537	91.71
2531-2535	70	182	38.46	7,116	16,538	43.03
2536-2540	50	86	58.14	7,372	13,069	56.41
2541-2545	79	93	84.95	15,397	29,617	51.99
2546-2550	38	49	77.55	7,546	9,418	80.13
2551-2555	67	82	81.71	18,642	21,459	86.87
<b>2513-2555</b>	<b>327</b>	<b>521</b>	<b>62.76</b>	<b>58,503</b>	<b>92,746</b>	<b>63.08</b>

หมายเหตุ: โครงการลงทุนจากต่างประเทศ หมายถึง โครงการที่มีต่างชาติถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ที่มา: สำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2555)

#### 2.1.6 การจ้างงานคนไทยที่เกิดจากการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานที่เกิดจากโครงการในสาขาเกษตรและผลิตผลจากการเกษตร

ในด้านการจ้างงาน จากการรวบรวมสถิติ FDI ปี 2513-2555 (ตารางที่ 2.7) พบว่า โครงการลงทุนจากต่างประเทศในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติก่อให้เกิดการจ้างงานคนไทยรวมทั้งสิ้น 105,725 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.86 ของโครงการลงทุนสาขาเกษตรและผลิตผลจากการเกษตรทั้งหมด ช่วงปีที่มีการจ้างงานมากที่สุด คือ 2531-2535 ซึ่งเป็นช่วงปีที่มีโครงการได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมสูงสุด การสร้างงานอันเกิดจากโครงการลงทุนเหล่านี้จึงสูงตามไปด้วย (34,246 คน) แต่หากพิจารณาในแง่สัดส่วนการจ้างงานจากโครงการยางพาราเทียบกับสาขาเกษตรทั้งหมด ช่วงปี 2541-2545 กลับมีสัดส่วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 36.40 ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากโครงการเหล่านี้ได้รับอนุมัติในช่วงเวลานั้นเป็นโครงการที่ต้องอาศัยแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยต่อปี พบว่าอัตราการเติบโตของการจ้างงานติดลบซึ่งน่าจะสะท้อนเทคโนโลยีการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางพาราที่ใช้เครื่องจักรในการผลิตเพิ่มมากขึ้นและพึ่งพาแรงงานน้อยลง

ตารางที่ 2.7 การจ้างงานในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ

ปีพ.ศ.	การจ้างงานคนไทย (คน)			
	สาขาเกษตรและ ผลิตผลฯ	ผลิตภัณฑ์ยางพารา	สัดส่วนของ ยางพารา (%)	%เปลี่ยนแปลง
2513-2520	2,445	231	9.45	-172.28
2521-2525	7,418	244	3.29	-135.58
2526-2530	28,667	4,373	15.25	35.06
2531-2535	121,037	34,246	28.29	0.14
2536-2540	61,781	20,576	33.30	27.40
2541-2545	80,010	29,122	36.40	-14.09
2546-2550	52,476	7,563	14.41	-42.44
2551-2555	39,718	9,370	23.59	2.25
<b>2513-2555</b>	<b>393,552</b>	<b>105,725</b>	<b>26.86</b>	<b>-12.81</b>

หมายเหตุ: โครงการลงทุนจากต่างประเทศ หมายถึง โครงการที่มีต่างชาติถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ที่มา: สำนักความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2555)

### 2.1.7 การลงทุนโดยตรงของไทยและประเทศที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียนในต่างประเทศ

ตัวเลขเม็ดเงินลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศเมื่อเทียบกับประเทศผู้ลงทุนในภูมิภาคอาเซียน ประเทศไทยมีปริมาณการลงทุนที่ไม่สูงมากนักในปีพ.ศ. 2548 จำนวนเพียง 529 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ หรืออยู่ในอันดับที่ 4 ในภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ตามตัวเลขเงินลงทุนได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทำให้ในปีพ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 10,634 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ (ตารางที่ 2.8) ขณะที่ประเทศสิงคโปร์ยังคงครองแชมป์ด้านการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ และมาเลเซียอยู่ในอันดับที่สอง ตามมาด้วยประเทศไทย จะเห็นได้ว่าในช่วงเวลาภายใน 7 ปี ยอดการลงทุนของผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้นมากเกือบ 20 เท่า ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ยอดการลงทุนเพิ่มขึ้นในช่วงเดียวกันเพียง 2 เท่าของปริมาณในปี พ.ศ. 2548 ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทไทยที่มีการขยายตัวสู่ต่างประเทศอย่างมาก สำหรับประเทศอินโดนีเซีย ก็ถือว่ามีปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อีกทั้งยังนำลงทุนสำหรับนักธุรกิจไทยในอุตสาหกรรมยางพารา เนื่องจากตลาดมีขนาดใหญ่ ค่าแรงไม่สูง และมีวัตถุดิบยางพาราทั้งขึ้นต้นและขึ้นกลางอยู่มาก

ตารางที่ 2.8 เปรียบเทียบเงินลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศกับประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน

ประเทศ	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
สิงคโปร์	11,218	18,637	36,897	6,812	17,704	21,215	25,227
มาเลเซีย	3,076	6,021	11,314	14,965	7,784	13,329	15,258
ไทย	529	968	3,003	4,057	4,172	5,415	10,634
อินโดนีเซีย	3,065	2,726	4,675	5,900	2,249	2,664	7,771

แหล่งข้อมูล: World Investment Report (2012)

การวิเคราะห์เชิงลึกในตัวเลขการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของตัวเลขการลงทุน (outward FDI) อย่างก้าวกระโดดนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้น ทำให้ต้นทุนในการลงทุนในต่างประเทศไม่สูงมากนัก และนักธุรกิจก็ตักตวงผลประโยชน์ในส่วนนี้ แทนผลลบที่เกิดจากการส่งออกที่น้อยลง และบริษัทไทยส่วนใหญ่มีจุดแข็งด้านการเงิน เนื่องจากเป็นบริษัทข้ามชาติที่มีขนาดใหญ่ และสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ไม่ยากนัก

อย่างไรก็ตาม คณะทำงาน ฯ ได้ประสานงานทั้งทางอีเมลล์และโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลรายอุตสาหกรรมจากเจ้าหน้าที่ธนาคารแห่งประเทศไทย และได้รับความอนุเคราะห์ด้านข้อมูลเงินลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศสำหรับธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกโดยเฉพาะ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2.9 ข้างล่างนี้

ตารางที่ 2.9 เงินลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ – การผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก จำแนกตามประเทศ (หน่วย : ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.)

	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
อาเซียน (ASEAN)	63.63	60.37	24.04	60.37	48.96	25.71	66.90

	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
กัมพูชา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.22	0.18
อินโดนีเซีย	2.51	2.73	0.20	0.25	16.66	5.19	7.20
ลาว	0.04	0.05	0.03	0.00	0.00	0.15	28.30
มาเลเซีย	0.00	33.10	0.00	38.53	0.90	1.61	1.76
สิงคโปร์	58.64	23.56	20.63	18.50	20.24	17.50	26.28
เวียดนาม	2.30	0.93	3.18	3.09	11.16	1.04	3.17
EU	0.90	12.64	10.44	4.89	3.28	6.37	5.07
เยอรมนี	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.29
เนเธอร์แลนด์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.44	4.78
จีน	4.18	4.87	3.07	1.28	1.11	7.95	5.38
อินเดีย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
ญี่ปุ่น	0.00	0.00	0.00	0.04	0.00	0.00	2.64
สหรัฐอเมริกา	10.49	7.89	3.00	7.88	9.11	3.24	5.73
โลก	79.32	85.77	40.55	76.01	62.46	44.27	87.65

แหล่งข้อมูล: ธนาคารแห่งประเทศไทย (เจ้าหน้าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดทำข้อมูลชุดนี้ให้เป็นกรณีพิเศษ)

นักลงทุนไทยในอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกส่วนใหญ่เลือกที่จะลงทุนในภูมิภาคอาเซียนคิดเป็นจำนวนถึง 66.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.33 ของยอดการลงทุนในต่างประเทศทั้งหมด ประเทศลาวและสิงคโปร์เป็น 2 ประเทศหลักที่นักลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราเลือกที่จะขยายกิจการในต่างประเทศ แต่สาเหตุของการลงทุนนั้นแตกต่างกัน กล่าวคือ บริษัทที่เลือกลงทุนในประเทศลาวมักต้องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและแรงงานที่มีอยู่มากและราคาถูกกว่าประเทศไทย ในขณะที่นักลงทุนส่วนหนึ่งเลือกลงทุนในประเทศสิงคโปร์เพื่อใช้เป็นฐานการค้าขายและกระจายสินค้า (trading and distribution offices) เป็นที่น่าสังเกตว่า การลงทุนในประเทศจีนเพียงประเทศเดียวนั้น (5.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ) มีมูลค่ามากกว่าการลงทุนของนักลงทุนไทยในภูมิภาคยุโรปทั้งภูมิภาค (5.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางการตลาดของประเทศจีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่มากขึ้น รวมทั้งบริษัทรถยนต์ และบริษัทที่เกี่ยวข้องในหลาย ๆ อุตสาหกรรมต่างโยกย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศจีนเป็นจำนวนมาก นักลงทุนไทยก็เป็นกลุ่มหนึ่งที่ต้องการเข้าถึงตลาดจีน และรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Supply Chain) สำหรับประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาซึ่งต่างก็เป็นยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมรถยนต์ทั้งคู่ ทั้งสองประเทศนี้มีการ

ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชนิดเป็นชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ ในปี พ.ศ. 2554 ยอดการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในประเทศญี่ปุ่นรวมทั้งสิ้น 2.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ และ 5.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ เป็นยอดการลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกาตามลำดับ

#### ตารางที่ 2.10 สัดส่วนการลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ – อุตสาหกรรมยางพารา

	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
การลงทุนของ ไทยใน ต่างประเทศ ทั้งหมดทุกภาค ธุรกิจ	2153.91	1933.93	5631.82	7689.52	8156.94	8474.31	67551.28
การลงทุนของ ไทยใน ต่างประเทศ- การผลิต ผลิตภัณฑ์ยาง และพลาสติก	79.32	85.77	40.55	76.01	62.46	44.27	87.65
สัดส่วน (ร้อยละ)	3.68	4.44	0.72	0.99	0.77	0.52	0.13

ตารางที่ 2.10 แสดงสัดส่วนการลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพารานั้นมีแนวโน้มลดลงในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2548 – 2554 ในปี 2548 ยอดการลงทุนของไทยในต่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราคิดเป็นร้อยละ 3.68 ของยอดการลงทุนในทุกภาคเศรษฐกิจ และลดลงเหลือเพียงร้อยละ 0.13 เท่านั้น สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของการลงทุนในกิจกรรมทางการเงินและการประกันภัยภาคเหมืองแร่และเหมืองหิน รวมทั้งภาคการผลิตอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 30 เท่าตัว หากดูจากตัวเลขเม็ดเงินการลงทุนโดยรวมของไทยในต่างประเทศสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกจะเห็นว่ามีการเพิ่มขึ้นแต่ไม่มากนักจาก 79.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปีพ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 87.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปีพ.ศ. 2554

## 2.2 นโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ

ตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 อุตสาหกรรมยางพาราไทยได้รับคัดเลือกเป็นอุตสาหกรรมนำร่องที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์กับประเทศสูงสุด โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างทั้งประโยชน์และสร้างรายได้จากการส่งออกให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลักในกระบวนการผลิต เนื่องจากกระบวนการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในประเทศไทย จึงสามารถช่วยในการตอบสนองต่อนโยบายสำคัญด้านต่าง ๆ ของประเทศได้เป็นอย่างดี เช่น ช่วยสร้างงานในพื้นที่ โดยเฉพาะระดับภูมิภาค ส่งผลให้ลดช่องว่างระหว่างรายได้ของแรงงานในพื้นที่แตกต่างกันไป รวมทั้งการพัฒนาของอุตสาหกรรมยางพาราไทยโดยการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการยกระดับของอุตสาหกรรมและความสามารถของบริษัทไทยให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในระดับโลก

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 มุ่งเน้นพัฒนาผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมยางพารา ให้สามารถสร้างตราสินค้าไทยเป็นของตนเองได้ รวมทั้งพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทยให้เป็นผู้นำในระดับภูมิภาค และเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราในระดับโลก ทั้งนี้ นโยบายการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นหนึ่งในนโยบายหลักที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทย ที่จะช่วยยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทย สร้างความเข้มแข็งของคลัสเตอร์ รวมทั้งยกระดับโครงสร้างสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราอย่างบูรณาการ ซึ่งการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ ครอบคลุมหมายถึงการส่งเสริมการลงทุนโดยผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตัวสู่ต่างประเทศ (Outward FDI) และ การส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย (Inward FDI) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมลงทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศ (Joint Venture) ในอุตสาหกรรมปลายน้ำเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มอยู่ในระดับสูง จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้เทคนิคการผลิตใหม่ ๆ อีกทั้งยังอาจได้ประโยชน์จากการแบ่งปันและการปรับใช้พัฒนาเทคโนโลยีร่วมกัน ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมของภาคเอกชนไทย ทรัพยากรมนุษย์ของไทยด้วยว่ามีความสามารถในการซึมซับเทคโนโลยีได้มากน้อยเพียงใด ผ่านความร่วมมือและกระบวนการด้านการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งประโยชน์ด้านอื่น ๆ อีกมากมาย อาทิเช่น การรักษาและขยายตลาดส่งออกในต่างประเทศ การพัฒนาตราสินค้าระดับโลกร่วมกัน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในปัจจุบันจะส่งเสริมเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมายโดยให้สิทธิประโยชน์ที่ต่างกันออกไปตามความสำคัญของแต่ละประเภทกิจการ ประเภทกิจการที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อาทิเช่น การวิจัยและพัฒนา จะได้รับสิทธิประโยชน์มากกว่าประเภทกิจการอื่น ๆ เป็นต้น อีกทั้งมีการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนที่ต่างกันระหว่างโครงการลงทุนใหม่และโครงการขยาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการปรับเปลี่ยนไปจากอดีตที่เน้นให้สิทธิประโยชน์

ครอบคลุมเกือบทุกกิจการแบบหว่านแห รวมทั้งเพิ่มการให้บริการแก่นักลงทุนที่ครบวงจร ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดอุปสรรคในการลงทุน ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรเพื่อตอบสนองกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

นโยบายและมาตรการการส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมยางพารานั้นมีการใช้ทรัพยากรในประเทศในกระบวนการผลิต อีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้ประเทศไทยสามารถเป็นฐานการผลิตหลักของโลกได้ อุตสาหกรรมยางพาราไทยเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานโลก และเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์อีกด้วย ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมยางพาราและอุตสาหกรรมเป้าหมายอื่น ๆ ในปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มุ่งเน้นส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การรับถ่ายทอดเทคโนโลยี การอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายสำหรับอนาคตและเพื่อส่งเสริมการลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ระยะ 5 ปี (2556 – 2560) สำหรับอุตสาหกรรมยางนั้น ควรจะได้มีการกำหนดแผนการดำเนินโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการพิจารณาปรับปรุงมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและอุตสาหกรรมสนับสนุน โครงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมและการต่อยอดเชิงพาณิชย์ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง โครงการส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง โครงการสนับสนุนการจัดตั้งห้องปฏิบัติการทดสอบและรับรองคุณภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง โครงการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง โครงการจัดทำคุณสมบัติวิชาชีพและเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง โครงการพัฒนาศักยภาพของการปลูกยางของประเทศไทย โครงการบูรณาการแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่า โครงการพิจารณาปรับปรุงการจัดเก็บเงินสงเคราะห์ (CESS) โครงการพิจารณาผ่อนปรนให้ใช้แรงงานไร้ฝีมือต่างด้าวในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง

ยิ่งไปกว่านั้นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนยังคงมุ่งเน้นการส่งเสริมการกระจายการลงทุนจากต่างประเทศสู่ภูมิภาค (ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2536 จวบจนถึงปัจจุบัน) ซึ่งเป็นนโยบายที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 เป็นต้นมา จวบจนถึงฉบับปัจจุบัน เน้นการรักษาความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการรักษาความสมดุลของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการกระจายกิจกรรมทางอุตสาหกรรมสู่ส่วนภูมิภาคมากยิ่งขึ้น และกำหนดให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับเกษตรกรรมเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สำคัญ อันจะเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว ยิ่งไปกว่านั้นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ผ่อนปรนเงื่อนไขและให้สิทธิประโยชน์มากขึ้นเพื่อส่งเสริมนักลงทุนต่างชาติให้มาลงทุนในกิจกรรมที่ช่วยปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการลงทุนที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อเน้นส่งเสริม



การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคอุตสาหกรรม ส่งเสริมการพัฒนา  
อุตสาหกรรมสีเขียว และส่งเสริมให้เกิดคลัสเตอร์อุตสาหกรรมใหม่ๆ ในภูมิภาค

ตารางที่ 2.11 สิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ

สิทธิประโยชน์ตามประเภท กิจการ	สิทธิประโยชน์เขต 1	สิทธิประโยชน์เขต 2	สิทธิประโยชน์เขต 3
1.ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับ เครื่องจักร	✓	✓	✓
2.ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติ บุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี	✓	✓	✓
3.ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบและ วัสดุจำเป็นเพื่อผลิตส่งออก	1 ปี	1 ปี	5 ปี
4.ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ 50 (5 ปีหลังจากระยะเวลา ที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติ บุคคล)	X	X	5 ปี
5.หักค่าขนส่ง ไฟฟ้า ประปา 2 เท่า	X	X	✓
6.หักค่าติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก	X	X	✓
7.ลดหย่อนอากรขาเข้าวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นเพื่อผลิตจำหน่าย ในประเทศ	X	X	ลดหย่อนร้อยละ 75 เป็นเวลา 5 ปี ให้คราว ละ 1 ปี (ยกเว้นนิคมฯ แหลมฉบังและนิคมฯ ในจังหวัดระยอง)

แหล่งข้อมูล: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554)

\*หมายเหตุ: สิทธิประโยชน์ตามเกณฑ์ในแต่ละเขตให้สำหรับผู้ลงทุนในนิคม หรือเขตอุตสาหกรรม กรณีที่  
ลงทุนนอกนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมอาจไม่ได้รับสิทธิประโยชน์บางประการ

จะเห็นได้ว่าสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับ  
กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ โดยการให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนทั้งทางด้านการยกเว้นภาษี  
อากร และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่มีไว้ภาษี อาทิเช่น หักค่าขนส่ง ไฟฟ้า ประปาและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก  
สะดวก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปริมาณเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment – FDI)  
ในภาคการเกษตรนั้นยังอยู่ในระดับที่ต่ำมาก มูลค่า FDI ของภาคเกษตรระหว่างช่วงปีพ.ศ. 2543-2552 มี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่เพียง 12.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เทานั้น หรือคิดเป็นสัดส่วน 0.09 เปอร์เซ็นต์จากยอด FDI  
ทั้งหมด ส่วนตัวเลข FDI ของอุตสาหกรรมยางพารานั้นอยู่ในระดับที่สูงกว่านั้นมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น  
จาก 467.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปี พ.ศ. 2548 เป็น 520.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในปีพ.ศ. 2554 คาดว่าใน  
อนาคตปริมาณ FDI ของอุตสาหกรรมยางพาราน่าจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน  
ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนในกิจการแปรรูปยาง โดยให้สิทธิและประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการ  
ซึ่งรวมถึงการ ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 8 ปี โดย  
จำกัดวงเงินยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกิน 100% ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน และ  
ผู้ประกอบการที่ลงทุนผลิตสินค้าอันสอดคล้องกับนโยบายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน อาทิเช่น ยางยานยนต์ ถุง  
มือยางเพื่อการแพทย์ และถุงยางอนามัย จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นพิเศษ กล่าวคือ ได้รับการ  
ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี โดยไม่จำกัดวงเงิน และได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติ  
บุคคลอีกหนึ่งอีก 5 ปี หากยื่นขอรับการส่งเสริมภายในสิ้นปี 2556 ส่งผลให้มีนักลงทุนจากสหรัฐ ฯ ญี่ปุ่น  
และอินเดียเลือกที่จะใช้ประเทศไทยเป็นฐานการลงทุนผลิตยางรถยนต์

ในส่วนของการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของผู้ประกอบการไทยนั้น ถือเป็นนโยบายที่  
ค่อนข้างใหม่และเร่งด่วนของรัฐบาลไทย อีกทั้งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่  
10 (พ.ศ. 2550 – 2554) และการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการสร้าง  
ความเชื่อมโยงกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) อันจะส่งผลดีต่อการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจทั้งในและ  
ต่างประเทศให้แข็งแกร่งขึ้นเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งช่วยแก้ไขปัญหาคาขาดแคลน  
แรงงานและปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ของประเทศไทยเรา รวมทั้งการใช้ศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการ  
ขยายตัวสู่ต่างประเทศเพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง โดยเก็บเกี่ยวสิทธิประโยชน์ที่  
ประเทศในภูมิภาคเอเชียให้แก่การลงทุนไทยตามข้อตกลงทางการค้าและการลงทุนที่เปิดเสรีมากขึ้น  
โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตั้งโรงงานผลิตเพื่อส่งออก การสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2552  
ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศขึ้น โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง  
อุตสาหกรรมเป็นประธาน เพื่อทำหน้าที่ในการร่างกฎหมายเพื่อส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ศึกษา  
ความเหมาะสมในการจัดตั้งองค์กรถาวรเพื่อรับผิดชอบงานด้านการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ

ตามมติคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนลงวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2553 ได้มีการกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีศักยภาพในการลงทุนในต่างประเทศ ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมสาขาการเกษตร สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ชิ้นส่วนยานยนต์ ท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้ง กิจการก่อสร้าง กิจการที่ปรึกษาด้านวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม โดยมีแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพและต้องการลงทุนในต่างประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่กำหนด ดังนี้

1. พัฒนานักธุรกิจไทยและบุคลากรให้พร้อมในการลงทุนต่างประเทศ
2. อำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหานักลงทุนไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศ
3. จูงใจลงทุนต่างประเทศโดยมาตรการการเงินและการคลัง
4. ลดความเสี่ยงในการไปลงทุนยังต่างประเทศ
5. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเป้าหมายที่รองรับการลงทุน

ต่อมาเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2554 รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา โดยมีเนื้อหาใจความสำคัญที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ กล่าวคือ “3.3.4 (3) ส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศในสาขาที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพ ทั้งการลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การทำสัญญาสินค้าเกษตรตามข้อตกลง การเปิดสาขา การหาตัวแทนและหุ้นส่วนในต่างประเทศ เพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจไทยในต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนการเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศ”

ตารางที่ 2.12 เปรียบเทียบมาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซียและไทย

มาตรการ	ไทย	มาเลเซีย	จีน	สิงคโปร์
1. หักค่าใช้จ่ายค่าปรึกษาด้านกฎหมายได้ 2 เท่า			/	/
2. หักค่าใช้จ่ายค่าสำรวจโครงการได้ 2 เท่า			/	/
3. หักค่าใช้จ่ายค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการได้ 2 เท่า		/		
4. มาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินไม่เกิน 3 ปี				/
5. มาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาโครงการโดยกองทุน Overseas Investment Fund		/		
6. มาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินโดยการให้เงินกู้โดยไม่เสียดอกเบี้ยเป็นเวลา 1 ปี			/	
7. มาตรการนำเงินที่ลงทุนซื้อกิจการในต่างประเทศมาหักเป็น		/		

มาตรการ	ไทย	มาเลเซีย	จีน	สิงคโปร์
ค่าใช้จ่ายภายในประเทศ				
8. ยกเว้นภาษีอากรสำหรับเงินปันผลที่นำกลับเข้าประเทศ (แต่กรณีของประเทศไทยนั้นมีเงื่อนไขที่ยุ่งยากมากกว่า โดยเงินปันผลนั้นจะต้องมาจากกำไรสุทธิที่มีการเสียภาษีในประเทศของผู้จ่ายเงินปันผล โดยอัตราภาษีต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15)	/	/		/

แหล่งที่มา: เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “สิ่งทอไทย ยุคใหม่...ก้าวให้ไกล ไปให้ถึง” โดยท่านที่ปรึกษาโครงการ ท่านยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์ (ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และนโยบายการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน)

ความคืบหน้าของการพัฒนามาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของนักลงทุนไทยนั้น ในปัจจุบันได้มีการอนุมัติให้มีการจัดตั้งสำนักส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศขึ้นเพื่อศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการฝึกอบรมเชิงลึกและเป็นศูนย์กลางข้อมูล ให้การรับรองและอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศเพื่อให้สามารถใช้สิทธิประโยชน์ตามมาตรการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งประสานงานและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นของนักลงทุนไทย และดำเนินการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ รวมทั้งได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาการลงทุนไทยในต่างประเทศ (Thai Overseas Investment Support Centre: TOISC) ขึ้นโดยเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2555 นี้ ผลงานที่เห็นได้ชัดเน้นในเรื่องของการพัฒนาและจัดการฝึกอบรม องค์ประกอบหลักของหลักสูตรฝึกอบรมประกอบด้วย หัวข้อเกี่ยวกับข้อมูลการลงทุนในต่างประเทศ เช่น เทคนิคการจัดทำแผนการลงทุนในต่างประเทศ การวางแผนโลจิสติกส์ (Logistics) และภาษีศุลกากร ข้อควรระวังและความรู้เกี่ยวกับกฎหมายระหว่างประเทศ การบริหารภาษีระหว่างประเทศ รวมทั้ง ทักษะที่จำเป็น อาทิเช่น เทคนิคการเจรจาต่อรอง เป็นต้น และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ ภารกิจหลักอื่น ๆ ของศูนย์ได้แก่ การให้คำปรึกษาแก่นักลงทุนไทยที่ต้องการไปลงทุนในต่างประเทศ การวิจัยเพื่อการเพิ่มช่องทางในการลงทุนไทยในต่างประเทศ การรณรงค์ส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ และเป็นศูนย์กลางความรู้ด้านการลงทุน

ยิ่งไปกว่านั้นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจะต้องจัดทำร่างกฎหมายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศที่เป็นรูปธรรม ซึ่งยังคงอยู่ในระหว่างดำเนินการ ในส่วนของมาตรการด้านการเงินและการคลังนั้นได้ประสานให้กระทรวงการคลังเป็นผู้ดำเนินการกำหนดแนวทางและ

หลักเกณฑ์เพื่อสนับสนุนนักลงทุนไทย ได้แก่ การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ การรับประกันความเสี่ยง รวมทั้งการประสานงานกับสถาบันการเงินในต่างประเทศ การพัฒนาและเพิ่มเติมมาตรการทางภาษี

มาตรการส่งเสริมนักลงทุนไทยของกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง มีรายละเอียด ดังนี้

- นักลงทุนสามารถนำภาษีที่เสียในต่างประเทศไปหักเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิได้ ในกรณีที่นำเงินได้หรือเงินปันผลกลับเข้ามายังประเทศไทย
- ยกเว้นภาษีเงินได้ตามจำนวนเงินได้ที่เสียไปในต่างประเทศ แต่ไม่เกินจำนวนภาษีที่ต้องเสียในประเทศไทย
- หากเงินได้ซึ่งได้เสียภาษีในต่างประเทศแล้ว กรมสรรพากรยอมให้มีการหักภาษีได้เต็มจำนวน แต่ต้องไม่เกินกว่าจำนวนภาษีไทยที่คำนวณไว้ก่อนที่จะยอมให้มีการหักภาษีจากเงินได้
- ยกเว้นภาษีเงินได้ สำหรับเงินปันผลซึ่งได้รับจากบริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ โดยเงินปันผลนั้นต้องมาจากกำไรสุทธิที่มีการเสียภาษีในประเทศผู้จ่ายเงินปันผล โดยอัตราภาษีต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ของกำไรสุทธิ ทั้งนี้ ไม่ว่าประเทศของบริษัทผู้จ่ายเงินปันผลจะมีกฎหมายลดหรือยกเว้นภาษีสำหรับกำไรสุทธิให้แก่บริษัทหรือไม่ก็ตาม

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank) ก็มีบทบาทที่สำคัญในการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ เช่น การประกันความเสี่ยง การให้สินเชื่อและการค้าประกันแก่นักลงทุนที่ไปลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งรวมถึงบริษัทที่จัดตั้งในประเทศไทยเอง บริษัทต่างประเทศที่มีคนไทยถือหุ้น และบริษัทที่มีการซื้อสินค้าและบริการของประเทศไทย

สำหรับมาตรการส่งเสริมนักลงทุนไทยที่ต้องการลงทุนในต่างประเทศ เน้นเรื่องของการผ่อนคลายนโยบายการส่งเงินออกนอกประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมการปล่อยกู้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐในระยะยาวกว่า 1 ปี ผ่านธุรกรรม Swap และการระดมทุนในรูปแบบการออกพันธบัตรในสกุลเงินต่างประเทศ โดยภาคเอกชนไทย ซึ่งขณะนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยกำลังอยู่ระหว่างการศึกษาแนวทางส่งเสริมที่กล่าว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อนักลงทุนในการระดมทุนสำหรับการลงทุนในต่างประเทศและลดอุปสรรคของการลงทุน ปัจจุบัน นักลงทุนส่วนใหญ่สามารถอาศัยการระดมทุนได้จากต่างประเทศหรือจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินต่างประเทศ

มติคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 1 สิงหาคม 2555 เห็นชอบให้กำหนดประเทศเป้าหมายที่สำคัญ ดังนี้

- ระดับความสำคัญอันดับ 1 ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย พม่า เวียดนาม
- ระดับความสำคัญอันดับ 2 ได้แก่ ประเทศอาเซียนอื่นๆ จีน อินเดีย
- ระดับความสำคัญอันดับ 3 ได้แก่ ประเทศอื่น ๆ

จุดแข็งและศักยภาพของประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ที่เหมาะสำหรับบริษัทในอุตสาหกรรม ยางพารา คือการมีวัตถุดิบทางการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่มาก (Natural resource abundant countries) ค่าแรงยังต่ำกว่าประเทศไทย เหมาะสำหรับธุรกิจที่ผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานในสัดส่วนที่สูง (Labor intensive products) สำหรับประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีนและเอเชียใต้นั้นเหมาะสำหรับบริษัทข้ามชาติที่ต้องการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ รวมถึงธุรกิจในการอุตสาหกรรม ยางพาราด้วย เนื่องจากผลิตสินค้า ส่วนประกอบรถยนต์และยางรถยนต์ ฯลฯ

### 2.3 การขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลกของ MNEs ในเอเชีย

ในช่วงพ.ศ. 2493-2512 บริษัทส่วนใหญ่ที่เข้าสู่ตลาดโลกมักมาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว มีงานวิจัยมากมายที่กล่าวถึงการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทเหล่านี้ หนึ่งในทฤษฎีบุกเบิกคือ โมเดลวงจรชีวิตของสินค้าที่พัฒนาโดย Vernon (1966 & 1979) โดย Vernon กล่าวว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วคือฐานสำคัญที่สินค้าใหม่ๆถูกพัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม สถานที่ดำเนินกิจกรรมการผลิตของบริษัทเหล่านี้อาจถูกย้ายไปยังประเทศกำลังพัฒนาในเวลาต่อมา เพื่อสร้างความได้เปรียบเฉพาะทางของแต่ละสถานที่เมื่อสินค้าเหล่านั้นได้มาตรฐาน ดังนั้น MNEs ในประเทศกำลังพัฒนาอาจมีบทบาทสำคัญในการผลิตของสินค้าที่เติบโตเต็มที่แล้ว ในระยะเสื่อมโทรมของวงจรชีวิตสินค้า บริษัทเหล่านี้จึงสามารถได้รับเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักดี รวมไปถึงทักษะการจัดการและการตลาดที่จำเป็น การลงทุนของ MNEs ในประเทศพัฒนาแล้วที่มาลงทุนในประเทศกำลังพัฒนา อาจมีขึ้นเพื่อปกป้องตลาดที่มีอยู่และแสวงหาประโยชน์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางกรรมสิทธิ์เป็นหลัก (Vernon, 1966) โดยตัวโมเดลนี้ได้คาดคะเนไว้ว่า มีเพียงบริษัทจากภาคเศรษฐกิจที่นำสมัยเท่านั้นที่สามารถก้าวหน้าไปกับกิจกรรมและการลงทุนในภาคเศรษฐกิจที่พัฒนาน้อยกว่า ด้วยสมรรถภาพทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำหน้า บริษัทจากประเทศที่พัฒนาแล้วอาจต้องรับผิดชอบในการผลิตสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยสมมุติฐานดังกล่าว จึงมีพื้นที่น้อยกว่าสำหรับบริษัทจากประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกของวงจรชีวิตสินค้า

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในภายหลังของ Vernon ในปีพ.ศ. 2522 ได้อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาของโมเดลวงจรชีวิตสินค้าสำหรับบริษัทต่างๆในประเทศกำลังพัฒนาเขาได้เห็นว่า บริษัทในประเทศกำลังพัฒนามักสร้างสินค้าทางนวัตกรรมต่างๆที่เหมาะสมกับสภาพเงื่อนไขของตลาดของตน บริษัทเหล่านี้ได้ส่งออกและดำเนินกิจกรรมในประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ที่พัฒนาน้อยกว่าประเทศแม่ที่มีฐานะไม่ต่างกันนัก (Vernon, 1979) โดยสรุปแล้ว โมเดลวงจรชีวิตสินค้า (Vernon, 1966 & 1979) มีประโยชน์อย่างมากในการอธิบายการขยายตัวของกิจกรรมระหว่างประเทศของ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนาที่มีสมรรถภาพที่ไปลงทุนในประเทศกำลังพัฒนาประเทศอื่น

ในช่วงพ.ศ. 2513-2522 กระบวนการเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทต่างๆ ได้รับการศึกษาอย่างจริงจังเป็นครั้งแรกโดยบรรดานักวิจัยจากมหาวิทยาลัย Uppsala (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977) พวกเขาพบว่า บริษัทต่างๆ ต้องมีผ่านขั้นตอนการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติแบบค่อยเป็นค่อยไปตามลำดับ กล่าวคือ มีการส่งออกผ่านคนกลาง ต่อด้วยการเปิดสาขาเพื่อขายสินค้าในตลาดต่างประเทศ โดยท้ายที่สุดก็คือ การก่อตั้งสาขาในการผลิตที่ต่างประเทศ “โมเดลลำดับขั้น”ของบริษัทเหล่านี้ได้ตอบย้ถึงความสำคัญของการสะสมความรู้เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศและความเห็นทางจิตวิญญาณหรือวัฒนธรรม แนวคิดเหล่านี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและถูกนำมาใช้โดยผู้ประกอบการ นักวิชาการ และบรรดาผู้จัดการ (Bartlett & Ghoshal, 1991) อย่างไรก็ตาม ในช่วงพ.ศ. 2533-2542 งานวิจัยมากมายชี้ให้เห็นถึงว่าบริษัทรูปแบบต่างๆ ไม่ได้เติบโตอย่างเป็นลำดับแบบซ้ำๆ ตามที่ได้อธิบายไว้โดยบรรดาผู้สร้างทฤษฎีโมเดลลำดับขั้น ยกตัวอย่างเช่น “บริษัทที่เกิดในต่างประเทศ” ที่กระโดดข้ามขั้นตอนบางอย่างและประสบความสำเร็จในการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติ (Rennie, 1993; Oviatt & McDougal, 1994; Coviello & McAuley, 1999)

การประยุกต์ใช้โมเดลลำดับขั้นในกรณีของ MNEs ยักษ์ใหญ่และเปี่ยมด้วยประสบการณ์นั้นค่อนข้างจำกัดเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์ในการเติบโตในต่างประเทศของบริษัทเหล่านี้ประกอบด้วยกระบวนการการตัดสินใจอย่างรอบคอบโดยอาศัยประสบการณ์ด้านต่างๆ ที่สั่งสมมา อย่างไรก็ตาม โมเดลดังกล่าวสามารถนำมาใช้กับ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนาที่เพิ่งได้เข้าสู่ระดับโลกในระดับหนึ่ง Wells (1983) และ Khan (1986) ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมต่างๆ ในการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของ MNEs เหล่านี้ ตั้งอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งนี้สอดคล้องกับ”โมเดลลำดับขั้น”ของมหาวิทยาลัย Uppsala ตามที่อธิบายไว้ด้านบน (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977) บริษัทต่าง ๆ จึงมักเริ่มต้นดำเนินกิจกรรมในระดับโลกในประเทศเพื่อนบ้านเป็นหลัก เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากถิ่นฐานบ้านเกิดที่บริษัทแม่ตั้งอยู่มากนัก

ต่อมาช่วงพ.ศ. 2523-2532 การก้าวสู่ความเป็นนานาชาติได้ถูกอธิบายโดย “แบบจำลองแบบผสมผสาน” ที่ขยายความทั้งข้อได้เปรียบเฉพาะทางของบริษัทกับของประเทศในฐานะตัวกำหนดของการมีส่วนร่วมในการผลิตในต่างประเทศแบบมีวิจารณ์ (Dunning, 1988) จุดสำคัญของงานเขียนของ Dunning คือความเคลื่อนไหวของการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติ โดยเท็จจริงแล้ว แบบจำลองแบบผสมผสานของ Dunning (1988) สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับ MNEs ของประเทศกำลังพัฒนาได้ โดยเฉพาะในเรื่องของบทบาทข้อได้เปรียบเฉพาะด้านกรรมสิทธิ์ในการเข้าสู่ความเป็นนานาชาติ เช่นเดียวกับการขยายตัวในต่างประเทศของ MNEs จากประเทศที่พัฒนาแล้ว หลักฐานเชิงประจักษ์ล่าสุดได้แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของบริษัทต่างๆ ในประเทศกำลังพัฒนาที่มีทักษะทางเทคโนโลยีที่ค่อนข้างก้าวหน้าและได้เริ่มลงทุนและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในต่างประเทศ ทั้งในประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาแล้ว เพื่อเข้าถึงตลาดได้มากขึ้นและการก้าวหน้า

ทางเทคโนโลยี (Sim & Pandian, 2003) แบบจำลองแบบผสมผสานอาจเป็นการอธิบายกิจกรรมในต่างประเทศของบริษัทต่างๆในประเทศกำลังพัฒนา ที่มุ่งเน้นไปที่ตลาดใหม่และการแสวงหาทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ในต่างประเทศ

เส้นทางการพัฒนาการลงทุน (IDP) ของ Dunning (1986) ประกอบด้วยหลักการต่างๆของแบบจำลองแบบผสมผสานสำหรับการวิเคราะห์ Dunning กล่าวว่า กิจกรรมต่างๆในการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติ เช่น การผลิตในต่างประเทศผ่านการลงทุนในต่างประเทศ นั้นเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ เขากล่าวต่ออีกว่า การพัฒนาทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อไม่เพียงกับระดับการลงทุนทั้งภายในและภายนอก แต่ยังส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและรูปแบบของกิจกรรมเพื่อเข้าสู่ความเป็นนานาชาติอีกด้วย เขาเล็งเห็นว่า ปัจจัยเฉพาะด้านของสถานที่หรือประเทศ เช่น นโยบายการพัฒนาของรัฐบาล มีส่วนสำคัญต่อการพิจารณา ระยะขั้นของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและแผนยุทธศาสตร์ในการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัท (Dunning, 1986) จากมุมมองดังกล่าว บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนามากมายอยู่ใน IDP ระยะที่สาม ซึ่งก็คือ การลงทุนภายในประเทศลดน้อยลงในขณะที่บริษัทเหล่านี้ไปลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น

ต่อมา Dunning และผู้ร่วมวิจัย (1998) ได้ยืนยันข้อเท็จจริงที่ได้รับการพิสูจน์โดยประเทศที่เพิ่งกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (Newly Industrialized Countries-NICs) ในเอเชีย พวกเขากล่าวว่าการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทเหล่านี้อาจมีบางส่วนที่มาจากกระแสโลกาภิวัตน์และภูมิภาคนิยมของตลาดและการแสวงหากิจกรรมเพิ่มมูลค่าต่างๆ จากเส้นทางการพัฒนาการลงทุนของ Dunning กิจกรรมการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติที่เพิ่มขึ้นของ MNEs เหล่านี้อาจเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าในการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศของพวกเขา ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2520-2528 การลงทุนในต่างประเทศของ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่มีอยู่ในประเทศที่พัฒนาน้อยกว่าประเทศแม่ของพวกเขา เนื่องจากค่าแรงที่ต่ำกว่าและการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพน้อยกว่า (Lecraw, 1992) อย่างไรก็ตาม MNEs เหล่านี้ได้ลงทุนมากขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้วเช่นเดียวกันตามที่ Lall (1983) รายงานไว้ นี่อาจทำให้เราอนุมานได้ว่าบริษัทของประเทศกำลังพัฒนาบางบริษัทได้พัฒนาข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัทผ่านกาลเวลา โดยสรุปแล้ว การวิจัยในเรื่องของการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทต่างๆที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ MNEs จากประเทศที่พัฒนาแล้วนั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับ MNEs ของประเทศกำลังพัฒนาอย่างน้อยก็บางส่วน

บริษัทต่างๆจากประเทศทางตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น และประเทศที่เพิ่งกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่อื่นๆ (NICs) ได้ประสบความสำเร็จในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติและโดดเด่นในระดับสากลในปลายศตวรรษที่ยี่สิบ (พ.ศ. 2550-2552) MNEs จากประเทศกำลังพัฒนามักดำเนินกิจกรรมและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการผลิตในประเทศแม่ ในขณะที่ดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดอย่างจำกัดในต่างประเทศ (Vernon-Wortzel & Wortzel, 1988) ในหลาย ๆ กรณี พวกเขาดำเนินกิจกรรมระหว่างประเทศ



ต่างๆในประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคของพวกเขา (Khan, 1986; Dunning, 1986) บริษัทต่างๆในประเทศกำลังพัฒนาอาจไม่ได้มีประสบการณ์รวมไปถึงทักษะทางเทคโนโลยีที่เพียงพอสำหรับการลงทุนในประเทศพัฒนาแล้วให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ ตัวเลือกที่ปลอดภัยที่สุดอาจเป็นการขยายการลงทุนในประเทศที่กำลังพัฒนาที่ ๆ บริษัทเหล่านี้สามารถใช้ความสามารถ ทักษะ และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มที่ โดยไม่จำเป็นต้องมีการปรับตัวมากนัก ประเทศกำลังพัฒนามักแบ่งปันลักษณะร่วมกันบางอย่างในแง่ของค่าใช้จ่ายและขนาดของตลาดที่เหมาะสมกับเทคโนโลยีการผลิตที่เน้นหนักไปที่แรงงานและมีขนาดเล็ก

เนื่องจากทักษะและประสบการณ์ระหว่างประเทศของ MNEs เหล่านี้พัฒนาขึ้น พวกเขาเริ่มพัฒนาขยายกิจกรรมระหว่างประเทศของพวกเขาไปยังประเทศที่ห่างไกลขึ้น (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977) มุมมองนี้ได้รับการสนับสนุนโดยข้อเท็จจริงที่ว่า MNEs จากเกาหลีและไต้หวันได้ขยายกิจกรรมระหว่างประเทศของพวกเขามากขึ้นในกลุ่มประเทศทั้งสาม (Dunning et al., 1998) Ohmae (1985) ได้ตอกย้ำความสำคัญของ“กลุ่มประเทศทั้งสาม” ที่ประกอบด้วยสหรัฐอเมริกา ยุโรปตะวันตก และญี่ปุ่น บริษัทต่างๆจากประเทศที่พัฒนาแล้วมีส่วนแบ่งทางตลาดสูงในกลุ่มประเทศทั้งสามที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ในการเติบโตและประสบความสำเร็จของบริษัท บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะบริษัทจากประเทศที่เพิ่งกลายเป็นแหล่งอุตสาหกรรมใหม่ (NICs) ยังพยายามที่จะเข้าถึงตลาดใหญ่ๆมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Creative Technology จากประเทศสิงคโปร์ ณ ตอนนี้เป็นผู้เล่นที่มีอิทธิพลในตลาดสื่อประสมและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในระดับโลกได้ดำเนินกิจกรรมระหว่างประเทศในอเมริกาเหนือและยุโรป ตัวบริษัทนั้นมียอดขายขนาดใหญ่ในตลาดเหล่านี้ (Sim & Pandian, 2003) บริษัท Samsung ได้ดำเนินกิจกรรมวิจัยและพัฒนาในสหรัฐฯและญี่ปุ่น (Lee, 1995) การขยายเข้าสู่ตลาดโลกนี้สามารถอธิบายได้โดยการพัฒนาข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัท เช่น สมรรถภาพในการผลิตและการตลาด และความเปลี่ยนแปลงพื้นฐานในเรื่องของแรงจูงใจ เช่น การแสวงหาทรัพย์สิน (Dunning et al., 1998)

จากวรรณกรรมล่าสุด Mathews (2006) ได้พัฒนากรอบแนวคิด LLL (การเชื่อมความสัมพันธ์ การใช้อำนาจเพิ่มผลทางการเงิน และการเรียนรู้) ที่ช่วยในการอธิบายความสำเร็จของ MNEs ในเอเชีย จากโมเดลของเขา เขาได้ชี้แจงว่า บางบริษัทขาดปัจจัยเฉพาะด้านของบริษัทแต่พวกเขาได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติอย่างรวดเร็วโดยการพัฒนาและใช้เครือข่ายที่มีอยู่ทั่วโลก (ผ่านหุ้นส่วนและการร่วมลงทุน) การเพิ่มผลประกอบการทางการเงินจากการใช้ทรัพยากรของผู้อื่น และกระบวนการในการเรียนรู้ต่างๆ กรอบแนวคิดนี้สอดคล้องอย่างชัดเจนกับแบบจำลองแบบผสมผสานของ Dunning (Dunning, 1988) อย่างไรก็ตาม นี่ไม่รวมถึงปัจจัยเฉพาะด้านของแต่ละประเทศที่มีความสำคัญต่อการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจในสภาพแวดล้อมธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ และดำเนินการในประเทศต่าง ๆ มากกว่าหนึ่งประเทศ เห็นได้ว่า โมเดล LLL สามารถนำมาใช้ได้อย่างจำกัดโดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับงานเขียนของ Dunning

ความคล้ายคลึงระหว่างงานของ Dunning (1988) Dunning et al. (1998) และ Mathews (2006) ได้ต่อยอดความสำคัญของการแสวงหาทรัพยากรและการลงทุนในประเทศพัฒนาแล้วที่สามารถทำให้บริษัทเข้าถึงเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าและพนักงานที่เปี่ยมไปด้วยทักษะมากขึ้น ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมระหว่างประเทศในประเทศที่พัฒนาแล้ว (ที่ซึ่งบริษัทระดับโลกส่วนใหญ่ตั้งอยู่) บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาสามารถพัฒนาสมรรถภาพทางนวัตกรรมของพวกเขา ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ตลาดในประเทศพัฒนาแล้วสามารถมีขนาดใหญ่และมีสินค้าที่มีความได้เปรียบสูงเนื่องจากความต้องการของลูกค้าสูงจำนวนมาก (Vernon-Wortzel & Wortzel, 1988) บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียที่ดำเนินกิจกรรมระหว่างประเทศในประเทศพัฒนาแล้วมักมีเป้าหมายคือเพื่อเข้าถึงตลาดเหล่านั้นเช่นเดียวกับเข้าถึงเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย (Dunning, 1986) ยกตัวอย่างเช่น Flextech หนึ่งในบริษัทที่เข้าสู่ตลาดโลกได้เร็วที่สุดของสิงคโปร์ ได้ก่อตั้งสาขาการผลิตในสหรัฐ ฯ (Sim & Pandian, 2003) กิจกรรมแสวงหาทรัพยากรและการลงทุนสามารถเป็นไปได้ง่ายขึ้นผ่านนโยบายทางเศรษฐกิจและบทบาทของรัฐบาลที่พัฒนาเพื่อเอื้ออำนวยนักลงทุนระหว่างประเทศ (Dunning et al., 1998)

บทบาทของชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ (Ethnic Communities) ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนานั้นโดดเด่นออกมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย การร่วมทุนภายในเครือข่ายธุรกิจที่มีการลงทุนและควบคุมน้อยที่สุด อาจเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่เพิ่งขยายตัวสู่ต่างประเทศ รวมไปถึงบริษัทที่มุ่งหวังจะจัดหาทุนกายภาพอย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็ว (Lecraw, 1992) อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวนั้น เมื่อบริษัทข้ามชาติ (MNEs) เหล่านี้ได้รับประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับตลาดในประเทศและในระดับโลกมากขึ้น การถือกรรมสิทธิ์รูปแบบอื่นๆ เช่น การถือครองกรรมสิทธิ์ของบริษัทสาขาทั้งหมด อาจเป็นตัวเลือกทางยุทธศาสตร์ที่ดีเช่นกัน มุมมองเช่นนี้ได้รับการสนับสนุนในการสำรวจหนึ่งโดย Ulgado et al. (1994) ที่แสดงให้เห็นว่า ประมาณร้อยละ 62 ของ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียเป็นบริษัทสาขาที่ถูกถือครองกรรมสิทธิ์ไว้ทั้งหมด กรณีศึกษาต่างๆ ที่เรียบเรียงโดย Sim (2006) แสดงให้เห็นชัดเจนว่า บริษัทต่างๆ ในสิงคโปร์ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มักจ้างบริษัทสาขาที่เป็นบริษัทย่อยและเป็นการลงทุนเองทั้งหมด ซึ่งนี่เป็นรูปแบบการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่บริษัทเหล่านี้เลือกเพื่อที่จะได้ผลประโยชน์เต็มที่จากสมรรถภาพทางเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในการผลิต

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) หลายแห่งในเอเชียมีแผนยุทธศาสตร์ในการออกแบบกิจกรรมในภูมิภาค โดยหวังจะดำเนินกิจกรรมทั้งการให้บริการและการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น กรณีศึกษามากมายของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียชี้ให้เห็นว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้บริหารบริษัทเหล่านี้มักจะดำเนินการขยายกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าต่างๆ ระหว่างประเทศเอเชีย

ด้วยกัน (Sim, 2006) การอธิบายรูปแบบการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติเช่นนี้ถูกผูกมัดไว้ด้วยทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ต้นทุนที่ไม่แพง และระยะห่างทางจิตวิทยา (Psychic Distance) ที่ไม่มากนัก ตามที่คาดคะเนไว้ด้วย “โมเดลลำดับขั้น” (Sim & Pandian, 2003) นอกจากนี้ หากมีเครือข่ายความสัมพันธ์ในหมู่ชาติพันธุ์เดียวกันหรือการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคจะช่วยให้การขยายตัวของต่างประเทศเป็นไปได้ง่ายขึ้น (Khan, 1986) เห็นได้ว่า ระดับความรู้และสมรรถภาพในการเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทเหล่านี้ในปัจจุบันอาจยังอยู่ในระยะเริ่มแรกของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม บางบริษัทได้กลายเป็นผู้เล่นที่ประสบความสำเร็จในระดับสากลที่เดินหน้าตามแผนยุทธศาสตร์การตลาดสากล ในระดับที่ใหญ่ขึ้น บริษัท Samsung จากเกาหลีใต้ตั้งกลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศหลักๆ ไว้ที่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี ตั้งแต่การเข้าสู่ตลาดโลกในระยะแรกในช่วงปี 2513–2518 (Lee, 1995) ซึ่งผู้บริหารของบริษัท Samsung ก็ได้ตั้งกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องไว้ได้ตั้งแต่แรกแล้วนั่นเอง แผนการออกแบบกิจกรรมและการตลาดสากลของบริษัท Samsung ที่ได้รับการสนับสนุนโดยนโยบายของรัฐบาลเกาหลี คือเหตุผลที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จอย่างดียิ่งไม่ได้

#### 2.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย

โดยเฉพาะเจาะจงแล้ว มีข้อได้เปรียบหลัก ๆ อยู่สองอย่าง คือ ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีการค้าแบบอนุรักษนิยมตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อได้เปรียบอย่างหลัง ซึ่งก็คือ “ข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ” ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเข้าสู่ความเป็นสากล (Internationalization) ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรในการผลิตที่แสดงให้เห็นว่าแต่ละประเทศส่งออกสินค้าที่ได้รับการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากปัจจัยต่างๆ ในการผลิต เช่น แรงงาน ต้นทุน และทรัพยากรธรรมชาติที่พวกเขาครอบครองอยู่มากมายล้นเหลือ ทฤษฎีการค้าในช่วงหลังได้ท้าทายบทบาทของข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั่วไปและเปลี่ยนทิศทางการสนใจไปยังบทบาทของรัฐบาลในการมีอิทธิพลต่อรูปแบบและโครงสร้างของการเข้าสู่ตลาดสากล ในมุมมองเช่นนี้ รัฐบาลสามารถสร้างข้อได้เปรียบเฉพาะของแต่ละสถานที่และของประเทศที่ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ พิจารณาสถานที่ดำเนินกิจกรรมเพิ่มมูลค่าเช่นเดียวกับการมีส่วนร่วมในตลาดมากขึ้นได้ (Kogut, 1985)

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยสาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศและการจัดการตามแผนยุทธศาสตร์ได้มุ่งความสนใจไปยังบทบาทของ “ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน” มากขึ้นในเรื่องของการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทต่างๆ ข้อได้เปรียบทางกรรมสิทธิ์หรือปัจจัยเฉพาะของบริษัทก็ถูกนับว่าเป็น “ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน” เช่นกัน ปัจจัยเหล่านี้ช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงในการกำหนดว่ากิจกรรมใดที่บริษัทควรดำเนินการและจัดสรรทรัพยากรให้ (Kogut, 1985) ผลงานของ Porter (1985 & 1986) ได้เน้นถึงความสำคัญของข้อได้เปรียบในการแข่งขันและกล่าวไว้ว่า ท่ามกลางสิ่งอื่นๆ นั้น ข้อได้เปรียบเหล่านี้สามารถ

ได้มาจากการจัดองค์ประกอบและกำหนดกิจกรรมเพิ่มมูลค่าในต่างประเทศ ข้อได้เปรียบเหล่านี้มีความสำคัญอย่างมากสำหรับการวิเคราะห์การขยายตัวผู้ตลาดต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการตรวจสอบในระดับจุลภาคของบริษัทแต่ละบริษัท

ทั้งข้อได้เปรียบในการแข่งขันและข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้ถูกอภิปรายในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชีย งานวิจัยบางชิ้นอธิบายถึงความสำคัญของปัจจัยเฉพาะด้านของแต่ละประเทศ ยกตัวอย่างเช่น งานเขียนของ Aggarwal และ Agmon (1990) และของ Peng (2000) ในขณะที่คนอื่น ๆ เน้นความสนใจไปที่ข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชีย (Wells, 1983; Ulgado et al., 1994; Pananond & Zeithaml, 1998; Pananond, 2007) ตามที่ Dunning (1988) กล่าวไว้ ข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัท (FSAs) อาจเป็นการผสมผสานแบบหนึ่งของทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้และข้อได้เปรียบที่ได้จากการมีส่วนร่วมของหลายชาติพันธุ์ (Multi-Nationality Advantages) เช่น เครื่องหมายการค้า ความรู้และเทคโนโลยี การบริหารการผลิต ระบบองค์กรและการตลาด การเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้น และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศที่ดีขึ้น หมวดที่ 2.4.1 2.4.2 2.4.3 และ 2.4.4 จะกล่าวถึงปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (CSFs) และ ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (FSFs) หลักๆของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชีย

#### **2.4.1 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (CSFs): ตัวขับเคลื่อนด้านค่าใช้จ่าย**

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียพึ่งพาค่าใช้จ่ายต้นทุนที่ต่ำเพื่อเป็นพื้นฐานในการเข้าสู่ตลาดโลกอย่างมาก (Sim & Pandian, 2003) บริษัทเหล่านี้มีกระบวนการผลิตที่หนักไปที่ใช้แรงงานเนื่องจากค่าแรงที่ถูกกว่าในประเทศของพวกเขาเมื่อเทียบกับค่าแรงในประเทศที่พัฒนาแล้ว (Lecraw, 1977; Lall, 1983; Wells, 1983; Khan, 1986)

Vernon-Wortzel และ Wortzel (1988: 31) ได้กล่าวไว้ว่า

“ข้อได้เปรียบในการแข่งขันหลักๆของบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนา (multinational enterprises from developing countries - MEDECs) คือ ข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เสมอมา ข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้ง และไม่ใช่งานหรือปัจจัยเฉพาะด้านของบริษัท...ข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนา (MEDECs) ตกเป็นของพวกเขาอย่างเป็นธรรมชาติเพราะสถานที่ดำเนินการในประเทศกำลังพัฒนาของพวกเขา...ต้นกำเนิดหลักของข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนา (MEDECs) คือค่าแรงที่ต่ำในประเทศแม่ ต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำนั้นได้สร้างข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในเวลาต่อมา”

งานวิจัยของ Sim และ Pandian (2003) เกี่ยวกับประสิทธิภาพของบริษัทจากไต้หวันและสิงคโปร์ได้ยืนยันข้อเท็จจริงที่ว่าค่าใช้จ่ายต้นทุนที่ต่ำคือข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของประเทศที่ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนามักแสวงหาเมื่อพวกเขาตัดสินใจเข้าสู่ตลาดโลก บริษัทต่าง ๆ สามารถหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันโดยดำเนินงานในประเทศที่พวกเขาสามารถได้มาซึ่งทรัพยากรที่มีราคาถูกและ/หรือใช้ประโยชน์จากปัจจัยภายนอกในเรื่องของการผลิต ดังนั้น มันจึงเป็นเรื่องธรรมดาที่จะเห็นกิจกรรมระหว่างประเทศที่ดำเนินการโดยบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาที่ไปดำเนินกิจกรรมในประเทศซึ่งมีระดับการพัฒนาน้อยกว่า ที่ ๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายต้นทุนต่ำกว่าประเทศแม่ของพวกเขา (Wells, 1983; Sim, 2006)

การลงทุนไปยังต่างประเทศโดยตรงโดยบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนามักถูกออกแบบขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการผลิตที่ประหยัดที่สุด รวมไปถึง สินค้าต้นทุนต่ำ ค่าแรงที่ถูก และแพ็คเกจค่าตอบแทนของพนักงาน (Khan, 1986) สิ่งเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสมรรถภาพของพวกเขในการแข่งขันด้านราคาโดยใช้แผนยุทธศาสตร์ค่าใช้จ่ายต่ำที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของปัจจัยการผลิตที่ถูก (Wells, 1983; Lecraw, 1977) อย่างไรก็ตาม บางบริษัทได้ลงทุนในประเทศประเทศพัฒนาแล้ว โดยมีคุณลักษณะในการดำเนินงานแบบเน้นต้นทุน (Khan, 1986) ในหลายกรณีเช่นนี้ พวกเขาใช้ประโยชน์เต็มที่จากข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของประเทศและเปลี่ยนข้อได้เปรียบเหล่านี้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น การใช้แรงงานที่มีทักษะสูงและเหล่าผู้จัดการในต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพน่าข้อได้เปรียบในเรื่องของเทคโนโลยีในการผลิตและการตลาดมาสู่พวกเขา ซึ่งสามารถเข้าใจได้ เนื่องจากบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตแต่ค่อนข้างอ่อนในเรื่องของการตลาด (Lecraw, 1977)

#### **2.4.2 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (CSFs): แรงขับเคลื่อนจากรัฐบาล**

นักวิจัยบางท่านได้ศึกษาบทบาทของรัฐบาลในการสนับสนุนการขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลกของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศตน (Dunning, 1986; Aggarwal & Agmon, 1990; Yeung, 1998; Lewis et. al., 1999; Peng, 2000; Lee, 2004) ทำให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงที่ว่า ตลาดในประเทศกำลังพัฒนาหลายแห่ง ๆ มีขนาดเล็ก บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาจึงต้องผลิตและขายสินค้าของพวกเขาไปยังต่างประเทศ (Lecraw, 1977) การส่งออกถือเป็นก้าวแรกของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนามักเป็นผู้ส่งออกสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ในหลาย ๆ กรณี รัฐบาลต่าง ๆ ในเอเชียได้เสนอสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจผ่านการจัดสรรระบบพื้นฐานและสิ่งที่มีประโยชน์ต่อผู้ส่งออกของพวกเขา (Young, Huang & McDermott, 1996; Yeung, 1998) ยกตัวอย่างเช่น รัฐบาลเกาหลีช่วยส่งเสริมผู้ส่งออกในประเทศเช่นเดียวกับการกระจาย “เซบอ” (รูปแบบการรวมตัวของกลุ่มธุรกิจรูปแบบหนึ่งของเกาหลีใต้) ไปยังทั่วโลก โครงการการค้าทั่วไปของบริษัทเหล่านี้คือหนทางหนึ่งในการขยายเครือข่ายการตลาดของเกาหลีทั่วโลก (Dunning et al., 1998) และยังมีนโยบายทดแทนการนำเข้าสินค้าโดยจัดให้มีด่านเชิงพาณิชย์มากมาย (Vernon-Wortzel & Wortzel, 1988) Pananond (2004) พบว่า บริษัทต่างๆในไทยที่เกิดขึ้นหลังวิกฤติ

เศรษฐกิจเอเชียต่างอยู่ในภาคส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการส่งเสริมซึ่งจัดทำโดยรัฐบาล รวมไปถึง บริษัทในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมธุรกิจการเกษตร การทำฟาร์มสัตว์และการประมง การเลี้ยงสัตว์ อุตสาหกรรมน้ำตาล การท่องเที่ยวและบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เชดตอกย้ำว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) เกิดใหม่เหล่านี้ประสบความสำเร็จในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติเพราะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ และการใส่ใจธุรกิจหลักของตน

Aggarwal และ Agmon (1990) กล่าวว่า รัฐบาลมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างและพัฒนาข้อได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบใหม่ ๆ ในประเทศกำลังพัฒนาผ่านการทดแทนสินค้านำเข้า การส่งเสริมการส่งออก และสนับสนุนทางการเงินในการลงทุนนอกประเทศ พวกเขาชี้ให้เห็นว่า ข้อได้เปรียบที่สร้างขึ้นโดยรัฐบาลเหล่านี้สามารถอธิบายความสำเร็จในการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาได้บางส่วน ข้อได้เปรียบเหล่านี้เป็นปัจจัยเพิ่มเติมที่จำเป็นต่อข้อได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบแบบดั้งเดิม เช่น ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำ และปัจจัยเฉพาะด้านอื่นๆของประเทศ ที่ช่วยให้บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลกในระยะแรก การรวมตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดเสรีทางการค้า พร้อมด้วยโครงการต่างๆที่เน้นการส่งออก ต่างส่งเสริมการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทในประเทศ (Dunning et al., 1998) ยกตัวอย่างเช่น บริษัทหลายบริษัทจากประเทศสิงคโปร์ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ก้าวเข้าสู่ตลาดโลกโดยการใช้ประโยชน์จากโครงการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคของรัฐบาล (Sim & Pandian, 2003) การส่งเสริมการลงทุนในตลาดต่างประเทศ (ผ่านกิจกรรมส่งเสริมต่างและมาตรการทางภาษีอากร) และโครงการการันตีสินค้า (ผ่าน Exim Bank และที่ปรึกษาและให้ความช่วยเหลือด้านการลงทุนในต่างประเทศ) ของมาเลเซียได้ให้ความช่วยเหลือบริษัทในประเทศเหล่านี้ (Sim, 2006)

โดยเฉพาะรัฐบาลต่าง ๆ ในเอเชีย มักมีบทบาทที่ชัดเจนโดยตรงในการส่งเสริมการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลผ่านนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเหล่านี้ (Yeung, 1998; Sim & Pandian, 2003; Lee, 2004) รัฐบาลสิงคโปร์มีบทบาททางธุรกิจที่โดดเด่นในการค้นหาและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เช่นเดียวกับสร้างพื้นที่อุตสาหกรรมในประเทศอื่น (Yeung, 1998) ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า กรรมสิทธิ์หุ้นส่วนจำนวนมากจะถูกถือครองโดยรัฐบาลสิงคโปร์ โดยแท้จริงแล้ว นี่มักเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นกับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่เป็นรัฐวิสาหกิจ (Fong & Komaran, 1985) บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศสิงคโปร์เหล่านี้และกรอบแนวคิดนโยบายและการบริหารจัดการของประเทศสิงคโปร์อาจเป็นอีกปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จทางเศรษฐกิจของสิงคโปร์ ที่น่าสนใจคือ การแทรกแซงโดยรัฐบาลในระดับที่สูง เช่น การควบคุมการขยายตัวของราคาและภายในประเทศ เช่นเดียวกับความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ยังกระตุ้นให้บริษัทต่าง ๆ เพิ่มจำนวนส่งออกและกระจายความเสี่ยง (Young, Huang & McDermott, 1996) ในขณะเดียวกัน รัฐบาลยังรักษาการควบคุมกิจกรรมระหว่างประเทศโดยตรงไว้ในระดับที่ต่ำ ในประเทศจีนหลายบริษัททุกวันนี้สามารถดำเนินกิจกรรมส่งออกและนำเข้าสินค้าด้วยตัวเอง (Young, Huang &

McDermott, 1996) ซึ่งสอดคล้องกับที่ Aggarwal และ Agmon (1990) กล่าวไว้ว่า บทบาทของรัฐบาลจะลดลงเมื่อประเทศก้าวเข้าสู่ระยะที่มีความเจริญจัดมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจ ต่อมา บริษัทต่าง ๆ จึงมีบทบาทมากขึ้นในการพิจารณาความก้าวหน้าของการขยายตัวสู่ต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลต่าง ๆ ในเอเชียยังคงส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทเหล่านี้อย่างต่อเนื่องต่อไป (Lee, 2004)

#### 2.4.3 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (FSFs): กลยุทธ์ในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ

เศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่เติบโตเร็วที่สุดและสมบูรณ์ที่สุดเห็นหนึ่งในโลก การเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วและค่าแรงที่เพิ่มขึ้นในหมู่ประเทศต่าง ๆ ในเอเชียได้รับการกระตุ้นบางส่วนจากบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่ทุกวันนี้ได้มีส่วนร่วมอย่างมากในตลาดโลกของประเทศตน แผนยุทธศาสตร์ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทเหล่านี้ได้ดึงดูดความสนใจจากนักวิจัยจำนวนมากทั่วโลก (Vernon-Wortzel & Wortzel, 1988) Sim และ Pandian (2003) ได้เน้นย้ำว่า แผนยุทธศาสตร์ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่มักตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของประเทศ เช่น ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ถูก เครือข่ายระหว่างชาติพันธุ์ และการสนับสนุนจากรัฐบาล อย่างไรก็ตาม พวกเขากล่าวว่า บริษัทเหล่านี้อาจประสบความสำเร็จมากขึ้น หากพวกเขาได้พัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างเต็มที่

Vernon-Wortzel และ Wortzel (1988) ได้ศึกษาแผนยุทธศาสตร์เก่า ๆ ของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ ประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย และได้แนะนำแผนยุทธศาสตร์ในการเข้าสู่ตลาดโลกในการแข่งขันกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ในระดับสากล งานเขียนของพวกเขามุ่งเน้นไปที่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่มาจากประเทศกำลังพัฒนาในภาคการผลิต พวกเขาเล็งเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงในแผนยุทธศาสตร์ของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนานั้นมีความจำเป็นต่อการได้มาซึ่งแหล่งที่มาใหม่ ๆ ของข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น พวกเขาจึงแนะนำให้มีความเปลี่ยนแปลงทางยุทธศาสตร์ในด้านการตลาดและการผลิต ซึ่งได้แก่ การขยายการผลิตไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว การนำเทคโนโลยีที่เน้นการใช้เครื่องจักรมากขึ้นมาใช้ การพัฒนาสมรรถภาพทางเทคโนโลยีและเพิ่มจำนวนไลน์สินค้า พัฒนาแผนการตลาดที่ใช้ในการสร้างแบรนด์และสมรรถภาพในการตลาดทั่วโลก

งานเขียนในยุคต่อมาได้กล่าวถึงความก้าวหน้าของแผนการขยายตัวสู่ต่างประเทศเหล่านี้ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เช่น บริษัท Haier หนึ่งในบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ชัยนำของจีนได้พัฒนาแผนการตลาดต่างประเทศที่มีลูกค้าและสินค้าเป็นศูนย์กลางความสนใจหลัก (Liu & Li, 2002) ทางบริษัทได้ลงทุนในประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางเทคโนโลยี การปรับปรุงแก้ไขแผนยุทธศาสตร์ในการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ของประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียหลังวิกฤติในปีพ.ศ. 2540

ได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างไว้ในงานวิจัยกรณีศึกษาของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศไทยของ Pananond (2004) เธอได้พบว่า มีการตอบสนองอยู่ทั้งหมดสี่แบบด้วยกัน คือ การเสื่อม การเกิดขึ้นซ้ำของวิกฤติ การปฏิรูป และการเกิดใหม่ เธอพบว่า หลายบริษัทในไทยที่มีแผนยุทธศาสตร์ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติโดยการใช้ประโยชน์จากความสามารถในการสร้างสัมพันธ์เครือข่ายเพียงอย่างเดียว นั้น ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเพราะพวกเขาขาดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศไทยในงานเขียนของเธอส่วนใหญ่แล้วนั้น ได้ปรับปรุงแก้ไขแผนการขยายตัวสู่ต่างประเทศโดยให้ความสำคัญกับธุรกิจหลัก ดำเนินกิจกรรมในประเทศเพื่อนบ้าน และใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าความสามารถในการสร้างเครือข่าย การปรับตัวทางยุทธศาสตร์ของพวกเขาเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากวิกฤติที่ทำให้ บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในไทยจำต้องพัฒนาข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัทที่อาจคงอยู่ได้ในระยะยาว Sim และ Pandian (2003) ได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะและแผนการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในไต้หวันละสิงคโปร์เชิงเปรียบเทียบ งานเขียนของพวกเขามีพื้นฐานอยู่บนกรณีศึกษาทั้งหมด 12 เรื่องด้วยกัน พวกเขาพบว่า บริษัทเหล่านี้ได้สร้างความแตกต่างให้กับตัวเองจากคู่แข่งคนอื่น ๆ มากขึ้นโดยพัฒนาสินค้าเชิงนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่นเดียวกับลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนามากขึ้นทั้งในและนอกประเทศ พวกเขาบอกว่า สิ่งนี้ได้นำพวกเขาไปสู่จุดสำเร็จในตลาดสากล ความเปลี่ยนแปลงในแผนยุทธศาสตร์เหล่านี้อาจช่วยในการพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัท

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียได้กลายเป็นผู้เล่นระดับโลกในตลาดสากลที่นำกลยุทธ์การขยายตัวสู่ต่างประเทศมาใช้มากขึ้น กลยุทธ์เหล่านี้ได้ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ได้เปรียบในการแข่งขันจากการออกแบบกลยุทธ์และระบุมือถือด้านกิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่เหมาะสม (Porter, 1998) ยกตัวอย่างเช่น บริษัทต่าง ๆ ในเกาหลีต่างเพิ่มปริมาณการผลิตในต่างประเทศทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา (โดยมีส่วนแบ่งของการลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย) โดยมีเป้าหมายคือข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายและเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า (Chung et al., 1997) กิจกรรมต่าง ๆ ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลนั้นมักพบได้ทั่วไปในหมู่บริษัทที่ประกอบการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลีที่ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมระดับโลกของประเทศ กิจกรรมเพิ่มมูลค่าของบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี ทั้งในส่วนของการผลิต การวิจัยและการพัฒนา และการตลาด ได้กระจายไปทั่วทุกมุมโลก (Jun, 1995) อีกตัวอย่างหนึ่งของบริษัทจากเอเชียที่นำกลยุทธ์การขยายตัวสู่ต่างประเทศมาใช้คือ บริษัท Tatung ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ชื่อนำของไต้หวัน บริษัทนี้ได้เข้าสู่ตลาดโลกโดยการเปิดบริษัทสาขาเพื่อการผลิตในต่างประเทศ (ทั้งประเทศพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา) และร่วมลงทุนกับบริษัทต่าง ๆ ในประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ โดยในขณะเดียวกันนั้นก็ยังดำเนินการซื้อขายในต่างประเทศไปพร้อม ๆ กัน (Schive, 1995) การมีเป้าหมายในระดับสากลเช่นนี้ได้สร้างความสำเร็จให้กับบริษัท Tatung ความสำคัญของการมีเป้าหมายในระดับสากลได้ถูกอภิปรายไว้ในงานเขียนเกี่ยวกับบริษัทในภูมิภาคเอเชีย-



แปซิฟิกของ Mathews (2006) เช่นกัน ถึงแม้ว่าการลงทุนส่วนใหญ่จะดำเนินการอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา การลงทุนส่วนใหญ่ของบริษัทเหล่านี้ได้รับความช่วยเหลือจากการเปิดการค้าเสรีและการมีเป้าหมายระดับสากล

#### 2.4.4 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (FSFs): สมรรถภาพในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ

งานวิจัยมากมายมุ่งเน้นความสนใจไปที่ข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนา โดยที่ความสนใจที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้หันไปทางประเทศอุตสาหกรรมที่เพิ่งเกิดใหม่ (NICs) ในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ชองกง เกาหลี และไต้หวัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่นแล้ว ประเทศเหล่านี้คือภาคเศรษฐกิจที่ก้าวเข้าสู่ตลาดโลกมากที่สุดในภูมิภาค ล่าสุดที่ผ่านมา ภาคเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วมากที่สุดอย่าง จีน อินเดีย มาเลเซีย และไทย ก็ได้รับความสนใจอย่างสูงเช่นกัน ในระยะแรกเริ่มนั้นบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่เพิ่งเกิดใหม่ต่างพบกับปัญหาช่องทางเข้าถึงตลาดที่ค่อนข้างจำกัด ความสามารถทางการตลาดที่ไม่เพียงพอ และเทคโนโลยีที่ล้าสมัย (Lecraw, 1977; Wells, 1983; Lall, 1983) อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทเหล่านี้ได้มีการวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา ในหมวดนี้ เราได้สรุปทักษะหลักๆ ทั้งสี่ของ MNEs จากประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งได้แก่ ทักษะทางเทคโนโลยี ทักษะในการประสานงานและบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ทักษะในการสร้างสัมพันธ์เครือข่าย และทักษะในการวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาที่มีข้อได้เปรียบเฉพาะระดับบริษัทมักถูกพบในอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะที่มีอยู่และเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักดีสำหรับการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน (Dunning, 1986; Dunning et al., 1998) เทคโนโลยีที่มีอยู่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจัยต่างๆ และสินค้าเองก็ได้รับการพัฒนาให้เป็นไปตามสภาพแวดล้อมของความต้องการในตลาดของประเทศเจ้าภาพ (Wells, 1983; Luo, 1999) ความสามารถในการรับมือกับอุปสรรคทางข้อกฎหมายและอุปสรรคอื่น ๆ ในตลาดก็เป็นอีกหนึ่งทักษะที่สร้างข้อได้เปรียบให้กับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนา ในที่ ๆ อุปสรรคทางข้อกฎหมายและระดับเงินเดือนที่ต่ำนั้นปรากฏให้เห็น บริษัทจะไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบทางด้านค่าใช้จ่ายได้ พวกเขาต้องปรับปรุงวิธีการผลิตและเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับปัจจัยในท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมความต้องการในตลาด (Khan, 1986) Ulgado et al. (1994) พบว่า ลักษณะทางเทคโนโลยีของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนานั้นสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ในเรื่องของความยืดหยุ่น ความสามารถในการปรับตัว ค่าใช้จ่ายที่ต่ำ และการเน้นหนักไปที่แรงงาน อย่างไรก็ตาม ด้วยบริษัทเองนั้นให้คะแนนทักษะทางเทคโนโลยีของพวกตนอยู่ในระดับกลางถึงสูง ซึ่งตรงกันข้ามกับงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนานั้นล้าสมัยและด้อยพัฒนา นี่อาจเป็นเพราะว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) เหล่านี้ได้ถึงเห็นถึงจุดอ่อนของตนเองในเรื่องของความสามารถทางเทคโนโลยีและพยายามที่จะยกระดับขึ้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

ผลงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียสามารถประสานงานและบูรณาการกิจกรรมในระดับภูมิภาคและระดับโลกได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยให้พวกเขาได้รับข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น (Wells, 1983; Dunning et al., 1998) บริษัทต่าง ๆ ในเอเชียมักประสานงานและบูรณาการกิจกรรมธุรกิจในระดับภูมิภาคเป็นส่วนใหญ่ (Sim & Pandian, 2003) บางบริษัทก้าวล้ำหน้ามากกว่าบริษัทอื่นๆในระดับสากลผ่านกิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่ได้รับการประสานงานและบูรณาการในระดับสากล กลุ่ม “chaebol” ของเกาหลีคือหนึ่งในตัวอย่างที่ดีของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียที่ก้าวเข้าสู่ระดับโลกผ่านการมีส่วนร่วมในหลายระดับ (Dunning et al., 1998) กรณีศึกษาเกี่ยวกับบริษัทในเกาหลีของ Lee (1995) ได้แสดงให้เห็นว่าบริษัท Samsung ได้ดำเนินกิจกรรมการผลิตทั้งในประเทศพัฒนาแล้ว (เช่น สหรัฐฯ และอังกฤษ) และในประเทศกำลังพัฒนา (เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย) บริษัท Samsung ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับสากล

ความสามารถในการสร้างเครือข่ายก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย เครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศในหมู่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียถูกสร้างขึ้นในรูปของการร่วมลงทุนเป็นส่วนใหญ่ (Monkiewicz, 1986; Sim, 2006; Mathews, 2006) บริษัทเหล่านี้ได้ประโยชน์จากการมีความสัมพันธ์พิเศษกับบริษัทต่างชาติอื่น ๆ ที่เป็นผู้จัดส่งสินค้า เป็นผู้ผลิตสินค้าขั้นกลางและมีทักษะทางการตลาด หลายบริษัทอาจยังไม่พัฒนาตราสินค้าในระดับสากลหรือสร้างช่องทางพิเศษในการกระจายสินค้าของตนเอง (Khan, 1986) หุ่นส่วนต่างชาติเหล่านี้ช่วยในการขยายช่องทางในการเข้าสู่ตลาดมากขึ้น (Vernon-Wortzel & Wortzel, 1988) นอกเหนือไปจากช่องทางการกระจายสินค้าไปยังต่างประเทศแล้ว พวกเขายังได้รับความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดและความรู้จากหุ่นส่วนต่างชาติเหล่านี้ (Lecraw, 1977) Pananond (2004) ได้ศึกษาบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในไทยจำนวนหนึ่งหลังวิกฤติเศรษฐกิจปีพ.ศ. 2540 ในเอเชีย และพบว่าทักษะในการสร้างเครือข่ายนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อบริษัทเหล่านี้ โดยเฉพาะระยะแรกเริ่มของการเข้าสู่ตลาดโลก เธอยังกล่าวอีกว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในไทยนั้น ได้ลดจำนวนกิจกรรมระหว่างประเทศลงเพราะพวกเขาขาดทักษะทางเทคโนโลยีและทักษะในการสร้างเครือข่ายที่ดีพอ จึงสรุปได้ว่า บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียที่มีความสามารถในการสร้างเครือข่ายที่ดีมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการขยายตัวสู่ต่างประเทศและกลายเป็นผู้เล่นหนึ่งในระดับสากล

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียได้เพิ่มความสามารถในการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายทางชาติพันธุ์ของตน เครือข่ายเหล่านี้ในต่างประเทศได้มอบความรู้ ข้อมูล และช่องทางในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศบางแห่ง เช่นเดียวกับการได้รับประโยชน์ในการเพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าและได้รับการสนับสนุนทางการเงิน (Luo, 1999: 79–80; Sim & Pandian, 2003) ยกตัวอย่าง เช่น การประสบความสำเร็จในการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากไต้หวัน โดยได้รับ

ความช่วยเหลือจากเครือข่ายชาวจีนด้วยกัน (Dunning et al., 1998) สิ่งเหล่านี้ได้เกิดขึ้นกับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากฮ่องกงและมาเก๊าที่ไปสร้างสายการผลิตในจีนเช่นกัน (Luo, 1999) หลายบริษัทพบหุ้นส่วนทางธุรกิจในประเทศอันดับแรก ๆ จากเครือข่ายทางชาติพันธุ์ของตน ซึ่งในหลาย ๆ กรณีนั้นได้พัฒนา กลายเป็นเครือข่ายในระดับสากลที่ประกอบด้วยหลาย ๆ บริษัทที่มาจากวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน (Kao, 1993: 24–25) กล่าวได้ว่า แม้ว่าบริษัทเหล่านี้จะไม่มีทักษะในการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์มากนักในระยะแรกเริ่ม พวกเขาก็มีโอกาสนำมาซึ่งการพัฒนาอย่างมากจนกระทั่งกลายเป็นเครือข่ายในระดับสากลในที่สุด ซึ่งแน่นอนว่า ทักษะการสร้างเครือข่ายที่กำลังพัฒนาและดำเนินการอยู่ผ่านเครือข่ายชาตินี้นั้นมีความสำคัญ ต่อบริษัทที่เพิ่งเกิดใหม่ที่หวังจะเข้าร่วมการแข่งขันในระดับสากล (Kao, 1993: 34–36) เครือข่ายทางชาติพันธุ์ของเอเชียสามารถกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขยายตัวสู่ต่างประเทศและการเข้าไปมีส่วนร่วมใน ระดับลึกขึ้นในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ความสำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นจะลดลงเมื่อบริษัทต่าง ๆ มีความรู้ และประสบการณ์ในระดับสากลมากขึ้น (Khan, 1986)

ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศเป็นส่วนสำคัญในการประสบความสำเร็จของบริษัทข้าม ชาติ (MNEs) ในเอเชีย Luo (1999: 91) พบว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียมีข้อได้เปรียบเฉพาะระดับ บริษัทที่ได้จากความรู้ทางการตลาดแบบจีนซึ่งก็ได้รับมาจากเครือข่ายทางชาติพันธุ์และประสบการณ์ใน ระดับสากลจากการทำงานกับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ อีกที ในขณะที่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศ พัฒนาแล้วกลับล้าหลังกว่ามากในแง่ดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการที่ต้องทำงานกับวัฒนธรรมและ สภาพแวดล้อมที่ไม่คุ้นเคย ทั้งนี้ ความรู้และความสามารถในการวิเคราะห์ตลาด เช่น หลักปฏิบัติในการ ดำเนินธุรกิจและข้อกำหนดทางการตลาดในประเทศกำลังพัฒนา ได้สร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่จะ ดำรงอยู่ต่อไปในระยะยาว (Luo, 1999: 91) ความเชื่อเช่นนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทต่าง ๆ ในประเทศอินโดนีเซียของ Lecraw (1992) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัทต่าง ๆ ทั้งใน ได้หวันและสิงคโปร์ของ Sim และ Pandian (2003) Pananond และ Zeithaml (1998) ก็ยืนยันเช่นกันว่า การ สะสมความรู้และความสามารถในการวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศคือปัจจัยสำคัญของการก้าวเข้าสู่ความเป็น สากลของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศไทย ถึงแม้ว่าข้อสรุปของพวกเขาจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของ กรณีศึกษาเพียงกรณีเดียวซึ่งก็คือ เครือบริษัทยักษ์ใหญ่อายกลุ่ม CP แต่ทว่าการศึกษาของพวกเขาที่มีอิทธิพล อย่างมากกับการทำความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว เนื่องจากนักวิจัยท่านอื่น ๆ ก็พบว่า ข้อมูลทางการตลาด และความสามารถในการวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศไม่ได้มีความสำคัญน้อยไปกว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อข้อ ได้เปรียบในการแข่งขันเลย (Ulgado et al., 1994)

Vernon-Wortzel และ Wortzel (1988) ได้ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทั่วไป ในฐานะตัวขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัท และได้กล่าวว่า ข้อได้เปรียบเหล่านี้ยังคงขาดแคลน ในหมู่บริษัทจากประเทศกำลังพัฒนา จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ข้อเท็จจริงที่สอดคล้องกันนี้อาจเป็น

จริงก็เป็นได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไป บริษัทเหล่านี้ได้พิสูจน์ว่าพวกเขาเป็นผู้เล่นที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก โดยเริ่มจากใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอยู่ ต่อยอดด้วยการพัฒนาข้อได้เปรียบอื่น ๆ การศึกษาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียได้ปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันผ่านการพัฒนาข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ เช่น ทักษะทางด้านเทคโนโลยี และทักษะในการสร้างเครือข่ายชาติพันธุ์

## 2.5 อิทธิพลของนโยบายและระเบียบกฎเกณฑ์รัฐบาลต่อการปรับเปลี่ยนปัจจัยภายในของบริษัท

การศึกษาทางทฤษฎีในเรื่องของบทบาทของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ของบริษัทได้รับการพัฒนาขึ้นมาโดย Porter (1980) เรียกว่า โมเดล “กำลังทั้งห้า” ได้ระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม เขากล่าวว่า การประเมินบทบาทของระเบียบและนโยบายที่จัดทำโดยรัฐบาลในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ถึงแม้ว่ารัฐบาลเองนั้นอาจไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อระดับความเข้มข้นของการแข่งขัน ความเปลี่ยนแปลงในระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาลส่งผลกระทบต่อแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้รับการอธิบายอย่างละเอียดมากขึ้นในงานเขียนของ Rugman และ Verbeke Rugman และ Verbeke (1990 & 1998) ซึ่งได้กล่าวว่า ความเปลี่ยนแปลงในระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาลนั้นสำคัญและส่งผลโดยตรงกับบรรดาบริษัททั้งหลาย สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในแผนยุทธศาสตร์ของบริษัทไปในทางเดียวกับความเปลี่ยนแปลงในระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาล ผลงานชิ้นต่อมาของพวกเขา Rugman และ Verbeke (2000) ได้ขยายขอบเขตของ โมเดล “กำลังทั้งห้า” ของ Porter (1980) โดยเพิ่มระเบียบ กฎเกณฑ์และข้อกำหนดของรัฐบาลเป็นอีกปัจจัยกำลังหลักที่ส่งผลกระทบต่อแผนกลยุทธ์ของบริษัทโดยตรง

Rugman และ Verbeke (2000) ได้นำกรอบแนวคิดที่พวกเขาพัฒนาไว้กับกรณีศึกษาทั้งหมดเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่มีการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงในระเบียบปฏิบัติของปัจจัยแวดล้อม บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่ดำเนินงานในหลาย ๆ อุตสาหกรรมคือจุดหลักสำคัญของการศึกษาครั้งนี้ของพวกเขา ผู้เขียนทั้งสองพบว่า กลยุทธ์ของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระเบียบข้อกำหนดที่ถูกนำมาใช้กับพวกเขาในแต่ละประเทศ พวกเขาเห็นด้วยว่า ผลกระทบทางอ้อมของการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่ส่งผ่านกำลังปัจจัยขับเคลื่อนทั้งห้าในโมเดลของ Porter สามารถนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ อย่างไรก็ตาม การศึกษาของพวกเขายังสนับสนุนมุมมองที่ว่า ความเปลี่ยนแปลงในระเบียบปฏิบัติของรัฐบาลด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบโดยตรงต่อกลยุทธ์สีเขียวของบริษัท (Green Strategies) และสรุปว่า ระเบียบปฏิบัติที่จัดทำโดยรัฐบาลได้สร้าง “กำลังที่หก” ให้กับโมเดล “กำลังทั้งห้า” ของ Porter

ในมุมมองเช่นนี้ ระเบียบปฏิบัติที่จัดทำโดยรัฐบาลเป็นตัวขับเคลื่อนการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม เช่นเดียวกันกฎเกณฑ์เหล่านี้สามารถส่งผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัท ถึงแม้ว่าข้อสรุปเช่นนี้จะต่างจากงานเขียนก่อนหน้านี้ของ Porter แต่มันก็สอดคล้องกับโมเดล “เพชร” ของเขาที่ถูกพัฒนาขึ้นในปีพ.ศ. 2533 ซึ่งความสำคัญของอิทธิพลจากรัฐบาลที่มีต่อกลยุทธ์ของบริษัทได้ถูกกล่าวถึงใหม่อีกครั้งและมีส่วนสำคัญในโมเดลนี้ และสนับสนุนการมีอยู่ของความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างความเปลี่ยนแปลงภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐบาลและการพัฒนาปัจจัยภายในบริษัท

ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ความสำคัญของการบริหารจัดการสถาบันและกรอบนโยบายถูกเน้นย้ำไว้ในงานเขียนของ Peng (2000) บริษัทต่าง ๆ จากภาคเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เพิ่งเกิดใหม่ได้สร้างเครือข่ายกับรัฐบาลเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับช่องทางการเข้าถึงทรัพยากรที่สำคัญ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและการรับรู้ถึงโอกาสใหม่ ๆ (Peng & Zhou, 2005: 326–327) สรุปสั้น ๆ คือ แผนการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชียอาจได้รับอิทธิพลอย่างมากจากนโยบายของรัฐบาล Dunning et al. (1998) กล่าวว่า ความแตกต่างในส่วนของการนโยบายรัฐบาลสามารถส่งผลกระทบต่อตัวเลือกด้านกลยุทธ์และรูปแบบในการลงทุนของบริษัทท้องถิ่น งานเขียนของพวกเขาแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลเกาหลีปรารถนาการทำสัญญาขอใบอนุญาตให้ใช้สิทธิระหว่างบริษัทในท้องถิ่นและหุ้นส่วนต่างชาติมากกว่าการเข้าลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ นโยบายดังกล่าวส่งเสริมให้บรรดาบริษัทในเกาหลีนำแผนการขอใบอนุญาตให้ใช้สิทธิมาใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบเฉพาะด้านของบริษัท นอกจากนี้ นโยบายและระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ ในเอเชียส่งผลต่อการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทต่างชาติผ่านการสร้างกลยุทธ์การกระจายธุรกิจที่สัมพันธ์กันและกลยุทธ์สำหรับการลงทุนระหว่างประเทศ (Peng & Delios, 2006) ยกตัวอย่างเช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษและเมืองท่าเปิดของรัฐบาลจีนนั้นมีประสิทธิภาพในการจัดสรรสิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจสำหรับการเข้ามาลงทุนโดยตรงของต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อตัวเลือกทางภูมิศาสตร์ของบริษัท ญี่ปุ่นในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2523 -2533 (Zhou, Delios & Yang, 2002) นโยบายเหล่านี้กระตุ้นให้มีการลงทุนจากบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมากขึ้นในสถานที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเหล่านี้ (Zhou, Delios & Yang, 2002) ดังนั้นจึงเป็นที่ชัดเจนว่านโยบายรัฐบาลสามารถมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบริษัท เนื่องจากนโยบายเหล่านี้ได้ช่วยสร้างข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่บริษัทข้ามชาติสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ (Aggarwal & Agmon, 1990)

มีความเชื่อมโยงและการปฏิสัมพันธ์บางอย่างระหว่างปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ เช่น นโยบายรัฐบาล และปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทซึ่งเป็นปัจจัยภายใน เช่น สมรรถภาพและทรัพยากรของบริษัท ความสำคัญของสมรรถภาพและทรัพยากรในการขยายตัวสู่ต่างประเทศนั้น ได้รับความสนใจในมุมมองที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรบริษัท ที่มุ่งเน้นไปที่ความสำคัญของทักษะหลัก ๆ และปัจจัยภายในในการแข่งขันระหว่างประเทศ (Barney, 1991; Peteraf, 1993; Prahalad & Hamel, 1990; Kay, 1993; Sanchez & Heene, 1997)

มุมมองเช่นนี้ต่างจากกรอบแนวคิดของ Porter ในเรื่องของการจัดวางตำแหน่งในการแข่งขัน (Porter, 1980) โดยเน้นไปที่ปัจจัยภายในแต่ละบริษัทมากกว่าปัจจัยทางสภาพแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ทั้งสองมุมมองต่างกัน แต่มีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ซึ่งเห็นชัดจาก “กรอบแนวคิดทางยุทธศาสตร์สากล” ของ Yip (1995 & 2003)

การดึงทักษะด้านบริหารองค์กรเข้ามาในกรอบแนวคิดเชิงยุทธศาสตร์สากลของ Yip (1995 & 2003) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยภายในเหล่านี้ที่มีต่อความสำเร็จในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ ปัจจัยเฉพาะด้านของบริษัทช่วยให้บริษัทได้มาซึ่งข้อได้เปรียบในการแข่งขัน บางปัจจัยได้กลายเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันแบบยั่งยืน Rugman (1981) อธิบายข้อได้เปรียบเฉพาะระดับบริษัทเหล่านี้ว่าเป็นทักษะและความรู้ที่มีคุณค่าสูง บริษัทที่มีข้อได้เปรียบเหล่านี้มากกว่ามักทำผลงานในตลาดได้ดี เพราะปัจจัยระดับบริษัทช่วยในการลดค่าใช้จ่ายและสร้างข้อได้เปรียบในเรื่องของความแตกต่างให้กับบริษัท ในขณะเดียวกัน Yip ยังรวมปัจจัยเฉพาะระดับประเทศในโมเดลของเขา หนึ่งในนั้นคือ “แรงกระตุ้นจากรัฐบาล” เขาเล็งเห็นว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลกของบริษัทข้ามชาติบางส่วนยังพึ่งพาการสร้างและการจัดทำกฎระเบียบข้อกำหนดต่าง ๆ โดยรัฐบาล กฎและระเบียบกำหนดที่เข้มงวดอย่างมากอาจส่งผลให้กำลังการผลิตลดลง ในขณะที่นโยบายรัฐบาลที่ค่อนข้างผ่อนผันจะสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและการแข่งขันได้ดีกว่า (Porter, 1990 & 1998)

นโยบายรัฐบาลจำนวนมากอาจส่งผลกระทบต่อสมรรถภาพและทรัพยากรของบริษัท Rugman and Verbeke (2000) กล่าวว่า ความเปลี่ยนแปลงในนโยบายสิ่งแวดล้อมอาจบังคับให้มีการพัฒนาสมรรถภาพที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมที่แม้จะมีพื้นฐานอยู่ในระดับท้องถิ่นแต่ก็เป็นที่ต้องการในระดับสากล นอกจากนี้ การลงทุนในต้นทุนทางสังคม (การศึกษาและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ) โดยรัฐบาลในแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชีย ช่วยเพิ่มกำลังการผลิตของทรัพยากรมนุษย์ในภาคเอกชน ในขณะที่การแทรกแซงของรัฐบาลในระบบตลาดอาจนำไปสู่ความไร้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Lee, 2004) ซึ่งนี่ก็ได้เกิดขึ้นในประเทศสิงคโปร์เช่นกัน เนื่องจากรัฐบาลส่งเสริมให้บริษัทภายในประเทศก้าวเข้าสู่ตลาดสากลในระดับภูมิภาคผ่านการจัดการการค้าเสรี และการสนับสนุนทางการเงิน (Sim, 2006) รัฐบาลจีนเองก็ให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้ส่งออกผ่านการลดภาษีและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมที่ดีที่บริษัทต่างๆสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับกิจกรรมในการก้าวเข้าสู่ตลาดโลกของตนได้ (Young, Huang & McDermott, 1996)

จากที่ได้กล่าวไว้ด้านบน เป็นที่ยอมรับทั่วไปว่านโยบายรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่ส่งผลต่อกลยุทธ์สมรรถภาพ และทรัพยากรของบริษัท ระเบียบข้อกำหนดต่าง ๆ ที่จัดทำโดยรัฐบาลสามารถกระตุ้นการแข่งขันในอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ ได้ เช่นเดียวกับมีผลให้บริษัทต้องพัฒนาปัจจัยภายในบริษัท อย่างไรก็ตาม นโยบายรัฐบาลอาจมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากกฎและระเบียบข้อกำหนดที่กลายเป็นสิ่งกีดขวางการดำเนินธุรกิจ

ของบริษัท แต่กรณีของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าระหว่างประเทศ เช่น ข้อตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคี อาจไม่ได้เกี่ยวข้องนัก ข้อตกลงการค้าเสรีเหล่านี้ได้ผ่อนผันกฎและระเบียบข้อตกลงที่มีอยู่และเคยเป็นสิ่งกีดขวางการค้าในธุรกิจมาก่อน อิทธิพลของพวกมันที่มีต่อกลยุทธ์ สมรรถภาพ และทรัพยากรของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนาอาจไม่ได้เห็นชัดได้ในทันทีแต่กำลังอยู่ชั้นตอนพิสูจน์ข้อดีและข้อเสีย

## 2.6 ผลกระทบของข้อตกลงการค้าและการลงทุนเสรีที่มีต่อการขยายตัวของธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ

ข้อตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคีส่งเสริมการเข้ามีส่วนร่วมในระดับภูมิภาค ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในประเทศกำลังพัฒนาหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้อาจมีข้อจำกัดมากกว่าการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น NAFTA (ข้อตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ) และ EU (สหภาพยุโรป) ถึงแม้ว่าหลายประเทศเอเชีย รวมไปถึงประเทศไทย จะเป็นสมาชิกใน AFTA (เขตการค้าเสรีอาเซียน) การบูรณาการดังกล่าวยังไม่สมบูรณ์และกำลังพัฒนาขึ้นอย่างเชื่องช้า (Low, 2003; Talemsri & Vonkhomporn, 2005; Dent, 2006) ส่งผลให้เครื่องมือทางการค้า เช่น ข้อตกลงการค้าเสรี ที่ถูกนำมาเจรจาในระดับทวิภาคีได้รับความสนใจมากขึ้น (Dent, 2006) ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า ความรู้ส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีในระดับบริษัทจะศึกษาจากประสบการณ์ของชาติตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากประเทศที่พัฒนาแล้วได้นำข้อตกลงการค้าเสรีมาใช้ก่อนหน้าประเทศกำลังพัฒนา

ผลกระทบจากกฎและระเบียบการค้าของรัฐบาลที่มีต่อกลยุทธ์ของบริษัทได้กลายเป็นหัวข้อสำคัญในการศึกษาหลายต่อหลายชิ้น โดยผลลัพธ์มักจะสนับสนุนมุมมองที่ว่าความสัมพันธ์ระหว่างระเบียบข้อกำหนดการค้าของรัฐบาลกับกลยุทธ์ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของบริษัทนั้นมีอยู่จริง (Porter, 1986 & 1998; Yip, 1989, 1995 & 2003; Rugman & Verbeke, 1990 & 1991; Tu & Wright, 1992; Jun, 1995; Schive, 1995; Segal-Horn et al., 1998; Buckley et al., 2001) การดำเนินการค้าแบบให้สิทธิพิเศษอาจส่งผลต่อแผนยุทธศาสตร์ของบริษัท ตามที่ Segal-Horn et al. ได้กล่าวไว้ว่า

“ข้อตกลงการค้าเสรีส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ...ส่งผลกระทบต่อบริษัทในการออกแบบโครงสร้างให้กับกิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนา การหาแหล่งทรัพยากร การออกแบบ การผลิต การกระจายสินค้า และการตลาดในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในและนอกกลุ่มประเทศคู่ค้า”  
(Segal-Horn et al., 1998: 103)

Tu และ Wright (1992) ได้แบ่งผลลัพธ์ของข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างแคนาดาและสหรัฐอเมริกา (ในมุมมองของบริษัทข้ามชาติในแคนาดาและสหรัฐ ฯ) ไว้เป็นสี่หมวดด้วยกัน ได้แก่ ตลาด การค้า การผลิต และการลงทุน ตัวอย่างของแต่ละหมวดหมู่ได้แก่ ความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าในตลาดรวมที่ใหญ่ขึ้น อัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าแต่ละชิ้นที่ลดลงเพราะปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น และความ

ยิดหนุนในการลงทุนด้านการเงินที่มากขึ้น พวกเขายืนยันว่า ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้จากสภาพแวดล้อมเชิงธุรกิจมักกระตุ้นการปรับเปลี่ยนด้านกลยุทธ์ของแต่ละบริษัท อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของพวกเขาไม่ได้ระบุว่าบริษัทต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ สมรรถภาพ และทรัพยากรของตนอย่างไร

งานวิจัยของ Rugman และ Verbeke (1991) ได้พัฒนากรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์การตอบสนองเชิงกลยุทธ์ของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่มีต่อข้อตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคีระหว่างแคนาดาและสหรัฐอเมริกา พวกเขาแบ่งอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมออกเป็นสองแบบหลัก ๆ ได้แก่ อุปสรรคเชิงเศรษฐกิจและอุปสรรคจากการปกป้อง พวกเขาจัด “นโยบายรัฐบาล” ให้อยู่ในหมวดอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมแบบการปกป้อง ในขณะที่สิ่งอื่น ๆ เช่น การลดค่าใช้จ่ายและการสร้างความหลากหลายให้กับสินค้า ถูกจัดให้อยู่ในหมวดอุปสรรคเชิงเศรษฐกิจและไม่เกี่ยวข้องกับการแทรกแซงของรัฐบาล งานวิจัยของพวกเขาได้วิเคราะห์ว่า บริษัทส่วนใหญ่ในแคนาดาและสหรัฐ ฯ เลือกลงและพึงพอใจกับการเปิดเสรีทางการค้าเนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสใหม่ ๆ ด้านการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ

ตามที่ Rugman และ Verbeke (1991) ได้กล่าวไว้ว่า บริษัทข้ามชาติอาจปรับตัวโดยการเพิ่มอัตราการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศผ่านกลยุทธ์การส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ นี่คือการใช้ข้อได้เปรียบที่ได้จากโอกาสใหม่ ๆ อันเป็นผลมาจากข้อตกลงการค้าเสรีและยังช่วยในการรักษาตำแหน่งของพวกเขาในตลาดต่างประเทศ Rugman และ Verbeke (1991: 70) พบว่าบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ส่วนใหญ่ในแคนาดา (50%) และ บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ส่วนใหญ่ในสหรัฐ ฯ (70%) ต่างเล็งเห็นว่า ข้อตกลงการค้าเสรีอาจส่งเสริมการลงทุนของพวกเขาในหมู่ประเทศสมาชิกอื่น ๆ ได้ถึง 20% ยังไม่มีหลักฐานใดชี้ชัดว่า ผลลัพธ์ของการเปิดเสรีทางการค้านั้นได้ส่งผลให้บริษัทต่าง ๆ ใช้กลยุทธ์แบบทางออกหรือเลิกกิจการไป ซึ่งยืนยันให้เห็นว่า ข้อตกลงการค้าเสรีไม่มีผลกระทบเชิงลบร้ายแรงต่อบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศที่พัฒนาแล้ว กรอบแนวคิดนี้มีประโยชน์อย่างมากสำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบของข้อตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคีในแง่ของแผนยุทธศาสตร์ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม กรอบแนวคิดนี้ไม่ได้รวมผลของประสบการณ์และ “การเรียนรู้” ของบริษัทข้ามชาติเข้าไปในกรอบการวิเคราะห์ด้วย

Karimi Gupta และ Somers (1996) ได้ศึกษาการตอบสนองเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่มีต่อการลดการกีดกันทางการค้าลง อันเป็นผลจากมาตรการการรวมตัวกันของประเทศในภูมิภาคยุโรปปีพ.ศ. 2535 และข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างแคนาดา-สหรัฐ ฯ พวกเขาสรุปว่า การเปิดการค้าและการลงทุนเสรีส่งผลกระทบเชิงบวกกับกระแสโลกาภิวัตน์ แต่ปฏิกริยาต่าง ๆ ของบริษัทเป็นผลมาจากแรงกดดันภายใน พวกเขายังมีการนำเอาแนวคิดทฤษฎีองค์การตามสถานการณ์และกรณีมาใช้ อันประกอบด้วย กลยุทธ์ในการแข่งขัน การเติบโตและพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และขนาดของบริษัท ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ของแต่ละบริษัท งานวิจัยของพวกเขาสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของความเปลี่ยนแปลงในนโยบายและระเบียบ



ข้อกำหนดทางการค้า ที่น่าสนใจคือ การพัฒนาด้าน IT อย่างสมบูรณ์ของแต่ละบริษัทมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มจำนวนของการลงทุนด้าน IT หลายบริษัทได้บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศให้เข้ากับกลยุทธ์ในการแข่งขันของตนเอง อย่างไรก็ตาม โมเดลของพวกเขาถูกจำกัดไว้ที่ความเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ในการลงทุนด้าน IT เท่านั้น ซึ่งอาจมีประโยชน์สำหรับการตรวจสอบผลกระทบเหล่านี้ต่อไปในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ต่อมา Vasquez-Parraga และ Felix (2004) ได้ระบุว่า ข้อตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) นั้นเป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ส่งเสริมให้บริษัทสัญชาติเม็กซิกันขยายการลงทุนในต่างประเทศโดยตรง (FDI) ในสหรัฐฯ แต่ผลประโยชน์จากข้อตกลงเหล่านี้ในระยะแรกนั้นลดลงเพราะวิกฤติทางการเงินในเม็กซิโก นอกจากนี้ Buckley et al. (2001) ยังกล่าวว่า ข้อตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) ได้เพิ่มความเป็นไปได้ให้กับบริษัทอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในประเทศสมาชิกในการปฏิรูปองค์กรขึ้นใหม่และเปลี่ยนแปลงองค์กรในด้านต่าง ๆ ตลอดจนความเป็นไปได้ที่ว่า การลงทุนไปยังต่างประเทศโดยตรงอาจเพิ่มมากขึ้นในหมู่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากยุโรปไปยังสหรัฐฯ (Buckley et al., 2001)

Porter (1986) ได้อธิบายภาษาด้านอุตสาหกรรมที่ต่ำว่าเป็นตัวกระตุ้นกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งช่วยในการพัฒนากลยุทธ์ระดับโลกของบริษัทข้ามชาติ เขายังกล่าวอีกว่า การร่วมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคโดยเฉพาะมาตรการยุโรปปีพ.ศ. 2535 อาจกระตุ้นการค้าและการลงทุนในหมู่ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ในผลงานชิ้นต่อ ๆ มา เขาได้เพิ่ม “รัฐบาล” เข้าไปในโมเดล “เพชร” ของเขา โดยแสดงให้เห็นว่า รัฐบาลส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ของบริษัทและในทางกลับกัน (Porter, 1990) ก็ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของอิทธิพลของรัฐบาลที่มีต่อกลยุทธ์ของบริษัท เขาได้ตระหนักว่า นโยบายของรัฐบาล รวมไปถึงนโยบายทางการค้านั้นมีอิทธิพลต่อตัวกำหนดหลักทั้งสี่ในโมเดล “เพชร”

นอกจากนี้ Yip (1989, 1995 & 2003) ยังได้ยืนยันว่ากฎและระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาลมีผลกระทบในเรื่องของการจัดทำกลยุทธ์ระหว่างประเทศของบริษัท เขาได้เพิ่มรัฐบาลเป็นหนึ่งในตัวกระตุ้นการขยายตัวเข้าสู่ระดับสากลของอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ ในกรอบแนวคิดกลยุทธ์ระดับโลกของเขา

Yip (2003: 50-51) ได้กล่าวไว้ว่า

“รัฐบาลประเทศผู้รับทุนส่งผลต่อโอกาสในการขยายตัวในระดับสากลในหลายต่อหลายทาง ไม่ว่าจะเป็นการเก็บภาษีหรือจำกัดการส่งออก การยกเลิกภาษีสกุลการ การสนับสนุนทางการเงินให้กับการส่งออก การสร้างข้อกำหนดที่เอื้อท้องถิ่น การลดหย่อนข้อจำกัดของรัฐบาล สามารถเป็นตัวเร่งในการเข้ามีส่วนร่วมในตลาดมากขึ้นของบริษัท นโยบายที่สนับสนุนการค้าได้เพิ่มคู่ต่อสู้ในหมู่ผู้เข้าแข่งขันในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากเปิดโอกาสในการต่อสู้ระหว่างกันในตลาด”

เขาได้กล่าวไว้อย่างชัดเจนว่า การลดการกีดกันทางการค้าคือหนึ่งในกำลังหลักที่ส่งผลให้บริษัทต่าง ๆ เข้าร่วมในตลาดต่างประเทศ เช่นเดียวกัน Buckley และ Ghauri (2004) กล่าวว่า การร่วมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคของสหภาพยุโรป (EU) ได้เปิดโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทในการแข่งขันระหว่างประเทศและขยายตลาดที่มีอยู่ภายในประเทศให้เป็นหนึ่งเดียวกับตลาดยุโรป Rugman และ Verbeke (1990) วิเคราะห์ว่าเป็นผลกระทบจากแผนยุทธศาสตร์ร่วมกันในยุโรปปีพ.ศ. 2535 พวกเขาพบว่า บริษัทข้ามชาติกำลังเดินหน้าไปตามแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นสากลมากขึ้น เนื่องจากหวังจะได้รับประโยชน์จากการรวมตัวระหว่างประเทศครั้งนี้ พวกเขาเล็งเห็นว่า บริษัทในยุโรปส่วนใหญ่อาจปรับแผนการผลิตและการตลาดโดยการบูรณาการกิจกรรมการผลิตและการตลาดที่เกี่ยวข้องไปทั่วภูมิภาคยุโรป แน่นอนว่า บริษัททั้งหลายจะต้องดำเนินการตามกฎหมายและระเบียบข้อกำหนดของรัฐบาล เนื่องจากสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการจัดทำกลยุทธ์ของพวกเขา (Yip, 1989, 1995 & 2003) ว่าง่าย ๆ ก็คือ ข้อตกลงทางการค้าเสรีได้ส่งเสริมบริษัทให้นำกลยุทธ์ที่มีความเป็นสากลมากขึ้นมาใช้

ยังมีการศึกษาไม่มากที่กล่าวถึงวิธีการที่นโยบายและระเบียบข้อกำหนดทางการค้าของรัฐบาลส่งผลต่อปัจจัยภายในของบริษัท เรารู้ไม่มากนักเกี่ยวกับการปรับตัวด้านสมรรถภาพและทรัพยากรของบริษัทข้ามชาติเนื่องจากความสนใจหลักในการศึกษาด้านนี้คือการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ในหมูงานเขียนของนักวิจัยท่านอื่น ๆ รวมทั้ง Yip (1989, 1995 & 2003) ได้กล่าวว่า นโยบายที่สนับสนุนการค้าของรัฐบาลรวมไปถึงสมรรถภาพและทรัพยากรของบริษัท มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ในการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติของบริษัท ซึ่งเชื่อมโยงกับบทบาทของปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (นโยบายทางการค้าการลงทุน) และ ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (สมรรถภาพและทรัพยากรของบริษัท) ในการขยายเข้าสู่ตลาดโลกของบริษัท กรอบแนวคิดของ Yip จึงมีประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้ที่จะทำการวิเคราะห์ว่าบริษัทต่าง ๆ ได้ปรับปรุงแก้ไขปัจจัยภายในของพวกเขาให้เข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในระดับสากลอย่างไร บริษัทต่าง ๆ อาจเสริมความแข็งแกร่งให้กับทักษะที่มีอยู่ในปัจจุบันและสร้างทักษะใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อมาตรการการค้าและการลงทุนเสรี

ยกตัวอย่างเช่น ข้อตกลงทางการค้าเสรีระหว่างแคนาดา-สหรัฐฯได้กระตุ้นให้บริษัทข้ามชาติ (MNEs) บางแห่งในแคนาดาพัฒนาจุดแข็งใหม่ของบริษัทเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อได้เปรียบในตลาดร่วมที่ใหญ่ขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงทางการค้าเสรีไม่ได้ส่งผลต่อบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ได้รับการปกป้องและไม่ถูกรวมอยู่ในข้อตกลง (Rugman & Verbeke, 1990) การปรับตัวด้านต่าง ๆ มักประกอบด้วยการลดค่าใช้จ่ายผ่านการสร้างข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่าย (Rugman & Verbeke, 1990 & 1991) เช่นเดียวกัน Buckley et al. (2001) กล่าวว่า ข้อตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) ได้เสริมความแข็งแกร่งให้กับบริษัทในประเทศสมาชิกในเรื่องของการแข่งขันด้านราคา เห็นได้ชัดเจนว่า บริษัทที่เรียกร้องให้ภาครัฐออกมาตรการป้องกันการค้าเสรีมักมีจุดอ่อนด้านการแข่งขัน ถึงแม้ว่าการศึกษาเหล่านี้จะให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในเรื่องของการ

ปรับตัวของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) คุณค่าหลักของงานวิจัยเหล่านี้อยู่ที่การระบุถึงปฏิริยาตอบสนองเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อข้อตกลงการค้าและการลงทุนเสรี มากกว่าที่จะกล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพภายในใหม่ ๆ

งานวิจัยส่วนใหญ่ได้เน้นให้เห็นถึงอิทธิพลของนโยบายการค้าของรัฐบาลที่มีต่อการพัฒนาปัจจัยภายในของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศพัฒนาแล้ว มีเพียงไม่กี่ชิ้นที่ให้ความสนใจไปที่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย ยกตัวอย่างเช่น Jun (1995) กล่าวไว้ชัดเจนว่า การเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมทั่วโลก โดยเฉพาะกระแสโลกาภิวัตน์และภูมิภาคนิยมนั้นส่งผลต่อกลยุทธ์ของบรรดาบริษัททั้งหลาย ถึงแม้ว่าบริษัทในประเทศเกาหลีในงานวิจัยของเขา จะมีปฏิริยาต่อตัวกระตุ้นด้านโลกาภิวัตน์เสียเป็นส่วนใหญ่ บริษัทเหล่านี้ได้มีการตอบสนองกับภูมิภาคนิยมนโดยการปรับปรุงแผนการผลิตและการตลาดตามข้อกำหนดของตลาดทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค (Jun, 1995) บริษัท Tatung ในไต้หวัน ได้ปรับกลยุทธ์ด้านการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปโดยการเปิดบริษัทสาขาเพื่อเพิ่มการผลิตมากขึ้นในยุโรปในช่วงที่มีการรวมเป็นหนึ่งเดียวในยุโรปปีพ.ศ. 2535 (Schive, 1995)

ในหลาย ๆ กรณีนั้น อุปสรรคทางการค้าที่ถูกสร้างขึ้นโดยรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจลงทุนของบริษัทจากประเทศกำลังพัฒนา (Khan, 1986; Sim & Pandian, 2003) บริษัทข้ามชาติ (MNEs) เหล่านี้เลือกที่จะลงทุนในต่างประเทศโดยตรง (FDI) มากกว่าส่งออกสินค้าหรือขอใบอนุญาตเพื่อเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เพราะประเทศที่นำเข้าสินค้านั้นมีการตั้งภาษีศุลกากรกับสินค้าที่พวกเขาตั้งใจจะส่งออก (Lecraw, 1992) ทางเลือกในการปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลเหล่านี้อาจเปลี่ยนไปตามการดำเนินการตามข้อตกลงการค้าการลงทุนเสรี เนื่องจากนโยบายการค้าการลงทุนเสรีและการรวมตัวทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคในหมู่ประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียช่วยเร่งการขยายตัวสู่ต่างประเทศให้กับบริษัทเหล่านี้ (Khan, 1986) อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงการค้าการลงทุนเสรีในภูมิภาคดังกล่าวยังไม่มีการศึกษามากนัก ยังคงมีช่องว่างทางความรู้มากมายในเรื่องของการทำความเข้าใจการพัฒนาศักยภาพภายในของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศกำลังพัฒนา หลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวยังคงเป็นที่ต้องการต่อไป

## 2.7 บทบาทและผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย

บริษัทข้ามชาติหลายๆ บริษัทเป็นผู้เล่นที่สำคัญในระดับโลก บริษัทชั้นนำเหล่านี้พิสูจน์ให้เห็นถึงผลงานที่โดดเด่นและดีเยี่ยมทั้งในด้านการส่งออกและการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งบริษัท ผู้ประกอบการไทยอีกจำนวนไม่น้อยที่เข้าร่วมกระบวนการเข้าสู่ความเป็นสากลเพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้ในยุคโลกาภิวัตน์ บริษัทเหล่านี้ต้องเผชิญกับคู่แข่งที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในตลาดโลก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของข้อตกลงการค้าและการลงทุนเสรีรวมทั้งมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศซึ่งเป็นเครื่องมือทางนโยบายที่ช่วยสร้างเสริมความได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter 1998)

ข้อตกลงการค้าเสรีและมาตรการส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นปัจจัยแวดล้อมร่วมสมัยที่บริษัทข้ามชาติ จะต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์การขยายตัวสู่ต่างประเทศและการนำกลยุทธ์นั้นไปปฏิบัติให้เป็นผลสำเร็จ มีการคาดการณ์ว่าระหว่างที่รอความสมบูรณ์ของการเจรจาระดับพหุภาคีนั้น ข้อตกลงการค้าเสรีระดับภูมิภาคจะทำให้บริษัทต่างๆ ต้องปรับตัวในระยะสั้นถึงระยะกลางเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อตกลงให้ได้มากที่สุด การพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมและสามารถใช้งานได้นั้น มีความสำคัญต่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของบริษัทที่ดำเนินการอยู่ในตลาดโลก (Porter 1986) อย่างไรก็ตาม มีข้อตกลงการค้าและการลงทุนจำนวนไม่มากนักที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน อาทิเช่น China-ASEAN FTA และ Japan-ASEAN EPA เป็นต้น (Thai Department of Trade Negotiation, Thai Ministry of Commerce, 2009) ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่นเริ่มมีผลบังคับใช้ใน 5 ประเทศสมาชิก ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ ลาว เวียดนาม และพม่า ในภายหลัง ข้อตกลงดังกล่าวเริ่มทยอยมีผลบังคับใช้ในประเทศสมาชิกอื่น ๆ เช่น เชมร (มีผลบังคับใช้ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552) ในกรณีของประเทศไทยนั้นสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจญี่ปุ่น-ไทย (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement หรือ JTEPA) ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 (Thai Ministry of Foreign Affairs, 2009) ฉะนั้น ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับนัยสำคัญเชิงปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเหล่านี้ จึงมีอยู่ในจำนวนที่จำกัด เนื่องจากข้อตกลงการค้าเสรีระดับภูมิภาคเพิ่งเริ่มมีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลาไม่นานเท่าใดนัก

อย่างไรก็ตาม คาดว่าผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคีและภูมิภาคเหล่านี้ต่ออุตสาหกรรมยางพาราน่าจะส่งผลกระทบในระดับที่น้อยกว่าการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน ASEAN Economic Community (AEC) หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจาก AEC นั้นครอบคลุมเนื้อหา ประเด็นทางเศรษฐกิจทั้งในเชิงกว้างและลึกกว่า อาทิเช่น การเปิดเสรีและการร่วมมือกันทั้งด้านการค้า การลงทุน การเคลื่อนย้ายทรัพยากรบุคคล การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างร่วมกัน การส่งเสริมการใช้องค์การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล การร่วมมือกันในการทำตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ยางพาราซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์เด่น ๆ ของภูมิภาค และสนับสนุนแบรนด์อาเซียน “Made in ASEAN” เป็นต้น อีกทั้งประเทศไทยและมาเลเซียซึ่งเป็นทั้งคู่ค้า คู่แข่ง และพันธมิตรกันในอุตสาหกรรมยางพาราต่างก็เป็นสมาชิกที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของภูมิภาคอาเซียน ซึ่งน่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากเวทีนี้ในการเจรจาเพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการและภาคอุตสาหกรรมของทั้งสองประเทศได้

นอกเหนือไปจากการวิเคราะห์ผลกระทบและบทบาทของนโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ที่มีต่อการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา โครงการวิจัยนี้จะวิเคราะห์ถึงผลกระทบของ ASEAN Economic Community (AEC) หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ด้วยการรวมตัวทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่ง ซึ่งน่าจะส่งผลดีต่อการค้า การบริการ

การลงทุน การเคลื่อนย้ายเงินทุนและทรัพยากรบุคคลระหว่างประเทศสมาชิก เนื่องจากการเปิดเสรี ผ่อนคลายและยกเลิกมาตรการกีดกันการค้าและการลงทุน รวมทั้งมีการอำนวยความสะดวกระหว่างกันในเรื่องต่าง ๆ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน มาตรการหลัก ๆ ของ AEC นั้น ได้แก่

- การรวมและต่อยอดจุดแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกเพื่อสร้างรายได้เปรียบในระดับภูมิภาค อันจะส่งผลให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้นในระดับนานาชาติ
- การปรับปรุงเงื่อนไขต่าง ๆ ให้เหมาะสมและสามารถดึงดูดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ให้มาลงทุนในภูมิภาคนี้มากขึ้น
- รวมทั้งส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกด้วยตนเอง
- การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการที่เรียกว่า “Made in ASEAN” ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ถูกจัดรวมเป็นกลุ่มสินค้าสำคัญในระดับภูมิภาค ได้แก่ ยางยานพาหนะ ท่อยาง ถุงมือยาง มาตรการสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ที่เห็นเป็นรูปธรรม คือ การยกเลิกการจัดเก็บภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิก ASEAN สนับสนุนให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราใช้ประโยชน์จากศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ได้รับการรับรองภายในอาเซียน การสร้างฐานข้อมูลมาตรการกีดกันทางการค้าอื่น ๆ ที่มีใช้ภาษี สำหรับใช้ร่วมกันเพื่อให้เกิดความโปร่งใสระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน การจัดทำหลักเกณฑ์ในการระบุมูลค่าที่เป็นทางการกีดกันทางการค้า การพัฒนากระบวนการทางศุลกากรร่วมกัน การพัฒนาวิธีการแบบ Single Window ซึ่งรวมถึงการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการตรวจสอบและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเอกสารทางการค้าทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค รวมทั้งการตั้งเป้าหมายและกรอบเวลาที่ชัดเจนสำหรับการปรับปรุงมาตรฐานต่าง ๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ยางพาราให้สอดคล้องกัน และพัฒนาเป็นนโยบายของภูมิภาคอาเซียนเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตอันใกล้ การส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราให้มากขึ้นทั้งในระดับโลกและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ผลิตโดยประเทศสมาชิกอาเซียนให้มากขึ้นในระดับภูมิภาค โดยอาศัยความพยายามร่วมกันในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาด รวมทั้งการให้ข้อมูลคุณลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์ยางพาราโดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่ตรวจสอบได้ทางวิทยาศาสตร์ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราร่วมกันในภูมิภาค

ในเรื่องของการลงทุนนั้น มีการระบุและดำเนินโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน การส่งเสริมกระบวนการผลิตในประเทศอาเซียนเพื่อใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่แตกต่างกัน โดยการจัดตั้งเครือข่าย ASEAN free trade zones ซึ่งจักช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจ้างและการใช้บริการจากองค์กรภายนอก (Outsourcing

activities) การส่งเสริมการค้าและการลงทุนโดยเพิ่มมาตรการที่เข้มข้นมากขึ้นสำหรับการลงทุนภายในประเทศสมาชิก และการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่จะไหลเข้าสู่ภูมิภาค

ตารางที่ 2.13 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนระหว่างประเทศ

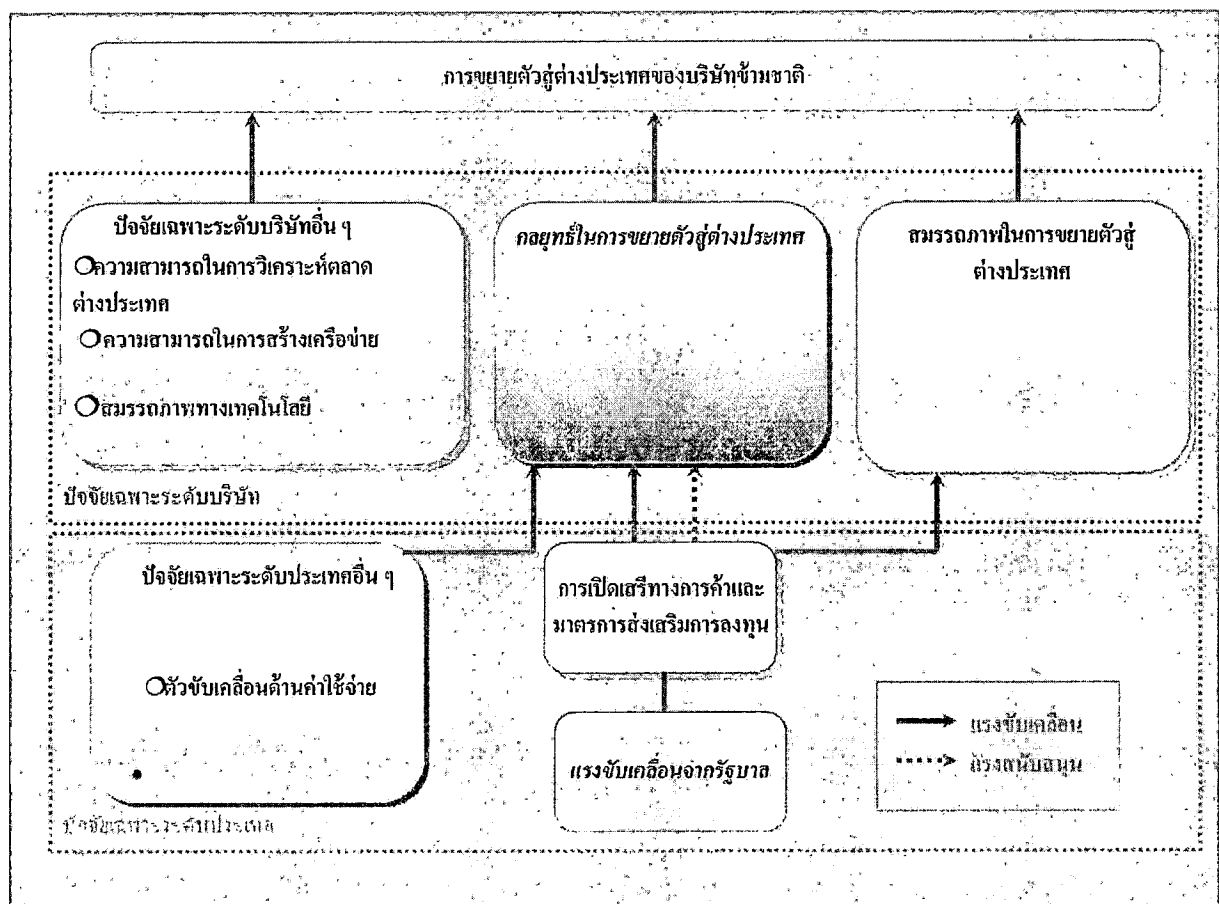
ปัจจัยที่เอื้อ FDI	ปัจจัยที่ไม่เอื้อ FDI
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราอันดับที่ 1 ของโลก มีประเทศคู่ค้าทั่วโลก</li> <li>2. มีวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมยางพาราในจำนวนมาก</li> <li>3. มีการจัดทำมาตรฐานสินค้าผลิตภัณฑ์ยางบางชนิด</li> <li>4. มีความสามารถในการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ยางบางประเภท เช่น Dipping products</li> <li>5. มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและความต้องการใช้ยางพาราธรรมชาติ (จากเดิมเพียงร้อยละ 10 ของที่ผลิตทั้งหมด)</li> <li>6. ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อให้ไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางระดับโลก</li> <li>7. การรวมตัวกันของภูมิภาคเอเชีย (AEC) ช่วยส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในภูมิภาค ไทยอยู่ในจุดภูมิศาสตร์ที่ดี ช่วยลดต้นทุนการขนส่ง</li> <li>8. มีการจัดตั้งองค์กรเพื่อวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทย</li> <li>9. มีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือด้านยางธรรมชาติระหว่างประเทศ และพันธมิตรทางการค้าของผู้ส่งออกยาง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มาตรการการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราไทย อาจจะยังไม่เพียงพอ</li> <li>2. คุณภาพวัตถุดิบยางพาราแปรรูปมีความแตกต่างระหว่างโรงงานแปรรูปและเกษตรกรแปรรูป</li> <li>3. เทคโนโลยีที่มีอยู่ยังไม่มีความทันสมัย และยังไม่ดีพอสำหรับการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขั้นกลางและสูง</li> <li>4. ขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทอื่น ๆ</li> <li>5. ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราในประเทศมีน้อย</li> <li>6. ภาษีนำเข้าวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอยู่ในระดับที่สูง</li> <li>7. ระบบและเครือข่ายการขนส่งไม่เพียงพอทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เช่น ท่าเรือน้ำลึกในภาคใต้</li> <li>8. นโยบายภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงและการดำเนินการล่าช้า การนำไปปฏิบัติใช้จริงยังไม่เป็นระบบ ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอส่วนใหญ่เน้นมาตรการด้านการผลิต และด้านการตลาดยาง</li> <li>9. ความไม่แน่นอนทางการเมือง และความไม่</li> </ol>

ปัจจัยที่เอื้อ FDI	ปัจจัยที่ไม่เอื้อ FDI
	<p>สงบในภาคใต้</p> <p>10. มาตรการการแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติที่ยังไม่เป็นระบบ</p>

ที่มา: พัชรธีรา รื่นพิทักษ์ (2554), เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551)

หมายเหตุ: คณะผู้วิจัยโครงการ ฯ นำข้อมูลที่ได้จากการทำ SWAT Analysis และข้อมูลจากวรรณกรรมข้างต้น มาวิเคราะห์ รวมทั้งจัดกลุ่มแบ่งประเภทใหม่เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ ปัจจัยที่เอื้อและไม่เอื้อต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งของต่างประเทศและผลงานของนักวิจัยไทย ทำให้ได้กรอบแนวคิดของการศึกษาบทบาทและผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าและนโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศต่อการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติดังปรากฏในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดของการศึกษาบทบาทและผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าและมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่อการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

บทนี้จะระบุและอธิบายวิธีการวิจัยซึ่งนำมาใช้กับการศึกษารุ่นนี้ ทั้งยังได้อธิบายคำชี้แจงเหตุผลสำหรับการเลือกใช้วิธีการศึกษารายกรณี ยิ่งไปกว่านั้นยังได้แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งรวมไปถึงการเลือกบริษัทข้ามชาติกรณีศึกษา จำนวนกรณีศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบหลากหลาย เทคนิคและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการวิจัย: เหตุผลในการใช้วิธีการศึกษารายกรณี

##### - ข้อมูลที่มีจำกัดเกี่ยวกับการขยายตัวของธุรกิจของบริษัทข้ามชาติเอเชีย

ข้อมูลที่มีอยู่เกี่ยวกับกิจกรรมระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียมีอยู่อย่างจำกัดมาก เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการของทั้งภาคเอกชน และภาครัฐบาลของประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งรวมถึงประเทศไทยนั้น ยังไม่ได้รับพัฒนาอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการตอบสนองต่อข้อตกลงการค้าการลงทุนเสรีและมาตรการการลงทุนระหว่างประเทศ แม้กระทั่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ก็ยังให้ข้อมูลที่ค่อนข้างน้อยต่อสาธารณชน ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบริษัทน้อยมาก นั่นเป็นเพราะว่าบริษัทเหล่านี้ไม่ได้อยู่ภายใต้ข้อตกลงที่จะต้องเปิดเผยข้อมูล มันจึงยากที่จะได้รับข้อมูลที่หลากหลายหากไม่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นระบบ และเป็นองค์รวม วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาเหมาะสำหรับการเติมเต็มช่องว่างนี้ เนื่องจากเป็นวิธีที่ช่วยในเรื่องของการเก็บข้อมูล และยังช่วยในการตรวจสอบปัญหาเชิงลึกของกรณีศึกษาอยู่ (Gerring, 2007)

การออกแบบการศึกษานี้ใช้วิธีที่สอดคล้องกับนักวิจัยที่ทำงานในเรื่องบริษัทข้ามชาติจากประเทศที่กำลังพัฒนา นักวิจัยเหล่านั้นได้มีการใช้วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาเป็นวิธีหลักในการทำวิจัยและงานวิจัยแบบนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ (e.g. Pananond & Zeithaml 1998; Sim & Pandian 2003; Sim 2006; Pananond 2007) หากแต่ยังมีนักวิจัยจำนวนหนึ่งที่ยังมีความเชื่อว่า พวกเขาจำเป็นต้องพึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับการขยายตัวของธุรกิจของบริษัทข้ามชาติจากประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งการวิจัยศึกษารายกรณีนี้มีส่วนสนับสนุนหลักฐานใหม่ต่อผลงานเดิมที่มีอยู่

- ความเหมาะสมของวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาสำหรับการตรวจสอบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในการตอบสนองของบริษัท

การศึกษานี้จะวิเคราะห์ผลกระทบของภูมิภาควิวัฒนาการ โดยข้อตกลงการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการความร่วมมือกันในภูมิภาค ที่ส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจข้าม



ชาติเอเชีย ณ ปัจจุบันยังไม่มี ความชัดเจนว่าข้อตกลงการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ ความสามารถและทรัพยากรของบริษัทดังกล่าว วิธีกรณีศึกษาก็ถือว่าเหมาะสมสำหรับการสำรวจในเรื่องนี้ ขณะที่ Patton (1987: 19) ได้กล่าวว่า

“การศึกษารายกรณีเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพช่วยในการอธิบายถึงหน่วยของการวิเคราะห์ในเชิงลึก ในบริบทและแบบองค์รวม”

Miles and Huberman (1994: 25) ยังยืนยันว่า วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาตรวจสอบปรากฏการณ์ภายในบริบทนั้น ดังนั้นวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้นักวิจัยสามารถอธิบายหัวข้อที่น่าสนใจด้วยข้อมูลที่มีความละเอียด (Yin 2003; Hartley 2004: 323; Gerring 2007: 49) และสำรวจการเปลี่ยนแปลงของบริบท (Eisenhardt 1989: 534) วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาเป็นวิธีการดำเนินการศึกษาเชิงลึกของบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่เป็นกรณีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

**- ความเหมาะสมของวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาสำหรับขอบเขตความรู้ร่วมสมัยและสมัยใหม่**

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาสำรวจเพื่อตรวจสอบว่า บริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพาราได้รับอิทธิพลจากข้อตกลงเขตการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคและมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศอย่างไร นอกจากนี้ ยังศึกษาเกี่ยวกับข้อตกลงดังกล่าวระหว่างประเทศไทย และประเทศคู่ค้า ประเทศผู้ลงทุนที่เพิ่งเริ่มมีเมื่อไม่นานมานี้ ดังนั้นมันจึงเป็นการศึกษาเรื่องใหม่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การจัดการรายละเอียด และมีข้อมูลหลายระดับ Eisenhardt (1989: 532) ระบุว่า เรื่องขอบเขตการศึกษานี้ควรได้รับการสำรวจโดยวิธีการศึกษารายกรณี Yin (1984 & 2003) ถกเถียงว่า วิธีการนี้เป็นวิธีที่เหมาะสมและสามารถใช้งานกับการศึกษา ที่มุ่งเน้นไปที่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งต้องรวบรวมข้อมูลที่ซับซ้อนและเป็นแบบองค์รวม ดังนั้นการศึกษานี้ได้ใช้วิธีการศึกษารายกรณี ที่เป็นวิธีในการจัดระเบียบ และประเมินข้อมูลแบบองค์รวม รวมไปถึงรายละเอียดของหัวข้อร่วมสมัย

**- ความเหมาะสมของวิธีการศึกษารายกรณีในการตอบคำถามวิจัยของงานวิจัยนี้**

เนื่องจากโครงการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยนโยบาย (โครงการวิจัยเดียว) ซึ่งเป็นทางเลือกที่เหมาะสม และแก้ปัญหาเชิงนโยบายได้อย่างตรงเป้าและมีประสิทธิภาพ โครงการวิจัยนี้เป็น โครงการที่ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทและปัจจัยเฉพาะระดับประเทศระหว่างประเทศสำคัญในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์ โดยการใช้วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษา (case study approach) วิธีการศึกษารายกรณีเปิดโอกาสให้นักวิจัยได้สำรวจ และตอบคำถามการวิจัยดังต่อไปนี้

- 1) นโยบายส่งเสริมการลงทุนของไทย รวมทั้งปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ และปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา ส่งผลอย่างไร
- 2) ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ รวมถึงมาตรการและนโยบายส่งเสริมการลงทุนของไทยที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่ ควรได้รับการพัฒนา ปรับเปลี่ยนหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้เอื้อต่อภาคการผลิต และการร่วมลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราของผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างชาติ

วิธีการศึกษารายกรณีมีความเกี่ยวข้องกับคำถามเชิงวิจัยหลายข้อด้วยกัน (Stake 2000) Hartley (2004: 325) กล่าวว่าทฤษฎีการศึกษารายกรณี ได้มีส่วนช่วยเหลือนักวิจัยในการตอบคำถามเกี่ยวกับบริบทของสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการ Yin (2003) และ Hartley (2004: 328) ยืนยันว่าการศึกษารายกรณีนั้นจะช่วยให้ตอบคำถามการวิจัย โดยเฉพาะคำถาม “อย่างไร” และ “ทำไม” เพราะฉะนั้นการศึกษารายกรณีจึงเป็นวิธีที่เหมาะสม สำหรับการแก้ปัญหาคำถามการวิจัยของการศึกษานี้

#### - ความเหมาะสมของวิธีการศึกษาสำหรับการพัฒนาทฤษฎีต่อไป

ถึงแม้ว่าการศึกษาในเรื่องความเป็นสากลของบริษัทข้ามชาติในประเทศที่กำลังพัฒนา ได้เริ่มปรากฏให้เห็นเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว (e.g. Wells 1983; Lal 1983; Lecraw 1992; Pananond & Zeithaml 1998; Sim & Pandian 2003; Sim 2006; Pananond 2007) ยังมีปัญหาการวิจัยอยู่มากที่ยังไม่ได้มีการค้นคว้า วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ ก็คือ เพื่อที่จะเพิ่มความเข้าใจและมีส่วนในการค้นคว้าเกี่ยวกับการขยายตัวต่างประเทศของบริษัทดังกล่าว รวมไปถึงบทบาทของนโยบายทางการค้าการลงทุนของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้วิธีการศึกษาแบบกรณีศึกษานี้จะช่วยให้เราเข้าใจผลกระทบของข้อตกลงเขตการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคต่อการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย นอกจากนั้น มันอาจจะยังช่วยให้นักวิจัยค้นพบหลักฐานชิ้นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว

วิธีการศึกษารายกรณีเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทฤษฎีต่างๆ (Eisenhardt 1989: 532) Hartley (2004: 324) กล่าวว่าการศึกษารายกรณีนั้น ช่วยทำให้ทั้งแนวคิด และปัญหาปรากฏออกมาขณะที่มีการดำเนินการวิจัย อันที่จริง ทั้ง Eisenhardt (1989) และ Hartley (2004) อ้างว่าวิธีการนี้มีความเหมาะสมสำหรับการวิจัยที่มุ่งเน้นจะอธิบาย และเข้าใจถึงปรากฏการณ์ ซึ่งยังใหม่และซับซ้อน

โดยสรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ด้านทรัพยากร รวมทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพองค์กร เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลภายในองค์กรที่ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยต่อสาธารณะ จึงเป็นการยากยิ่งที่จะได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นระบบและข้อมูลแบบองค์รวม ซึ่งวิธีการศึกษาแบบ

กรณีศึกษานั้นเหมาะสมอย่างยิ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลแบบองค์รวม และอาศัยเทคนิคหลากหลายแบบ ทั้งการสำรวจเสาะหาข้อมูลแบบเจาะลึกถึงรากของปัญหาที่ต้องการศึกษา

การปรับเปลี่ยนเชิงพลวัตของการแข่งขันในระดับภูมิภาค นั้นอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวมทั้งภาครัฐเองอาจจะต้องมีการทบทวนนโยบายและมาตรการการลงทุนระหว่างประเทศของไทยที่มีอยู่เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราไทย เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่และร่วมสมัย ซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด และข้อมูลหลายระดับชั้น

Yin (1984) ได้ชี้ให้เห็นว่าวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษานั้นมีประโยชน์ในการรวบรวมข้อมูลที่ซับซ้อนแบบองค์รวม เขาให้เหตุผลว่าวิธีนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับการศึกษาที่มุ่งเน้นศึกษาเหตุการณ์ที่สำคัญร่วมสมัย เพื่อที่จะให้ได้ประโยชน์และความเข้าใจลึกซึ้งจากประเด็นปัญหาวิจัยที่มีความซับซ้อน วิธีการจัดเก็บข้อมูลที่หลากหลาย (multiple data collection method) การวิเคราะห์ผลการศึกษารวมของโครงการวิจัยนี้จะอาศัยข้อมูลที่ได้อาจจากการสัมภาษณ์ บันทึกภาคสนาม เอกสารอ้างอิง และเอกสารสำคัญต่างๆ เป็นหลัก ตารางที่ 3.1 สรุปกระบวนการวิจัยแบบกรณีศึกษาที่ใช้ในโครงการวิจัยนี้

ตารางที่ 3.1 กระบวนการวิจัยแบบกรณีศึกษา

กระบวนการวิจัย	เครื่องมือวิจัยหลัก
ระบุช่องว่างงานวิจัยในวรรณกรรมที่มีอยู่	ทบทวนวรรณกรรม บันทึกต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิ
พัฒนาข้อเสนอเชิงทฤษฎีและกรอบแนวคิดเบื้องต้น	ทบทวนวรรณกรรม บันทึกต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิ
เลือกกรณีศึกษาและออกแบบระเบียบการจัดเก็บข้อมูล	ฐานข้อมูลของต่างประเทศและไทย รวมทั้งหนังสือ เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์ นโยบายการลงทุนระหว่างประเทศและการค้าเสรีของประเทศต่างๆ ขึ้นตอน กระบวนการจัดเก็บข้อมูล และแผนการจัดเก็บข้อมูล

กระบวนการวิจัย	เครื่องมือวิจัยหลัก
การจัดเก็บข้อมูล—งานภาคสนาม	การสัมภาษณ์
การวิเคราะห์ข้อมูล	การวิเคราะห์ภายในกรณีศึกษานั้นๆ (Within case analysis) และการวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (cross case analysis) การใช้แหล่งที่มาของข้อมูลหลักฐานจากหลายแหล่ง (multiple sources of evidence) การสร้างคำชี้แจง (explanation building) และการเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่มีอยู่
การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีที่มีอยู่	การวิเคราะห์ภายในกรณีศึกษานั้นๆ (Within case analysis) และการวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (cross case analysis) การใช้แหล่งที่มาของข้อมูลหลักฐานจากหลายแหล่ง (multiple sources of evidence) การสร้างคำชี้แจง (explanation building) และการเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่มีอยู่
การพัฒนาและเสนอคำแนะนำเชิงนโยบายแก่ผู้กำหนดนโยบาย	การวิเคราะห์ภายในกรณีศึกษานั้นๆ (Within case analysis) และการวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (cross case analysis) การใช้แหล่งที่มาของข้อมูลหลักฐานจากหลายแหล่ง (multiple sources of evidence) การสร้างคำชี้แจง (explanation building) และการเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่มีอยู่

### 3.2 วิธีการวิจัย: เหตุผลสำหรับการใช้วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาหลายกรณี

วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษามีอยู่สองทางเลือก คือ การศึกษากรณีเดียวหรือ การศึกษาหลายกรณี (Miles & Huberman 1994; Yin 2003; Hartley 2004) Miles และ Huberman (1994: 25) ระบุว่า “กรณีที่คุณศึกษาอยู่ อันที่จริงคือ หน่วยวิเคราะห์” ความเฉพาะเจาะจงและการกำหนดขอบเขตข้อจำกัดเป็นลักษณะสำคัญของการศึกษารายกรณี ซึ่งอาจจะประกอบด้วยมากกว่าหนึ่งกรณี (Stake 2000) การวิจัยศึกษากรณีสามารถกำหนดออกมาให้เป็นการวิเคราะห์หลายระดับในหนึ่งกรณี หรือ เป็นเพียงการวิเคราะห์หนึ่งระดับสำหรับหลายกรณีศึกษา (Yin 2003)

ไม่มีคำตอบที่เป็นสากลเกี่ยวกับจำนวนรายกรณีที่เหมาะสม เมื่อนักวิจัยเลือกที่จะให้วิธีการศึกษารายกรณี วิธีการไม่ได้จำกัดการวิจัยให้วิเคราะห์เพียงกรณีเดียว ในความเป็นจริงมันเป็นการส่งเสริมให้วิเคราะห์หลายกรณี (Yin 2003) มันจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลย เพราะว่าแม้จะเป็นการศึกษากรณีเดียว หรือหลายกรณีก็สามารถช่วยยกระดับงานวิจัยที่มีอยู่แล้ว รวมไปถึงการพัฒนาทฤษฎีใหม่ ๆ (Eisenhardt 1989 & 1991) เป็นที่ยอมรับกันดีว่า การวางแผนการศึกษาหลายกรณีเป็นที่นิยม และมีประสิทธิภาพมากกว่าการศึกษารายกรณีเดียว (Yin 2003: 53)

วิธีศึกษาหลายกรณีเกี่ยวเนื่องกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายกรณี และแหล่งของมูลที่หลากหลายในแต่ละกรณี ข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้ในการเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยที่มีอยู่แล้ว เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีใหม่ ๆ การศึกษานี้ได้ใช้การวางแผนศึกษาแบบหลายกรณี กับหน่วยวิเคราะห์เพียงหน่วยเดียว นั่นก็คือบริษัทข้ามชาติเอเชีย เนื่องจากผลกระทบและบทบาทของข้อตกลงเขตการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคและมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศต่อบริษัทข้ามชาตินั้น เป็นปรากฏการณ์ร่วมสมัย การศึกษาหลายกรณีจะเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับหาคำตอบว่าวิจัยเชิงลึกเนื่องจาก มันสามารถศึกษาถึงประเด็นหัวข้อใหม่และช่วยเพิ่มความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเชิงทฤษฎี

#### - การยกระดับของความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของการศึกษา

การศึกษาแบบหลายกรณีช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของผลลัพธ์ ข้อดีของการใช้วิธีศึกษาแบบหลายกรณี คือ ช่วยแยกแยะความคล้ายคลึง และความแตกต่างกันในบริบทที่เลือก (Hartley 2004: 326) ยิ่งไปกว่านั้น วิธีศึกษาแบบหลายกรณียังสามารถทำการประเมินผลเชิงเปรียบเทียบ และตอบคำถามกรณีศึกษาซึ่งอยู่ต่างหมวดหมู่กัน มันอาจจะส่งผลดีในแง่ของการตีความ และสร้างกรอบทฤษฎี (Brown & Eisenhardt 1998) หลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีรายละเอียดมาก (Eisenhardt 1989: 540-541) อย่างไรก็ตาม วิธีศึกษาแบบหลายกรณีนั้น จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก (Hartley 2004) จึงส่งผลให้มีความเป็นไปได้มากกว่า นักวิจัยต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์

### - การยกระดับความสามารถในการสรุปอ้างอิงทั่วไปของการศึกษา

การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) จะถูกใช้อย่างเข้มงวดในการศึกษาแบบหลายกรณี การตรวจสอบสามเส้า นั้นมีนิยามว่า “ขั้นตอนของการใช้แนวความคิด มุมมองหลายแขนง เพื่อให้จุดมุ่งหมายชัดเจนยิ่งขึ้น พิสูจน์การเกิดซ้ำจากการสังเกตการณ์หรือการแปลความหมาย” (Stake 2000) วิธีการทำนั้นมีอยู่หลายทาง เป็นต้นว่า ใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย หรือใช้การรวบรวมข้อมูลหลาย ๆ แบบ (Patton 2002: 247)

การตรวจสอบสามเส้าระหว่างแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน และการเปรียบเทียบกรณีที่ไม่เหมือนกัน จะช่วยเสริมความสามารถในการสรุปอ้างอิงทั่วไปของการค้นพบ ในการทำวิจัยนี้ กรณีที่หลากหลายจะช่วยระบุการตอบสนอง ที่ทั้งเหมือนกันและแตกต่างของบริษัทข้ามชาติเอเชีย ต่อการใช้นโยบายเขตการค้าการลงทุน เสรีระดับภูมิภาคของรัฐบาล

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล: การเลือกกรณีศึกษา

การเลือกกรณีศึกษาจะช่วยกำหนดขอบเขตของการศึกษา เช่นเดียวกับเพิ่มความสามารถในการสรุปอ้างอิงทั่วไปของผลลัพธ์ (Eisenhardt 1989: 537) ทั้งยังช่วยลดความคลาดเคลื่อนจากปัจจัยภายนอก เพิ่มความเที่ยงตรงภายนอก และระบุข้อจำกัดของผลการศึกษา บริษัทข้ามชาติเอเชียเป็นหน่วยวิเคราะห์ของกรณีศึกษา

ในการทำวิจัยแบบศึกษาหลายกรณี นักวิจัยต้องตัดสินใจเรื่องประเภทและจำนวนกรณีที่จะศึกษา ส่วนนี้จะเน้นเรื่องประเภทของกรณีศึกษา ในขณะที่การตัดสินใจเรื่องจำนวนจะอยู่ในส่วนที่ 3.4 การเลือกสามารถเกิดจากการรอบแนวคิดการวิจัยและคำถามทางการวิจัย (Miles & Huberman 1994: 30) Maxwell (2005) สันนิษฐานว่าการวิจัยเชิงคุณภาพมักมีจุดประสงค์ (Patton 1990; Maxwell 2005) การเลือกแบบสุ่มก็เกิดขึ้นได้แต่อาจจะไม่เหมาะสมที่สุด (Eisenhardt 1989: 537)

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ทำได้โดยหลายกลยุทธ์ การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ “กลยุทธ์สำคัญ 2 กลยุทธ์” ในการเลือกกรณีศึกษา นั่นก็คือ การสุ่มตัวอย่างโดยมีมาตรฐานเกณฑ์ตัดสินใจ และการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี

การสุ่มตัวอย่างอย่างมีมาตรฐานเกณฑ์ตัดสินใจมีเป้าหมายเพื่อที่จะ “ทบทวนและศึกษากรณีศึกษาทั้งหมดที่ตรงกับบรรทัดฐานสำคัญที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เป็นกลยุทธ์ที่เห็นอยู่บ่อย ๆ ที่ใช้ในการรับประกันคุณภาพ” (Patton 2002: 238) แต่ละครณียศึกษานั้นมีความซับซ้อนอยู่ในตัวอยู่แล้ว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดขอบเขตว่าจะศึกษาอะไร และนานเท่าไร (Stake 2000: 439) นักวิจัยสามารถระบุมาตรฐานเกณฑ์ตัดสินใจที่

กรณีที่จะศึกษานั้นต้องผ่าน เพื่อที่จะรวมอยู่ในรายงานการค้นคว้า (Patton 1990) ซึ่งมักจะมีคำถามเกิดขึ้นอยู่บ่อย ๆ ว่าบริษัทผ่านมาตรฐานเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือไม่ (Hartley 2004)

อีกกลยุทธ์ในการคัดสรรกรณีศึกษา คือ การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี Yin (2003) กล่าวว่า โดยทั่วไป การคัดเลือกกรณีศึกษาจะดีที่สุดเมื่อมันมาจากหลักความคิดพื้นฐาน Miles และ Huberman (1994) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การสุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนอย่างช้า ๆ โดยทฤษฎี ยิ่งไปกว่านั้น ผลงานของ Eisenhardt (1989) ได้ยืนยันว่า การคัดเลือกกรณีศึกษาตามกรอบแนวคิดการวิจัยมักจะเป็นที่เลือกใช้มากกว่าการคัดเลือกแบบอื่น ๆ เพราะว่ามันวิจัยสามารถเพิ่มความสนใจไปยังสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าทางทฤษฎี และทั้งยังช่วยให้ตั้งขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูลได้อีกด้วย (Charmaz 2006: 97)

Charmaz (2006: 96) ได้บรรยายถึงการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีว่า “เป็นเครื่องมือค้นหาข้อมูลที่ตรงประเด็นเพื่อสร้างทฤษฎีใหม่ จุดประสงค์หลักของการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี คือการอธิบายเพิ่มเติม และขัดเกลาหมวดหมู่ที่มีทฤษฎีที่ศึกษา การที่ผู้สุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีเพื่อที่จะสร้างคุณสมบัติของหมวดหมู่ของคุณ จนกว่าไม่มีคุณสมบัติใหม่เกิดขึ้นอีก”

กรณีศึกษาครั้งนี้ได้รับการคัดเลือกจากหลักปฏิบัติทางทฤษฎี กรณีที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นเมื่อทำการวิจัยแบบหลายกรณีศึกษา เพราะว่ามันจะช่วยขยายความเข้าใจเชิงทฤษฎีได้ และมันยังช่วยให้เพิ่มความเป็นไปได้ที่จะเข้าใจปรากฏการณ์จากการศึกษานั้น ๆ (Patton 1990; Yin 2003) ถึงแม้ว่าการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีสามารถถูกใช้เพื่อบรรลุความก้าวหน้าทางแนวคิด แต่ไม่สามารถทำให้เกิดผลสรุปที่สามารถกลายเป็นกฎเกณฑ์สากลตามหลักสถิติได้ หรือ ใช้สรุปอ้างอิงทั่วไปได้ (Charmaz 2006: 100-101)

### 3.4 การรวบรวมข้อมูล : จำนวนรายการ

จำนวนกรณีที่จะศึกษาเป็นหนึ่งในปัญหาที่นักวิจัยเชิงคุณภาพต้องคำนึงถึง ผู้ที่เลือกที่จะทำวิธีวิจัยแบบรายการต้องตัดสินใจในเรื่องนี้ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของหัวข้อและ คุณภาพของกรณีศึกษาที่สามารถหาได้ (Miles & Huberman 1994: 30) Miles และ Huberman (1994) ยืนยันว่า บางครั้งนักวิจัยต้องจบลงด้วยจำนวนข้อมูลที่น้อยนิดจากแต่ละรายการ เมื่อมีหลายกรณีที่มีความซับซ้อนมากเกินไปรวมอยู่ในการศึกษาครั้งนั้น ถ้าเป็นไปได้ ผู้ทำการวิจัยควรเพิ่มจำนวนรายการจนกว่าไม่สามารถหาความรู้ใหม่ ๆ ได้อีก (Eisenhardt 1989; Glaser & Strauss 1967) ถึงจะอย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว เวลาและงบประมาณจะเป็นตัวกำหนดจำนวนรายการที่ควรอยู่ในการศึกษา (Eisenhardt 1989: 545)

จำนวนรายกรณีที่จะรวมอยู่ในการศึกษาควรขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการทำวิจัย ระดับของการวิเคราะห์ ข้อจำกัดต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ทรัพยากร รวมไปถึงการเข้าถึงสถานที่เป้าหมาย และผู้ตอบรับที่หามาได้ มันจึงเหมาะสมกับความเป็นจริงที่จะตัดสินใจในเรื่องจำนวนรายกรณีศึกษา ในช่วงเวลาเริ่มต้นของการทำวิจัย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีบริษัทจำนวนที่เหมาะสม 15 บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก ขั้นตอนต่อมาคือการคาดการณ์เบื้องต้น นั่นคือ คาดว่าจะมีบริษัทเพียงครึ่งหนึ่งที่ยอมเข้าร่วมในการทำการวิจัย หากแต่สุดท้ายแล้วมี 10 บริษัทยอมเข้าร่วมโครงการ แม้ว่าจำนวนดังกล่าวจะทำให้จำเป็นต้องเพิ่มระดับการวิเคราะห์ และเวลา แต่มันก็จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความสามารถในการนำผลงานวิจัยไปใช้สรุปอ้างอิงทั่วไป

ท้ายที่สุดแล้วจำนวนรายกรณีในการศึกษาคือ 12 ซึ่งเป็นจำนวนที่พอเพียงในการตอบคำถามการวิจัย และให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีรายละเอียดเป็นจำนวนมาก Eisenhardt (1989) กล่าวว่า การออกแบบงานวิจัยโดยมีรายกรณีศึกษาที่น้อยกว่า 4 กรณีอาจจะทำให้ขาดการสร้างความรู้เข้าใจอย่างลึกซึ้งของเนื้อหาสาระ และมีผลลัพธ์การค้นคว้าที่ไม่เพียงพอ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีรายกรณีศึกษามากกว่า 10 กรณี ผู้ทำการวิจัยอาจจะต้องพบกับข้อมูลจำนวนมากมหาศาล รวมไปถึงข้อมูลที่ซับซ้อนและไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งหมดนี้ยังไปตรงกับงานของ Miles และ Huberman (1994: 30) ผู้ให้คำแนะนำว่า ถ้าหากมีจำนวนรายกรณีมากกว่า 15 กรณี จะทำให้เกิดปัญหาของข้อมูลที่ไม่สามารถจัดการได้ ถ้าหากกรณีย่อยเหล่านั้นมีความซับซ้อนและยากที่จะเข้าใจ แม้ว่าจะเป็นเช่นนั้นก็ตาม จำนวนรายกรณีศึกษาที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางอยู่ที่ระหว่าง 4 ถึง 10 รายกรณี (Eisenhardt 1989: 545) นักค้นคว้าอาจจะเลือกจำนวนที่มากขึ้นเพื่อความมั่นใจในความสมบูรณ์ของข้อมูล และยกระดับความน่าเชื่อถือของผลงานการวิจัย

### 3.5 การรวบรวมข้อมูล: การคัดเลือกบริษัทข้ามชาติเอเชีย

นอกจากการเป็นหนึ่งในภาคการส่งออกสำคัญภาคหนึ่งของประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์แล้ว อุตสาหกรรมยางพาราประกอบด้วยบริษัทข้ามชาติจำนวนมากที่กำลังแข่งขันกันอยู่ในตลาดโลก เพื่อที่จะตอบคำถามการวิจัยและบรรลุจุดประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้ บริษัทข้ามชาติเอเชียในภาคอุตสาหกรรมยางพาราได้ถูกคัดเลือกสำหรับโครงการวิจัยเรื่อง "แนวทางการสนับสนุนการลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพาราไทย" โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. บริษัทนั้น ๆ จะต้องเป็นบริษัทข้ามชาติ (multinational enterprises - MNEs) ตามนิยามที่กำหนดโดย the United Nations' (1973) กล่าวคือ "เป็นองค์กรที่ควบคุมสินทรัพย์ อาทิเช่น โรงงาน เหมือง สำนักงานขาย เป็นต้น ในประเทศตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป"
2. บริษัทเหล่านี้จะต้องเป็นผู้ประกอบการอยู่ในอุตสาหกรรมยางพารากลุ่มปลายน้ำจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



3. บริษัทที่ถูกคัดเลือกจะต้องมีประสบการณ์ในการขายตัวสู่ต่างประเทศไม่น้อยกว่า 5 ปี
4. บริษัทนั้น ๆ ควรจะเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางพาราสำเร็จรูป

เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Exclusion criteria) ถ้าหากบริษัทไม่ผ่านเกณฑ์อันใดอันหนึ่งตามที่ระบุไว้เบื้องต้น จะถูกคัดออกไม่รวมอยู่ในกรณีศึกษาของโครงการวิจัยนี้ รวมทั้งผู้ร่วมวิจัยจะคัดผู้บริหารที่มีใช้ระดับกลางและระดับสูงออกในส่วน of เกณฑ์การยุติการเข้าร่วมการวิจัย (Termination criteria) นักวิจัยจะมอบเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยและหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยโดยได้รับการบอกกล่าวและเต็มใจให้แก่ผู้เข้าร่วมการวิจัยเพื่อพิจารณา หากผู้เข้าร่วมวิจัยไม่เต็มใจหรือไม่อยากจะมีส่วนร่วมในการสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถาม ผู้ร่วมวิจัยสามารถปฏิเสธได้ และจะถือเป็นการยุติการเข้าร่วมการวิจัย หรือหากผู้ร่วมวิจัยเข้าร่วมกระบวนการสัมภาษณ์หรือให้ข้อมูลแล้ว หากภายหลังอยากจะยุติหรือไม่เต็มใจที่จะให้ข้อมูลของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย ก็สามารถแจ้งให้กับคณะทำงานวิจัยทราบได้ การดำเนินการหากผู้เข้าร่วมการวิจัยถอนตัวออกจากการวิจัย คณะทำงาน ฯ ได้สรรหาผู้เข้าร่วมวิจัยทดแทนเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอและสมบูรณ์มากที่สุดภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด

บริษัทที่ผ่านเกณฑ์มีโอกาสและมีศักยภาพสำหรับการขายตัวสู่ต่างประเทศต่อไป บริษัทที่ถูกเลือกมานั้นล้วนแต่เป็นบริษัทข้ามชาติ ที่ต่างประสบความสำเร็จในการขายตัวสู่ต่างประเทศ

### 3.6 การรวบรวมข้อมูล: เหตุผลของการใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลากหลาย

การศึกษานี้ได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลากหลาย ซึ่งเป็นที่เข้าใจว่าเหมาะสมสำหรับการตรวจสอบข้อมูลที่มีจำนวนเยอะและซับซ้อน ขั้นตอนที่จะกล่าวต่อไปเป็นการสรุปเหตุผลของการใช้การเก็บข้อมูลแบบหลากหลาย

- วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบหลากหลายเป็นหนึ่งในคำนิยามของการศึกษารายกรณี (Yin 2003) มันเป็นเรื่องธรรมดาที่การศึกษารายกรณีจะประกอบไปด้วยการเก็บข้อมูลหลายประเภท (Eisenhardt 1989: 534; Hartley 2004)
- วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบหลากหลายช่วยให้สามารถตอบคำถามการวิจัย และปัญหาที่ซับซ้อนด้วยการผสมผสานกลยุทธ์การวิจัย เป็นต้นว่า การสัมภาษณ์ เอกสารอ้างอิง (Hartley 2004)
- ช่วยเพิ่มความสมบูรณ์ (Yin 2003; Hartley 2004) ข้อสันนิษฐานและตัวแปรจะถูกทำให้สมบูรณ์ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Eisenhardt 1989)
- Hartley (2004) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนางานวิจัยอย่างเป็นระบบ เช่น ผ่านทางวิธีตรวจสอบสามเส้า รวมไปถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลที่หลากหลาย การตรวจสอบหลักฐานสำหรับการ

อธิบายทางเลือก และการพิสูจน์ว่าหลักฐานไม่มีมูลความจริง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบหลากหลายยังทำให้ผู้วิจัยสามารถได้รับหลักฐานและข้อมูลต่าง ๆ ด้วยรูปแบบที่เป็นขั้นตอน

วิธีการเก็บข้อมูลหลากหลายวิธีได้รับพิจารณาแล้วว่าเป็นวิธีที่ใช้ได้จริงและเหมาะสม จึงถูกเลือกในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ การสัมภาษณ์ บันทึกภาคสนาม เอกสารอ้างอิง ซึ่งรวบรวมจากวิธีการต่าง ๆ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญมากของฐานข้อมูลการศึกษาวิจัย รายละเอียดของวิธีการเก็บข้อมูลมีดังต่อไปนี้

### 3.6.1 การสัมภาษณ์

Gillham (2000: 65) กล่าวว่า การสัมภาษณ์กึ่งวางแผน “คือ รูปแบบสัมภาษณ์ที่สำคัญที่สุดในการทำการวิจัยแบบรายกรณี” เนื่องจากโครงสร้างที่มีความยืดหยุ่น และสามารถกำหนดประเด็นการวิจัยไว้ล่วงหน้าได้ การสัมภาษณ์กึ่งวางแผนยังทำให้นักวิจัยได้มาซึ่งความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เช่นเดียวกับข้อเท็จจริงของบริษัท (Yin 2003) ในทางตรงกันข้าม การสัมภาษณ์แบบที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า มักจะไม่ค่อยเหมาะสม ถ้าใช้รูปแบบการวิจัยที่เน้นความยืดหยุ่น (Robson 2002: 277-278) Robson (2002: 270) ได้กล่าวว่า

“การสัมภาษณ์กึ่งวางแผนมีคำถามที่ตั้งไว้ล่วงหน้า แต่ลำดับสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและแนวความคิดของผู้ทำวิจัย คำถามสามารถเปลี่ยนแปลงได้ พร้อมทั้งคำอธิบาย บางคำถามอาจไม่เหมาะสมสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ จึงสามารถข้ามไปได้ หรือสามารถมีคำถามเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม”

การศึกษานี้ได้ใช้การสัมภาษณ์กึ่งวางแผนเป็นเครื่องมือหลัก การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบการสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง จะถูกใช้เมื่อเยี่ยมเยียนสถานที่หรืองานสัมมนา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง คำถามทดลองสามารถใช้ได้เช่นกันเมื่อเหมาะสม กลยุทธ์ที่นำไปใช้คือ การถามคำถามก่อน หลังจากนั้นก็รับฟังคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ รวมไปถึงได้ตอบกลับไปโดยให้เชื่อมโยงกับคำถามอื่นๆ คำถามสำหรับสัมภาษณ์จะถูกปรับปรุงแก้ไขในขั้นตอนการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์ทั้งตัวต่อตัวและทางโทรศัพท์ยังมีการใช้อยู่ Gillham (2000: 62) ยอมรับว่า “การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวเป็นการสื่อสารที่ดีที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้” ถ้าหากเป็นไปได้ การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวมักจะถูกเลือกใช้ในการเตรียมการที่ดีก่อนการสัมภาษณ์จริง จะช่วยให้ผู้ทำการวิจัยประสบความสำเร็จได้ คำถามหลักทั้งหมดจะได้คำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์

### 3.6.2 บันทึกภาคสนาม

บันทึกภาคสนามจะถูกสร้างขึ้นทั้งในขณะที่เยี่ยมชมและหลังจากการเยี่ยมชมบริษัท บันทึกเหล่านี้จะช่วยผู้ทำการวิจัยบันทึกความรู้สึกแรกพบ และประเด็นสำคัญจากงานภาคสนาม บันทึกภาคสนามจากแต่ละกรณีประกอบด้วย การขยายสู่ต่างประเทศ แรงจูงใจในการขยายสู่ต่างประเทศ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการขยายสู่ต่างประเทศของบริษัท การประเมินผลเบื้องต้นเกี่ยวกับความตระหนัก และความรู้ของบริษัทต่อข้อตกลงเขตการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาค รวมทั้งมาตรการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงบทบาทหน้าที่ของบริษัทที่รวมอยู่ในบันทึกนั้นด้วย

บันทึกเหล่านี้จะเปิดเผยถึงปัญหาที่ต้องการการพิจารณาและเอาใจใส่ที่มากขึ้น ในการศึกษา บันทึกภาคสนามจะถูกใช้เพื่อตรวจสอบความคิดเบื้องต้นและข้อมูลใหม่ที่ปรากฏขึ้น

### 3.6.3 เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิงหลาย ๆ ประเภทของบริษัทได้ถูกใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่เก็บได้จากวิธีอื่น ๆ ทั้งการสัมภาษณ์และบันทึกภาคสนาม รวมทั้งฐานข้อมูลออนไลน์ (Gillham 2000) ตัวอย่างเช่น รายงานประจำปี ข้อมูลที่เตรียมทำเป็นข่าวของบริษัท เอกสารประชาสัมพันธ์ และข่าวสารองค์กร รวมทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

เอกสารรายงานที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐทั้งของไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซียมีประโยชน์ในการตอบคำถามวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ และการเปิดการค้าการลงทุนเสรีระดับภูมิภาค เว็บไซต์และห้องสมุดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญอีกอันหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระทรวงการค้า กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงการต่างประเทศ

## 3.7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

โครงการนี้เป็นโครงการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายของแหล่งข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารของบริษัทข้ามชาติมาเลเซีย ไทย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย หลังจากคัดเลือกบริษัทกลุ่มเป้าหมายที่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดแล้ว คณะทำงานจะดำเนินการประสานงานขอเข้าสัมภาษณ์และขอข้อมูลเพิ่มเติม จากผู้บริหารระดับกลางและระดับสูงของบริษัทข้ามชาติ ซึ่งมีภาระหน้าที่รับผิดชอบหลักที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์ รวมทั้งกำหนดนโยบายในการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัท ทั้งนี้ จำนวนบริษัทและผู้บริหารของบริษัทข้ามชาติที่เข้าร่วมในโครงการวิจัยอาจมีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มลดในภายหลัง โดยตัวเลขเบื้องต้นนั้นแบ่งออกเป็นบริษัทข้ามชาติของมาเลเซียจำนวนรวมทั้งสิ้น 7 บริษัท และบริษัทข้ามชาติไทยจำนวน 8 บริษัท โดยขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ประกอบการ รวมทั้งผลของการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น บางบริษัทอาจจะไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดไว้ เช่น ข้อ 3. บริษัทที่ถูกคัดเลือกจะต้องมีประสบการณ์ในการขยายตัวสู่

ต่างประเทศไม่น้อยกว่า 5 ปี หรือ ข้อ 1. บริษัทนั้น ๆ จะต้องเป็นบริษัทข้ามชาติ สำหรับบริษัทข้ามชาติของ ประเทศมาเลเซียนั้น ทางคณะทำงาน ฯ ได้ตรวจสอบเบื้องต้นแล้ว ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ยกเว้นบริษัทไทย และมาเลเซียบางบริษัทที่มีได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และมีได้ระบุนกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการขยายตัวสู่ต่างประเทศให้แน่ชัด อาทิเช่น มีการลงทุนในต่างประเทศหรือไม่ เป็นจำนวนเท่าใด (หากมี) คณะจึงต้องตรวจสอบข้อมูล คณะทำงาน ฯ ได้ทำการประสานงานกับสภาอุตสาหกรรม สภา หอการค้าไทย และสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอคำแนะนำและสร้างเครือข่ายสำหรับการดำเนินงานใน ขั้นตอนเก็บข้อมูล ในภายหลังสรุปได้จำนวนบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมยางพาราที่เข้าร่วมให้ข้อมูล รวมทั้งสิ้น 12 บริษัท แบ่งออกเป็นบริษัทข้ามชาติไทยทั้งสิ้นรวม 6 บริษัท บริษัทข้ามชาติมาเลเซียจำนวน 2 บริษัท บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์จำนวน 2 บริษัท และบริษัทข้ามชาติอินโดนีเซียจำนวน 1 บริษัท บริษัทข้าม ชาติของญี่ปุ่นแต่ตั้งสาขาอยู่ในประเทศไทยอีก 1 บริษัท อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้เน้นให้น้ำหนักข้อมูล เฉพาะบริษัทกรณีศึกษาเพียง 10 บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก โดยเป็นบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออก เฉียงใต้ในอุตสาหกรรมยางพารา โดยเฉพาะกลุ่มที่ผลิตสินค้ายางพาราชั้นปลาย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ได้ จากบริษัทข้ามชาติไทยที่เป็นผู้ผลิตแผ่นไม้ยางพาราทดแทนธรรมชาติ ซึ่งเป็นธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และบริษัท ข้ามชาติญี่ปุ่นที่เป็นผู้ผลิตยางล้อมีความสำคัญต่องานวิจัยนี้เช่นกัน (ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นบริษัทข้ามชาติใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ทำให้ทราบถึงความเห็นของผู้บริหารของบริษัทข้ามชาติที่ประกอบธุรกิจ อยู่ในไทยและต่างประเทศ และเห็นภาพกว้างมากขึ้น นอกเหนือไปจากบริษัทกรณีศึกษาที่ผ่านเกณฑ์การ คัดเลือก

ขั้นตอนแรกของการวิจัย คณะทำงาน ฯ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราของไทย (FDI) ข้อมูลด้านนโยบายการลงทุน ระหว่างประเทศของไทยและนโยบายการค้าและลงทุนเสรีระดับภูมิภาค รวมทั้งการขยายตัวสู่ต่างประเทศ ของบริษัทข้ามชาติเอเชีย และมีการเพิ่มเติมวรรณกรรมต่าง ๆ ระหว่างการเขียนร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ในภายหลัง ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานในขั้นตอนนี้ คือ ได้ข้อมูลการลงทุนระหว่างประเทศใน อุตสาหกรรมยางพาราของไทย (FDI) กรอบแนวความคิดและข้อมูลนโยบายการลงทุนของไทยและการค้า และการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคที่เป็นปัจจุบัน รวมทั้งได้กรอบแนวความคิดและข้อมูลการขยายตัวสู่ ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียที่เป็นปัจจุบันอีกด้วย

ขั้นตอนต่อมา คณะทำงานได้ดำเนินการจัดสร้างฐานข้อมูล และวิธีการจัดเก็บ รวมทั้งออกแบบคำถาม สำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) จนกระทั่งได้ฐานข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ ได้ในโครงการวิจัย และวิธีการจัดเก็บที่เหมาะสม รวมทั้งได้ตัวร่างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) งานในส่วนนี้ได้ดำเนินการเป็นไปตามแผนที่กำหนด ไม่มีการล่าช้าแต่อย่างใด

ในส่วนของการรวบรวมข้อมูลรายบริษัทของบริษัทข้ามชาติกลุ่มเป้าหมายทั้งบริษัทข้ามชาติไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์ นั้นมีความล่าช้า เนื่องจากบางบริษัทยังไม่ได้ตอบรับการเข้าร่วมในโครงการวิจัย และมีหนึ่งบริษัทที่ได้ปฏิเสธการให้ข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ สาเหตุหลักเกิดจากการงานที่มากและเวลาที่จำกัดและไม่สะดวกของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเดือนธันวาคม และเดือนมกราคม ซึ่งปรากฏว่าผู้บริหารหลายท่านต้องเข้าประชุมประจำปี และเดินทางไปต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้ดำเนินการเก็บข้อมูลรายบริษัทเพิ่มเติมในภายหลัง ในการเก็บข้อมูลจากบริษัททั้งในประเทศไทยและสิงคโปร์นั้น มีความเสี่ยงในเรื่องของวันเวลาที่ผู้บริหารระดับสูงจะสะดวกเข้าร่วมให้สัมภาษณ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการล่าช้าได้

กระบวนการเข้าถึงนี้ผู้ที่เข้าร่วมการวิจัย หัวหน้างานวิจัยเป็นผู้ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ให้กับผู้เข้าร่วมวิจัยโดยละเอียดด้วยตนเอง หัวหน้าโครงการวิจัยทำการประสานงานกับเลขานุการ และหรือผู้ช่วยของผู้บริหารบริษัทข้ามชาติทั้งทางอีเมลล์ โทรศัพท์ โทรสาร โดยในเบื้องต้นได้มีการอธิบาย พูดยุทธศาสตร์ทางโทรศัพท์และส่งเอกสารชี้แจงรายละเอียดของโครงการ วัตถุประสงค์ ผลที่คาดว่าจะได้รับ วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการวิจัย เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริหารของบริษัทที่อาจจะเข้าร่วมในโครงการวิจัยได้พิจารณา รวมทั้งเอกสารที่ระบุขอบเขต ขันความลับของข้อมูล และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิทธิ รวมทั้งข้อมูลอื่นใดที่ผู้เข้าร่วมโครงการอาจจะทราบเพิ่มเติม หากผู้บริหารของบริษัทใดตกลงที่จะให้สัมภาษณ์ จักได้ดำเนินการนัดหมาย วัน เวลา สำหรับการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลระดับบริษัทต่อไป

คณะทำงาน ฯ ได้ดำเนินการขอความยินยอมของผู้เข้าร่วมวิจัย โดยขออนุญาตและสอบถามความสมัครใจของผู้เข้าร่วมวิจัยในการมีส่วนร่วมก่อน หากผู้เข้าร่วมวิจัยไม่ประสงค์จะเข้าร่วมในการศึกษานี้สามารถปฏิเสธการมีส่วนร่วมได้ทันที กระบวนการก่อนการสัมภาษณ์จะให้ทางผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์อ่าน พิจารณา และลงนามในหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยโดยได้รับการบอกกล่าวและเต็มใจ ซึ่งอาจจะส่งไปทางโทรสาร หรืออีเมลล์ก่อนวันสัมภาษณ์จริง และหรือ มอบต้นฉบับสำหรับการลงนามในวันที่เข้าไปสัมภาษณ์ยังสถานประกอบการ โดยจะปฏิบัติต่อผู้เข้าร่วมการวิจัยนี้ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคน มาตรการที่ใช้ในการขอความยินยอมนั้น จะอาศัยการเชิญชวนให้เข้าร่วมด้วยความสมัครใจอย่างแท้จริง ปราศจากการถูกบังคับ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอย่างละเอียดนั้นจักช่วยให้ผู้เข้าร่วมวิจัยตระหนักถึงประโยชน์ทั้งในระดับบริษัทและระดับประเทศ อันจักเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ใหม่ และเป็นประโยชน์ให้แก่ส่วนรวม ในโครงการนี้จักไม่มีการจูงใจไม่ว่าจะในรูปของตัวเงินหรือสิ่งอื่นใดทั้งสิ้น ในระหว่างการประชุมงานและการพูดคุยติดต่อทั้งทางอีเมลล์ โทรสาร โทรศัพท์ คณะทำงาน ฯ ได้กลั่นกรองการใช้ภาษา และคำพูดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เป็นสากล เหมาะสมตามวัฒนธรรมและวิถีปฏิบัติเพื่อให้เกียรติแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นหลัก รวมทั้งชี้แจงถึงการเขียนงานวิจัยที่จะไม่มีการระบุทั้งชื่อบริษัทและผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ หากแต่จะใช้ตัวเลขหรือตัวอักษร เช่น 1 2 3 4 หรือ Mr. A , Mr. B

หรือ บริษัท A บริษัท B เพื่อเป็นการปกป้องสิทธิ์ และรักษาชั้นความลับของข้อมูลให้แก่บริษัทและผู้บริหารที่เข้าร่วมโครงการ ข้อมูลที่เก็บได้ทั้งในรูปแบบเอกสาร ไฟล์เสียงจากการสัมภาษณ์ จะถูกจัดเก็บและใช้เฉพาะนักวิจัยที่ร่วมในโครงการเท่านั้น ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล และไม่มีการแสดงชื่อหรือที่อยู่แต่อย่างใด แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลดังกล่าวนี้จะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ คือ นักวิจัย หรืออาจมีคณะบุคคลบางกลุ่มเข้ามาตรวจสอบได้ความถูกต้อง อาทิเช่น ผู้ให้ทุนวิจัย, สถาบัน หรือองค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจสอบคณะกรรมการจริยธรรมฯ เป็นต้น

ในวันที่ 21-22 กันยายน พ.ศ. 2555 หัวหน้าโครงการวิจัย ฯ ในฐานะตัวแทนโครงการวิจัย ฯ ได้เข้าร่วมการประชุมชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการและการรายงานผลวิจัยโครงการวิจัยยางพาราแบบมุ่งเป้า ปี 2555 จัดโดยสกว. ณ โรงแรมบางกอกกษุณา ในการนี้ได้มีโอกาสรับฟังการรายงานผลการวิจัยจากโครงการอื่น ๆ ซึ่งได้ประโยชน์ในการสร้างเครือข่ายในกลุ่มผู้วิจัยยางพาราและได้เห็นวิธีการวิจัยที่หลากหลาย แบ่งปันความคิดเห็นระหว่างผู้วิจัย ท่านผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งตัวแทนของสกว. อีกทั้งได้ทราบแนวทางการบริหารจัดการโครงการวิจัยยางพาราแบบมุ่งเป้า ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่เน้นเรื่องของการบูรณาการด้านองค์ความรู้

หัวหน้าโครงการได้เข้าพบท่านที่ปรึกษาโครงการท่านยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์ ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และนโยบายการลงทุน (ผู้อำนวยการระดับสูง) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2555 และเข้าพบท่านอีกหลายครั้งหลังจากนั้น ซึ่งในแต่ละครั้งท่านได้กรุณาให้ข้อมูลเชิงนโยบาย และภาพรวมของการลงทุนระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมยางพาราไทย รวมทั้งแนะนำให้คณะผู้วิจัย ฯ เข้าร่วมประชุมการรับฟังความคิดเห็น ร่าง แผนยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง เพื่อส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ระยะ 5 ปี ในวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ที่ผ่านมา ณ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ซึ่งหัวหน้าโครงการได้เข้าร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ตัวแทนทั้งจากภาคเอกชนและภาครัฐ บริษัท และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สภาอุตสาหกรรม สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ บริษัทดันlop บริดสโตน มิเชลิน Innovation Group (Thailand) Co., Ltd. บริษัท PI Industry ซึ่งข้อมูลในการประชุมครั้งนี้ได้มีการบันทึกเสียงด้วยระบบดิจิทัลและถอดข้อความสำคัญไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในงานวิจัยต่อไป

รายละเอียดขั้นตอนก่อนการเก็บข้อมูลรายบริษัทโดยวิธีการสัมภาษณ์ ในเดือน กันยายน พ.ศ. 2555 หัวหน้าโครงการได้จัดทำเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยโดยได้รับการบอกกล่าวและเต็มใจ แบบเสนอโครงการวิจัย โครงร่างวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และเอกสารอื่นใดที่เกี่ยวข้องเพื่อขอรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนสาขาสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการที่กล่าวในวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 แล้ว นั้น (ดูภาคผนวก) คณะผู้วิจัย ฯ จึงได้เริ่มเก็บข้อมูลรายบริษัทในประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยในเดือนพฤศจิกายนได้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการและ ประธานกรรมการบริษัท) ของ 2 บริษัทในอุตสาหกรรมยางพาราไทย และในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติมรายบริษัทอีกจำนวน 2 บริษัท จากผู้จัดการทั่วไป และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สำหรับการเก็บข้อมูลในเดือนมกราคมนี้ คณะผู้วิจัย ฯ ได้ติดต่อบริษัทที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมยางพาราไทย และได้รับการตอบกลับว่าจะยืนยันการเข้าร่วมสัมภาษณ์หลังจากกลางเดือนมกราคมไปแล้ว เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงติดภารกิจอื่น ๆ ในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม พ.ศ. 2556 ได้เข้าพบกรรมการบริหารของบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ประธานกรรมการบริหารและรองผู้อำนวยการสายโรงงานบริษัท ไทยฮั้วยางพารา จำกัด (มหาชน) BOI Manager ของบริษัทซูมิโตโม รีเบอรั (ไทยแลนด์) จำกัด และผู้จัดการทั่วไปของบริษัท สแตมฟอร์ด ไทรัส ดิสทริบิวเตอร์ จำกัด เพื่อสัมภาษณ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมบริษัทไทยในอุตสาหกรรมยางพารา

หัวหน้าโครงการวิจัย ฯ ได้เข้าร่วมงาน TyreExpo ซึ่งมีขึ้น ณ เมือง สิงคโปร์ ประเทศสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 19-21 มีนาคม 2556 เพื่อเก็บข้อมูลจากบริษัทข้ามชาติเอเชีย และพบปะกับหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางล้อ การเดินทางไปยังประเทศสิงคโปร์เพื่อเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มาร่วมแสดงนิทรรศการ ได้แก่ บริษัท Eversafe Rubber Works Sdn. Bhd., บริษัท Multistrada Arah Sarana Tbk และบริษัท YHI Corporation (Singapore) Pte Ltd ซึ่งผลที่ได้จากการเข้าร่วมงาน TyreExpo คือได้ข้อมูลกรณีศึกษารายบริษัทในเรื่องการลงทุนต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวบรวมหลักฐานเชิงประจักษ์ของการตอบสนองที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทยและการรวมตัวทางเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ ข้อดี ปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทยในปัจจุบัน อีกทั้ง ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบปัจจัยเฉพาะระดับประเทศของประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ซึ่งโครงการวิจัย ฯ สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่มีประโยชน์กับงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของโครงการข้อที่ 1 และ 3 ได้

ในช่วงระหว่างวันที่ 10-12 เมษายน หัวหน้าโครงการวิจัย ฯ ได้เข้าร่วมการประชุมและงานมหกรรม “ASEAN Plus 2013 Rubber Conference and Exhibition: Direction and Growth of ASEAN Plus in the Rubber Industry” จัดที่โรงแรมฮิลตัน อาคาเดีย รีสอร์ทและสปา จังหวัดภูเก็ต ผู้เข้าร่วมประชุม เช่น

Dr. Stephen V. Evans, Secretary General of the International Rubber Study Group (IRSG), Singapore  
Mr. Daud Husni Bastari, Chairman, Indonesian Rubber Association (Gapkindo), Indonesia

Dr. Krisda Suchiva, Deputy Director of National Metal and Materials Technology Center and Mahidol University, Thailand

Dr. Hidde P. Smit, former Managing Director of the Economic and Social Institute, Free University, Amsterdam and former Secretary-General of the International Rubber Study Group, Netherland

และตัวแทนจากประเทศมาเลเซีย อินเดีย พม่า จีน เวียดนาม สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย กัวเตมาลา เนเธอร์แลนด์

ระหว่างการประชุมนี้ หัวหน้าโครงการได้สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทข้ามชาติมาเลเซียเพิ่มเติมอีก 1 บริษัท และได้พูดคุยกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอีก 4 ท่าน รวมทั้งได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้อำนวยการของบริษัท TechnoBiz Communications จำกัด

วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 คณะทำงานเศรษฐกิจมหภาค การเงิน การคลัง สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดการสัมมนาระดมความคิดเห็น เรื่อง “การลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลผลิตของยางไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community:AEC) ในปี 2558” หัวหน้าโครงการ ฯ ได้ตอบรับการเข้าร่วมสัมมนา และได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากแก่โครงการวิจัย ฯ ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐ นักวิชาการ นักวิจัย ผู้แทนเกษตรกร เช่น

ท่านอุทัย สอนหลักทรัพย์ ประธานคณะทำงานเศรษฐกิจมหภาค การเงิน การคลัง สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ท่านวรารณ ขจรไชยกุล ผู้อำนวยการโครงการวิจัยแห่งชาติ: ยางพารา ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ท่านอานวย ปะติเส ประธานที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ท่านวรเทพ วงศาสุทธิกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไทยรับเบอร์ล้าเทคส์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และประธานคณะกรรมการมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ และสนับสนุนเครือข่ายสถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ดร. ธนิต โสรัตน์ เลขาธิการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และรองประธานคณะทำงานเศรษฐกิจมหภาค การเงิน การคลัง สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 หัวหน้าโครงการ ฯ ได้เข้าร่วมประชุมเพื่อรายงานความก้าวหน้า 8 เดือน โครงการวิจัยแบบมุ่งเป้าเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศด้านยางพาราปีงบประมาณ 2555 ที่โรงแรมบางกอกกษุณา



ผลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลและการร่วมประชมรับฟังความคิดเห็น ฯ การประชุมระดับนานาชาติ รวมทั้งการประชุมเพื่อรายงานความก้าวหน้าดังกล่าวคือ ได้ข้อมูลกรณีศึกษารายบริษัทในเรื่องการลงทุนต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวบรวมหลักฐานเชิงประจักษ์ของการตอบสนองที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทยและการรวมตัวทางเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ เช่น ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ กลยุทธ์ในการขยายตัวขององค์กรตามแนวราบและตาม แนวตั้ง อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มาตรการส่งเสริมการลงทุน คุณภาพและราคาของวัตถุดิบ การแทรกแซงกลไกตลาด ราคาพลังงาน แรงงาน รวมทั้งข้อดี ปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซียในปัจจุบัน รายละเอียดดังปรากฏในบทที่ 4 ผลการศึกษา

### 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

Gerring (2007) กล่าวว่าไว้ว่า “หนึ่งในคุณสมบัติอันดับต้น ๆ ของวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษา คือ ความลึกของการวิเคราะห์” ความลึกของการวิเคราะห์นั้น เกี่ยวข้องกับเทคนิคหลักในการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ 2 รูปแบบด้วยกัน หนึ่งคือ “การวิเคราะห์ภายในกรณี” จะถูกใช้ตั้งแต่เริ่มแรกของขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (Eisenhardt 1989: 540) ณ จุดเริ่มต้นของการศึกษานี้ นักวิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายกรณีศึกษาทุกรายกรณี โดยวิเคราะห์เป็นรายกรณีไป วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธีได้ถูกนำมาใช้ เป็นต้นว่า เอกสารอ้างอิง บันทึกภาคสนาม สำเนาของการสัมภาษณ์

“การวิเคราะห์ภายในกรณี” ช่วยในการระบุปัญหาในการทำวิจัย และยังทำให้ผู้ทำการวิจัยได้มาซึ่งการเข้าใจอย่างลึกซึ้งของการขยายตัวสู่ต่างประเทศของแต่ละบริษัท ความสัมพันธ์บางประการระหว่างตัวแปร หลังจากแต่ละกรณีถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ นักวิจัยจะเริ่มใช้ “การวิเคราะห์ข้ามกรณี” การวิเคราะห์ข้ามกรณีช่วยให้นักวิจัยมองเห็นความเหมือนกับความแตกต่างระหว่างบริษัท (Eisenhardt 1989: 540) ความขัดแย้งและ หลักฐานที่ทำทลายจากทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว เป็นสิ่งสำคัญมากต่อการพัฒนาทฤษฎีใหม่ (Gillham 2000)

เทคนิคการสร้างคำอธิบายจะถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายแต่ละกรณี ต่อมาผลการวิจัยที่ได้มาจากการใช้เทคนิคนี้จะถูกนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ในทุกกรณี เทคนิคนี้มักใช้ขั้นตอนซ้ำ ๆ หลักฐานที่มาจากหลายแห่งจะถูกนำมาใช้เพื่อให้บรรลุการสร้าง ความเที่ยงตรงภายใน ข้อมูลเชิงประจักษ์จากหลายแหล่งที่จะได้รับการจัดระเบียบและหมวดหมู่ตามแหล่งที่มา ความสัมพันธ์และบทความที่ค้นพบ การกระทำเช่นนี้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในผลการวิจัย (Eisenhardt 1989: 541) นอกจากนี้มันยังช่วยลดผลลัพธ์ที่ลำเอียงจากข้อมูลที่ได้ในช่วงต้นของการศึกษา (Hartley 2004) ข้อมูลจะถูกเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่มีอยู่

### 3.9 ข้อจำกัดของวิธีการทำวิจัยแบบกรณีศึกษา

การศึกษาแบบกรณีศึกษาไม่สามารถใช้สรุปอ้างอิงเป็นการทั่วไปของประชากรทั้งหมด ตามหลักสถิติแล้ว การศึกษาแบบรายกรณีเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการค้นคว้าระดับย่อย (Gerring 2007) Yin (2003: 10) ได้กล่าวไว้ว่า “การศึกษาแบบรายกรณี เช่นเดียวกับการทดลอง ผลการค้นคว้าจะใช้สรุปอ้างอิงเป็นหลักทั่วไปตามข้อเสนอเชิงทฤษฎีทางการวิจัยที่พัฒนาขึ้นได้ แต่ไม่สามารถใช้อ้างอิงหรือให้ได้มาซึ่งข้อสรุปสำหรับประชากรทั้งหมด”

บทวิจารณ์ที่เห็นได้บ่อย ๆ ของวิธีการศึกษารายกรณี คือ “ขาดความเข้มงวด” (Flyvbjerg 2004: 428; Yin 2003: 10) ปัญหานี้สามารถแก้ไขได้โดยการทำตามขั้นตอนการศึกษารายกรณี ซึ่งมีการรวบรวมตามแบบแผนการทำวิจัยอย่างเป็นระบบ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

- บริษัทกรณีศึกษาส่วนใหญ่เน้นการส่งออกเป็นกลยุทธ์หลักในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ โดยประเทศที่เป็นตลาดหลัก คือ ประเทศจีน ปัจจัยในการเลือกตลาดส่งออกนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Factor) โดยเน้นประเทศในกลุ่มที่มีการบริโภคผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น เส้นด้ายยางยืด ชิ้นส่วนยานยนต์ในปริมาณที่มาก ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงและมีความแข็งแกร่งในอุตสาหกรรมยางพารา ได้แก่ บริษัทจากประเทศมาเลเซีย เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย สำหรับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียนั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ปัจจัยระดับประเทศ (Country Specific Factor) และ ปัจจัยระดับบริษัท (Firm Specific Factor)

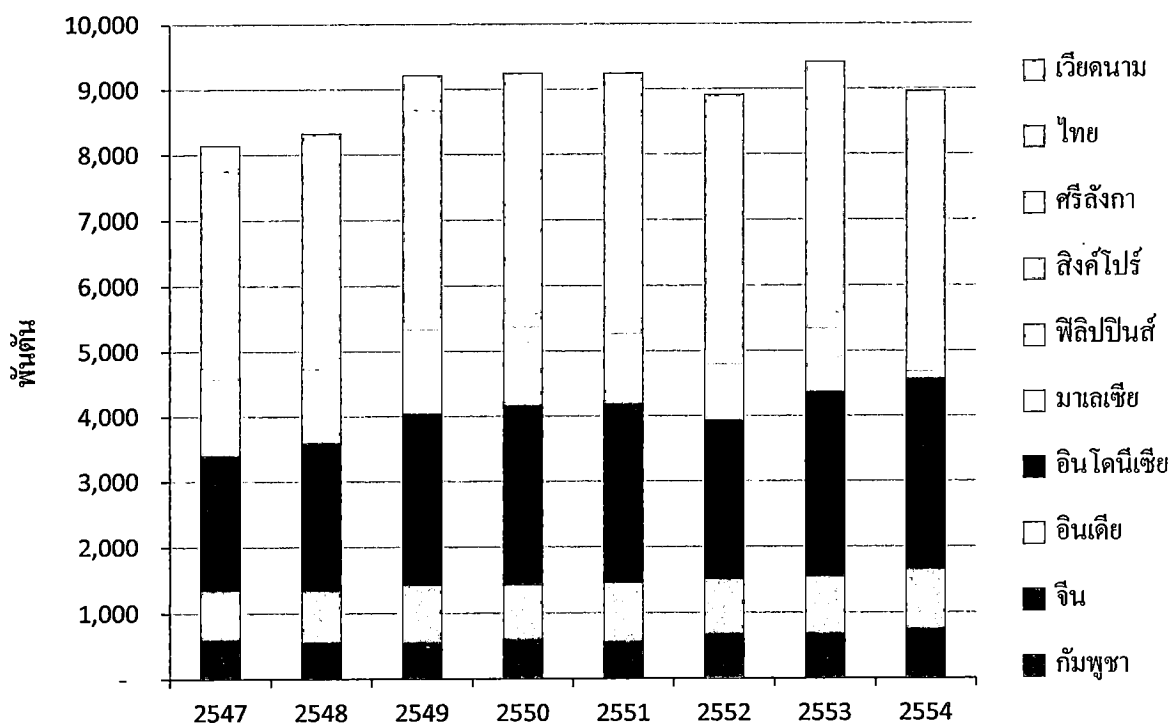
### 4.1 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียนในอุตสาหกรรมยางพารา

บริษัทกรณีศึกษาได้ระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศที่มีบทบาทสำคัญและส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวสู่ต่างประเทศ ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบ ปริมาณการบริโภคยาง ปริมาณและมูลค่าการส่งออก ปริมาณและมูลค่าการนำเข้า มาตรการส่งเสริมการลงทุน ระบบสาธารณูปโภคและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมาณของวัตถุดิบนั้นถูกจัดลำดับความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ในมุมมองของผู้บริหารบริษัทข้ามชาติไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ส่วนบริษัทข้ามชาติที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศสิงคโปร์ ให้ความสำคัญกับบทบาทของนโยบายการค้าและการลงทุนอย่างเสรีอันจักส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและการลงทุนระหว่างประเทศ

#### 4.1.1 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): ปริมาณของวัตถุดิบ

จากภาพที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นต้นน้ำ มุ่งเน้นด้านการผลิตยางธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งในโลกโดยมียอดรวมการผลิตในปี 2554 อยู่ที่ 3,247,000 ตัน คิดเป็นสัดส่วนหนึ่งในสามของปริมาณการผลิตในระดับโลกทั้งหมด ส่วนคู่แข่งอันดับต้น ๆ นั้น ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย (2,938,000 ตัน) มาเลเซีย (1,050,000 ตัน) อินเดีย (890,000 ตัน) และเวียดนาม (780,000 ตัน) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามประเทศไทยทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศอินโดนีเซียสามารถใช้ประโยชน์จากปัจจัยเฉพาะระดับประเทศด้านนี้เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการส่งออกและขยายตัวสู่ต่างประเทศ อีกทั้งส่งผลต่ออุปทานและราคาในตลาดโลกด้วย

ส่วนประเทศสิงคโปร์นั้นมียุทธศาสตร์ที่แตกต่างจากประเทศไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย กล่าวคือ มุ่งเน้นไปทางด้านการกระจายสินค้ายางพารามากกว่าที่จะเน้นการเพาะปลูก เนื่องด้วยสภาพภูมิศาสตร์ของประเทศทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่น้อย ถึงแม้ว่าประเทศสิงคโปร์จะเคยปลูกยางพาราเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2504 ถึง 2523 แต่ในภายหลังได้ลดจำนวนลงและเลิกการเพาะปลูกไปในที่สุด พร้อมกับการพัฒนาประเทศไปในทิศทางอื่น โดยมุ่งเน้นให้สิงคโปร์เป็นประเทศชั้นนำที่พัฒนามากกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน และเน้นการสร้างรายได้จากภาคบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการทางการเงิน การค้าและการลงทุน

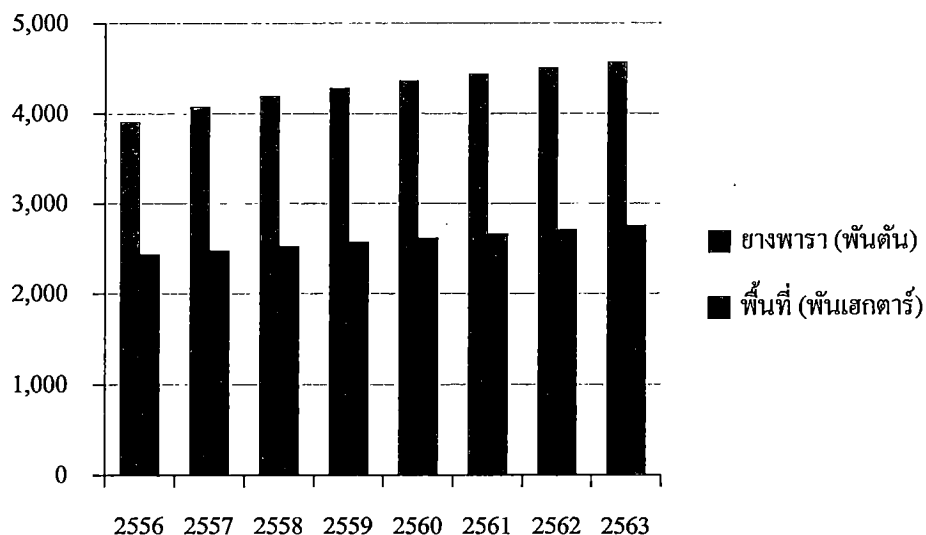


ภาพที่ 4.1 การผลิตยางพาราธรรมชาติในสมาชิกประเทศเพาะปลูกยางพาราระหว่างปี 2547 ถึง 2554 (พันตัน)

ที่มา: Association of Natural Rubber Producing Countries

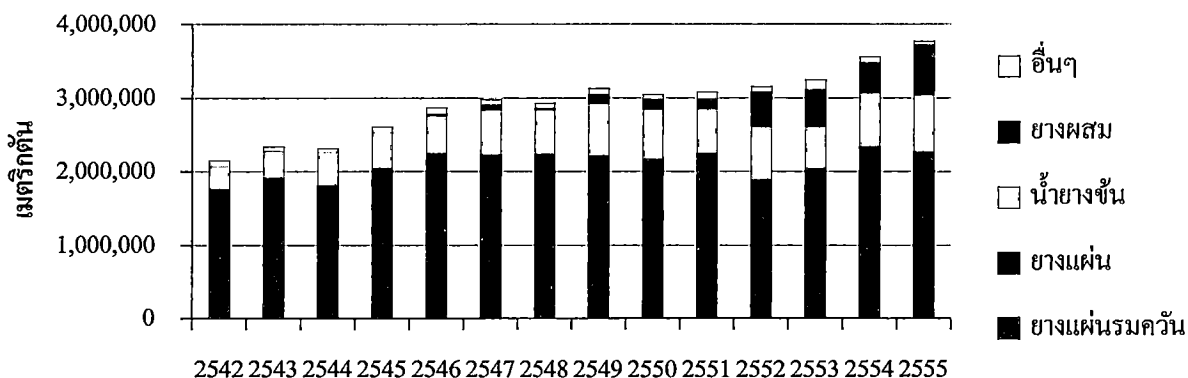
ช่วงต้นทศวรรษ 2540 การเพาะปลูกยางพาราได้ถูกแทนที่ด้วยการเพาะปลูกต้นปาล์มแทนเพราะราคายางพาราตกต่ำ (โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย) ซึ่งเกี่ยวเนื่องจากวิกฤตทางการเงินในภูมิภาคเอเชีย รวมไปถึงการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันปาล์ม ไม่ว่าอย่างไรก็ตามราคายางพาราได้กลับมาสูงเช่นเดิม จึงทำให้ชาวสวนกลับไปปลูกยางพารารอบใหม่ ได้มีการคาดการณ์ว่าภายในปีพ.ศ. 2563 พื้นที่ใช้สำหรับการเพาะปลูกยางพาราจะมีเยอะถึง 14.9 ล้านเฮกตาร์ (1 เฮกตาร์ เท่ากับ 1.6 ไร่) จาก 11.3 ล้านเฮกตาร์ ส่วนใหญ่เป็นของประเทศอินโดนีเซีย หรือประมาณ 728,000 เฮกตาร์ เวียดนาม 493,000 เฮกตาร์ ไทย 439,000 เฮกตาร์ และจีน 411,000 เฮกตาร์

จากภาพที่ 4.2 จะเห็นได้ว่าผลผลิตยางพาราทั้งหมดของไทยได้เพิ่มจำนวนน้อยกว่าเนื้อที่เพาะปลูก แสดงให้เห็นถึงจำนวนผลผลิตต่อไร่ที่ลดลง เกษตรกรและภาครัฐควรมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาโดยการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ยางพารา และการคัดเลือกพันธุ์ที่เหมาะสมต่อสภาพดินฟ้าอากาศในการเพาะปลูก และพัฒนาวิธีการดูแลต้นยางพารา อันจักส่งผลดีต่อราคาและประสิทธิภาพการผลิต



ภาพที่ 4.2 การคาดการณ์ของอุปทานและพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราของไทย ตั้งแต่ปี 2556 ถึง 2563

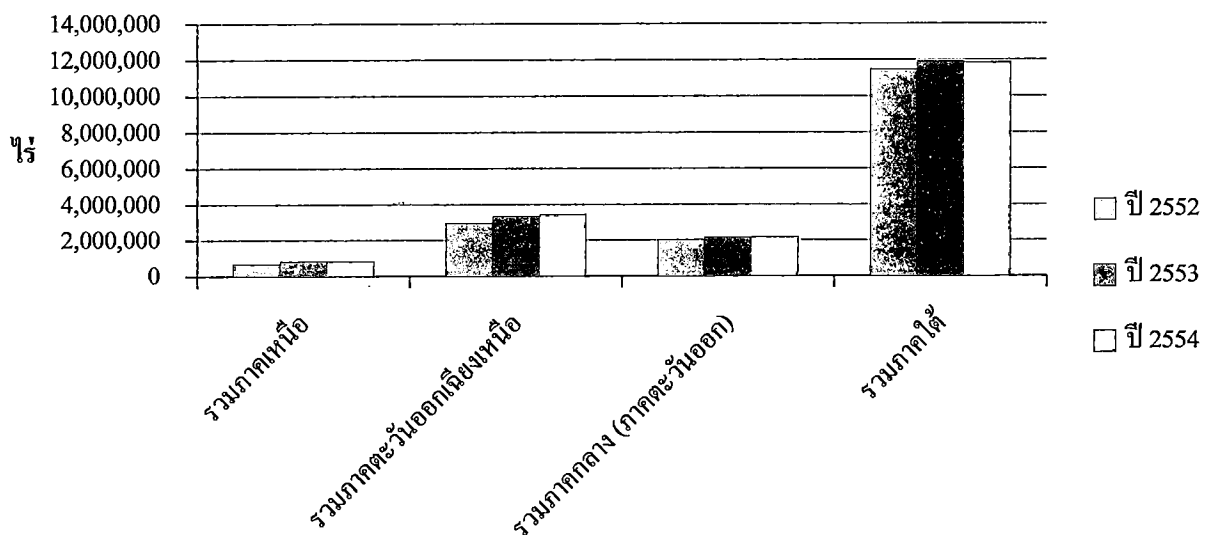
ที่มา: DBS และ Vickers



ภาพที่ 4.3 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภท ตั้งแต่ปี 2542 ถึง 2556

ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง

จากภาพที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงผลผลิตของอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นต้นของประเทศไทยโดยแยกตามประเภทที่มีการผลิต แบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ ยางผสม น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแผ่นรมควันและอื่น ๆ ในอดีตช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2542 จนถึงปีพ.ศ. 2546 ผลผลิตวัตถุดิบยางพาราของไทยมีการผลิตยางแผ่นรมควันมากที่สุด หากตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 เป็นต้นมา มีการเปลี่ยนแปลงเป็นการผลิตยางแผ่นเพิ่มขึ้น ส่วนผลผลิตรวมนั้นเห็นได้ชัดว่ามีจำนวนมากขึ้นทุกปี ดอกย้าให้เห็นถึงความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมยางพาราดันน้ำของไทย อย่างไรก็ตาม ผลผลิตยางสังเคราะห์ของไทยซึ่งเป็นผลผลิตของอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นกลางนั้นประเทศไทยยังคงเป็นรองประเทศอื่น ๆ อยู่มากโดยเฉพาะประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางสังเคราะห์อันดับหนึ่ง สองและสามของโลก



ภาพที่ 4.4 พื้นที่ปลูกยางพาราในไทย (ไร่) ระหว่างปี 2552 ถึง 2554  
ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง

จากภาพที่ 4.4 จะเห็นว่าภาคใต้มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราจำนวนเยอะที่สุด ตามมาด้วยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก ส่วนภาคเหนือมีจำนวนเพาะปลูกน้อยที่สุด จังหวัดที่มีการเพาะปลูกยางพารามากที่สุดคือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดปทุมธานีนั้นไม่มีการจดบันทึกว่ามีการเพาะปลูกยางพาราแต่อย่างใด

สำหรับประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติอันดับที่ 2 ของโลกนั้น Rusdan Dalimunthe ผู้จัดการสมาคมยางพาราของอินโดนีเซียกล่าวว่า ผลผลิตยางพาราของประเทศอินโดนีเซียในปีพ.ศ. 2556

อาจจะเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบปีต่อปีถึงร้อยละ 7 หรืออยู่ที่ประมาณ 3.2 ล้านตัน เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตยางพาราของอินโดนีเซียเมื่อปีพ.ศ. 2555 อยู่ที่ 3 ล้านตัน ซึ่งเกือบร้อยละ 90 ของยางพาราอินโดนีเซียนั้นได้มาจากการเพาะปลูกขนาดเล็ก (Renton, 2013)

ตารางที่ 4.1 ผลผลิตยางพาราระหว่างปี 2543 ถึง 2554 (ตัน)

ปี	ผลผลิต ยางพารา
2543	1,501,428
2544	1,607,460
2545	1,630,360
2546	1,792,350
2547	2,065,820
2548	2,279,890
2549	2,637,230
2550	2,755,172
2551	2,751,286
2552	2,440,347
2553	2,591,935
2554	3,088,400

ที่มา: กระทรวงการเกษตรอินโดนีเซีย

จากตารางที่ 4.1 ผลผลิตยางพาราได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงระหว่างปี 2543 จนถึงปี 2554 กล่าวคือ เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าตัว อย่างไรก็ตามการส่งออกสินค้ายางพาราของอินโดนีเซียยังคงต้องประสบกับสิ่งที่ท้าทายหลายอย่าง เช่น การให้ผลผลิตที่ค่อนข้างต่ำอันเนื่องมาจากการเพาะปลูกขนาดเล็ก ความกดดันในการพัฒนาอย่างยั่งยืน สินค้ามีคุณภาพต่ำ การลงทุนที่ต่ำ สาธารณูปโภคที่ไม่เพียงพอ หลักการทำการเกษตรที่ยังไม่มีการพัฒนาที่ดีพอ รวมไปถึงนโยบายของรัฐบาลที่ค่อนข้างเข้มงวด (Arifin, 2012)

#### ตารางที่ 4.2 พื้นที่เพาะปลูกยางพาราในอินโดนีเซีย (พันเฮกตาร์)

ปี	พื้นที่เพาะปลูกยางพารา ทั้งหมด
2546	3,290
2547	3,262
2548	3,279
2549	3,346
2550	3,414
2551	3,424
2552	3,435
2553	3,445
2554	3,456

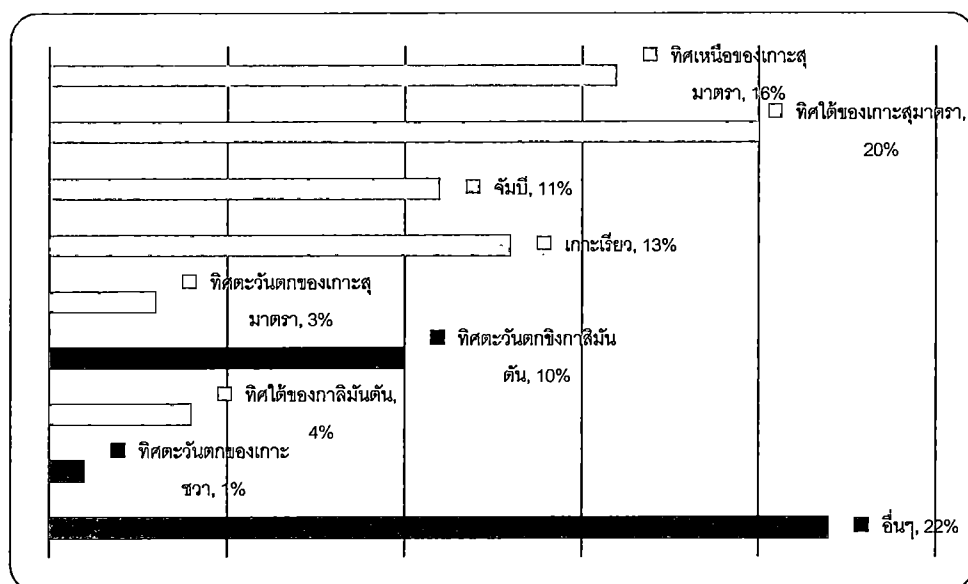
ที่มา: The Association of Natural Rubber Producing Countries

จากตารางที่ 4.2 สามารถเห็นได้ว่าพื้นที่ทั้งหมดที่ใช้สำหรับการเพาะปลูกยางพาราในประเทศอินโดนีเซียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแม้จะเพิ่มไม่มากนัก อยู่ราวๆ 3,290,000 ในปีพ.ศ. 2546 ถึง 3,456,000 เฮกตาร์ ในปีพ.ศ. 2554 หรือประมาณ 20 ถึง 21 ล้านไร่ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่กระทรวงเกษตรของอินโดนีเซียได้ริเริ่มโครงการฟื้นฟูยางพาราให้เป็นเป้าหมายที่สำคัญในปีพ.ศ. 2550 หากเปรียบเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกผลผลิตการเกษตรอื่น ๆ ยางพารายังคงครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด แต่ก็ยังได้ผลผลิตที่ค่อนข้างต่ำสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำซึ่งเป็นปัญหาเดียวกันกับประเทศไทย เนื่องจากการผลิตยางพาราส่วนใหญ่่นั้นมาจากครอบครัวเกษตรกรขนาดเล็ก ซึ่งผู้ประกอบการขนาดเล็กเหล่านี้ไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนอันจำเป็นต่อการขยายขนาดการเพาะปลูกให้มีขนาดใหญ่ขึ้นได้ อีกทั้งการขาดเงินทุนส่งผลให้การพัฒนาและใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อการผลิตในอุตสาหกรรมยางพาราขั้นต้นและขั้นกลางเป็นไปได้ยากและไม่เห็นความก้าวหน้ามากนักในส่วนนี้

รัฐบาลของอินโดนีเซียมีมาตรการฟื้นฟูโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตโดยเฉลี่ยร้อยละ 44.5 ต่อปี หรือ 1,300 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ โครงการฟื้นฟูนี้มีเป้าหมายครอบคลุม พื้นที่จำนวน 350,000 เฮกตาร์สำหรับการเพาะปลูกและ 300,000 เฮกตาร์สำหรับการฟื้นฟูดิน รัฐบาลให้การสนับสนุนแผนการนี้โดยการ



อนุมัติงบประมาณมากถึง 5 ล้านล้านรูเปียห์ หรือประมาณ 530 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ๗ โดยคาดว่าจะภายใน 3 ปี ข้างหน้า จะสามารถใส่ปุ๋ยได้ประมาณ 50,000 เฮกตาร์ ส่วนที่เหลือก็สามารถเริ่มปลูกได้เลย ความสามารถในการผลิตเป็นปัญหาหลักของผู้เพาะปลูกพื้นเมืองชาวอินโดนีเซีย เมื่อวิเคราะห์จากปริมาณผลผลิตที่ต่ำกว่าพื้นที่อื่นในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซีย ประเทศไทย ซึ่งสามารถผลิตได้ประมาณ 1,500 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์



ภาพที่ 4.5 ส่วนแบ่งการผลิตยางพาราภายในประเทศอินโดนีเซียเมื่อปี 2554

ที่มา: กระทรวงการเกษตรอินโดนีเซีย 2011

จากภาพที่ 4.5 ประมาณร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมดที่ปลูกยางพาราในประเทศอินโดนีเซียอยู่ในพื้นที่ของเกาะสุมาตราและกาลิมันตัน จะเห็นได้ว่าเกาะสุมาตรามีส่วนในการผลิตยางพาราทั่วประเทศมากถึงร้อยละ 40 โดยเฉพาะทางภาคใต้ของเกาะ ตามมาด้วยเกาะเรียว จัมบิและเกาะกาลิมันตัน ทางภาคใต้ของเกาะสุมาตรามีความได้เปรียบหลายอย่างที่จำเป็นต่อการปลูกยางพารา เช่น มีแรงงานราคาถูกจำนวนมาก และที่ดินที่เหมาะสมสำหรับการปลูกต้นยางพารา ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราทางตอนใต้ของเกาะสุมาตราเป็นชาวสวนพื้นเมือง ซึ่งรวมถึง state-owned Perkebunan Negara (PTPN) VII, Sampoerna Agro ดำเนินกิจการโดยครอบครัว Sampoerna, และ London Sumatra Indonesia ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของอินโดนีเซีย สำหรับ PTPN VII นั้นมีการเพาะปลูกยางพารารวม 65,8000 เฮกตาร์ ส่วน Sampoerna Agro มีการเพาะปลูกยางพาราเพียง 183 เฮกตาร์ London Sumatra Indonesia เน้นทำธุรกิจเกี่ยวกับการผสมพันธุ์ต้นยาง การ

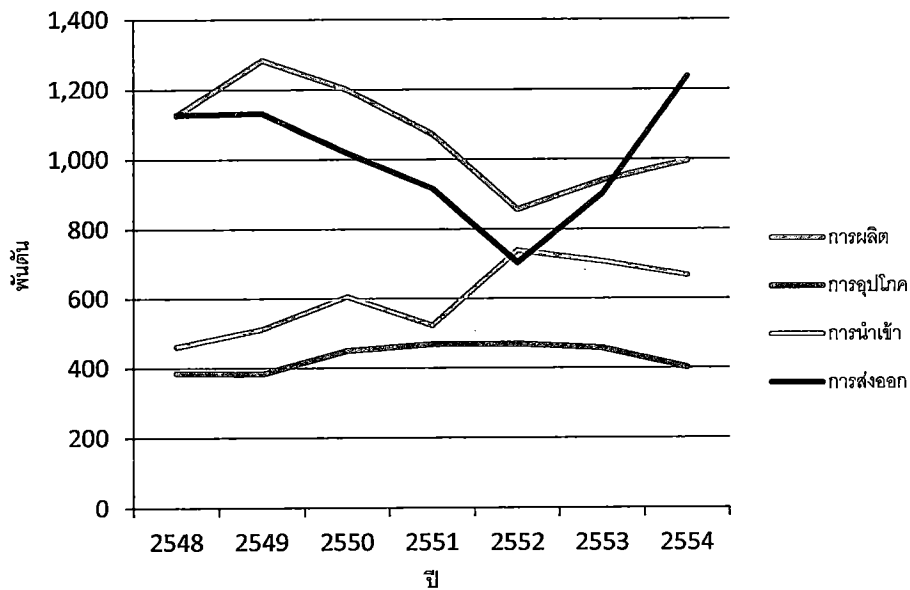
ปลูก การเก็บเกี่ยว การดำเนินการและการขาย รวมไปถึงต้นปาล์ม น้ำมันปาล์ม โกโก้ ชา มะพร้าวและกาแฟอีกด้วย (Indonesia provincial, 2012)

ตารางที่ 4.3 ผลผลิตยางพาราแห่งระหว่างปี 2552 ถึง 2554

เดือน	ผลผลิตยางพารา แห่ง ปี 2552	ผลผลิตยางพารา แห่ง ปี 2553	ผลผลิตยางพารา แห่ง ปี 2554
มกราคม	50.0	51.8	57.6
กุมภาพันธ์	45.5	47.1	52.4
มีนาคม	40.1	41.6	46.2
เมษายน	38.8	40.2	44.6
พฤษภาคม	47.2	48.9	54.4
มิถุนายน	43.5	45.1	50.1
กรกฎาคม	45.8	47.5	52.8
สิงหาคม	41.7	43.3	48.2
กันยายน	38.4	39.9	44.4
ตุลาคม	38.2	39.7	44.2
พฤศจิกายน	39.9	41.4	46.2
ธันวาคม	53.2	55.1	61.4
รวม	522.3	541.6	602.5

ที่มา: สำนักงานสถิติส่วนกลางอินโดนีเซีย

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่าผลผลิตยางพาราแห่งได้เพิ่มขึ้นทุกปีระหว่างปี 2552 ถึง 2554 แต่ภายในแต่ละเดือนจะได้ผลผลิตที่แตกต่างกัน เป็นเพราะว่าฤดูกาลที่เปลี่ยนไป เดือนธันวาคมเป็นเดือนที่สามารถได้ผลผลิตมากที่สุดในรอบปี รองลงมาเป็นเดือนมกราคม ผลผลิตจากปี 2554 ได้เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึงร้อยละ 11.24

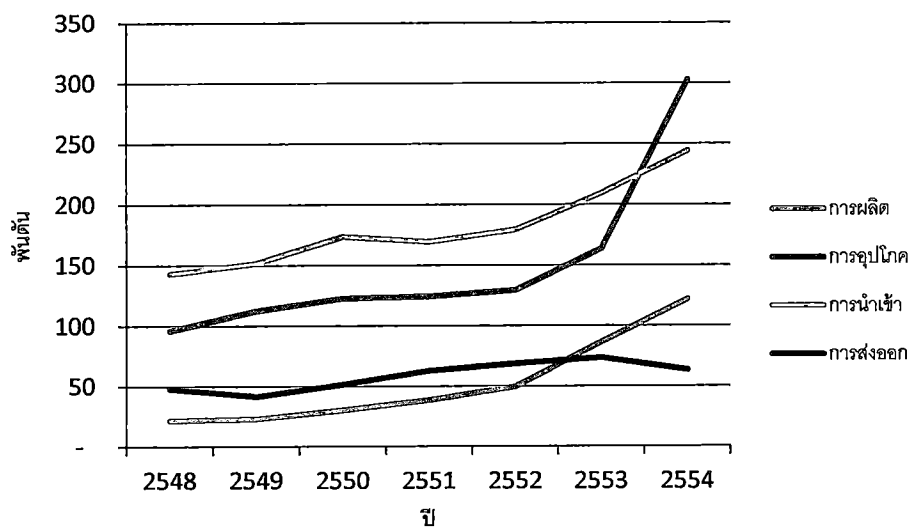


ภาพที่ 4.6 ปริมาณการผลิต การอุปโภค การนำเข้าและการส่งออกยางธรรมชาติของมาเลเซียตั้งแต่ปี 2548 ถึง 2554 (หน่วย: พันตัน)

ที่มา : International Rubber Study Group (IRSG)

มาเลเซียเป็นประเทศที่สามารถผลิตยางธรรมชาติได้มากที่สุดเป็นอันดับที่ 3 ของโลก รองจากประเทศไทยและอินโดนีเซีย การผลิตยางธรรมชาติของมาเลเซียคิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตยางทั้งหมดทั่วประเทศ จากภาพที่ 4.6 จะเห็นได้ว่าการผลิตยางธรรมชาติของมาเลเซียได้ลดลงตั้งแต่ปีพ.ศ. 2549 การที่ผลผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นต้นลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปี (พ.ศ. 2549 – 2551) นั้นอาจจะมีสาเหตุมาจากพื้นที่เพาะปลูกที่น้อยลง รวมทั้งนโยบายภาครัฐที่เร่งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา โดยมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายให้มากขึ้น ในส่วนของการอุปโภคบริโภค การนำเข้าและการส่งออกนั้นจะกล่าวถึงในภายหลังดังปรากฏในหัวข้อย่อย 4.1.2 4.1.3 และ 4.1.4

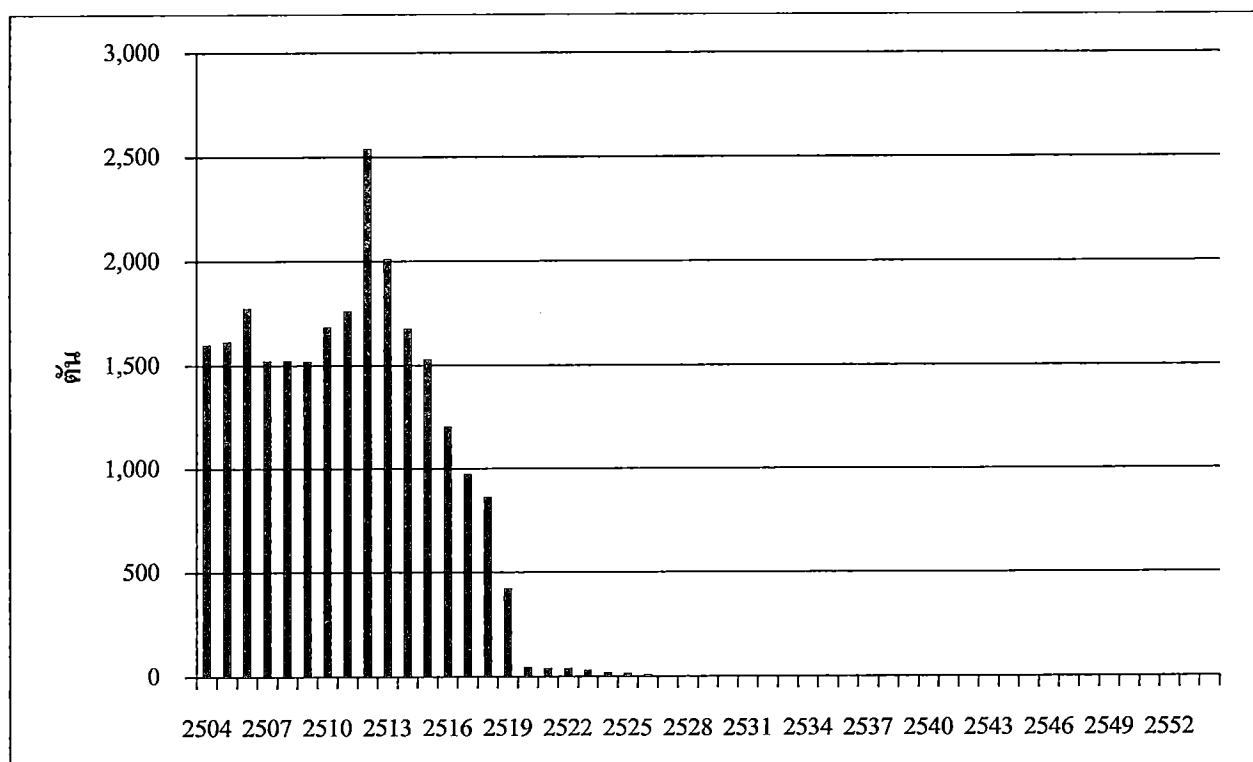
อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ประเทศมาเลเซียสามารถผลิตยางธรรมชาติได้มากขึ้น หากแต่ปริมาณการส่งออกได้ลดลงเนื่องจากราคาของยางสูงขึ้นส่งผลต่อความต้องการซื้อปรับตัวลดลง แต่ยังคงสามารถทำสถิติมูลค่าการส่งออกโดยรวมได้มากตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 9 พันล้านริงกิต ในปีพ.ศ. 2549 และเพิ่มเป็นมากกว่า 11 พันล้านริงกิตใน 2 ปีถัดมา ในปีพ.ศ. 2552 การส่งออกได้ลดลงประมาณร้อยละ 5.7 เนื่องจากรับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกถดถอย



ภาพที่ 4.7 ปริมาณการผลิต การอุปโภค การนำเข้าและการส่งออกยางสังเคราะห์ของมาเลเซียตั้งแต่ปี 2548 ถึง 2554 (หน่วย: พันตัน)

ที่มา : International Rubber Study Group (IRSG)

ในขณะเดียวกัน การผลิตยางสังเคราะห์ได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 ในปีพ.ศ. 2554 (ภาพที่ 4.7) จะสังเกตได้ว่าปริมาณการอุปโภคยางสังเคราะห์ภายในประเทศมาเลเซียสูงมาก คิดเป็นจำนวนกว่า 300,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 ยิ่งไปกว่านั้น ปริมาณยางสังเคราะห์ที่ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของบริษัทในอุตสาหกรรมยางพารามาเลเซีย ส่งผลให้มีการนำเข้ายางสังเคราะห์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งของมาเลเซียในการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลาย จึงมีการใช้ยางสังเคราะห์เป็นจำนวนมากในกระบวนการผลิต



ภาพที่ 4.8 การผลิตยางพาราธรรมชาติของสิงคโปร์ตั้งแต่ปี 2504 ถึง 2554 (ตัน)

ที่มา: **FAOSTAT database** ของ the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 ประเทศสิงคโปร์มีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับภาคอุตสาหกรรมได้แพร่หลายทั่วโลก โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งสิงคโปร์มีบทบาทสำคัญเนื่องจากเป็นหนึ่งในผู้ผลิตวัตถุดิบทั้งดีบุกและยางพาราเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสินค้าเหล่านั้นซึ่งส่วนมากมักมาจากอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว หากแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ได้สร้างความหายนะอย่างมหาศาลต่อประเทศต่าง ๆ รวมทั้งสิงคโปร์ด้วยก่อให้เกิดการชะงักงันทางเศรษฐกิจ ต่อมาในปีพ.ศ. 2504 (จากภาพที่ 4.8) เป็นช่วงที่ประเทศสิงคโปร์ได้เริ่มก่อร่างสร้างตัว โดยเป็นศูนย์กลางค้าขายดีบุกและยางพารา หากแต่ในระยะหลังสิงคโปร์ได้ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ของประเทศโดยให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของภาคบริการมากกว่าภาคเกษตรและอุตสาหกรรม จึงทำให้การผลิตและการปลูกยางพาราธรรมชาติค่อยๆหายไปที่สุดในที่สุด

#### 4.1.2 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): การบริโภคยาง

ตัวเลขปริมาณการใช้ยางธรรมชาติสำหรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราปรับตัวสูงขึ้นจาก 278,355 ตัน ในปีพ.ศ. 2545 เป็น 486,745 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 และเพิ่มขึ้นเป็น 505,052 ตัน ในปี พ.ศ. 2555 ตามลำดับ จาก

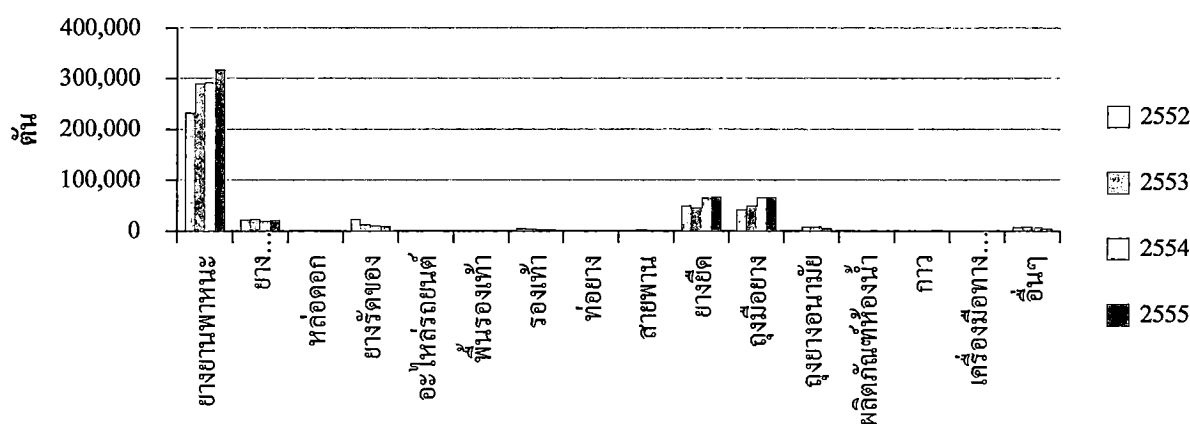
ตัวเลขปริมาณการแปรรูปยางพาราในประเทศไทยซึ่งมีปริมาณที่มากกว่าตัวเลขของประเทศมาเลเซีย ในปีพ.ศ. 2554 ปริมาณการแปรรูปยางพาราในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 486,745 ตัน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีการแปรรูปยางพาราเพียง 401,923 ตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.3 ของปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติทั้งหมดของประเทศมาเลเซีย สัดส่วนที่สูงกว่านี้เป็นเพราะประเทศไทยสามารถผลิตยางธรรมชาติได้ในปริมาณที่มากกว่าประเทศมาเลเซีย (ท่านยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์, บทความตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 2 เมษายน 2556)

ตารางที่ 4.4 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราในประเทศไทยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ระหว่างปี 2552 ถึง 2555 (หน่วย: ตัน)

ประเภทผลิตภัณฑ์	2552	2553	2554	2555
ยางยานพาหนะ	233,257	290,982	292,963	317,654
ยางรถจักรยานยนต์	22,787	24,262	20,858	21,958
ล้อดอก	2,153	2,452	-	1,057
ยางรัดของ	23,806	13,101	10,954	10,032
อะไหล่รถยนต์	1,556	1,704	1,016	1,247
พื้นรองเท้า	1,422	1,289	1,403	1,018
รองเท้า	5,419	4,950	3,765	3,032
ท่อยาง	529	636	569	739
สายพาน	2,457	2,763	1,557	1,513
ยางยืด	50,107	46,064	66,054	67,078
ถุงมือยาง	42,635	49,663	67,413	66,381
ถุงยางอนามัย	1,396	8,563	9,353	5,285
ผลิตภัณฑ์ห้องน้ำ	371	326	260	262
กาว	1,659	2,036	1,961	2,274
เครื่องมือทางการแพทย์/ วิทยาศาสตร์	1,706	1,185	650	684
อื่นๆ	8,003	8,661	7,969	4,838

ประเภทผลิตภัณฑ์	2552	2553	2554	2555
รวม	399,263	458,637	486,745	505,052

ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง



ภาพที่ 4.9 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราในประเทศไทยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ระหว่างปี 2552 ถึง 2555 (ตัน)

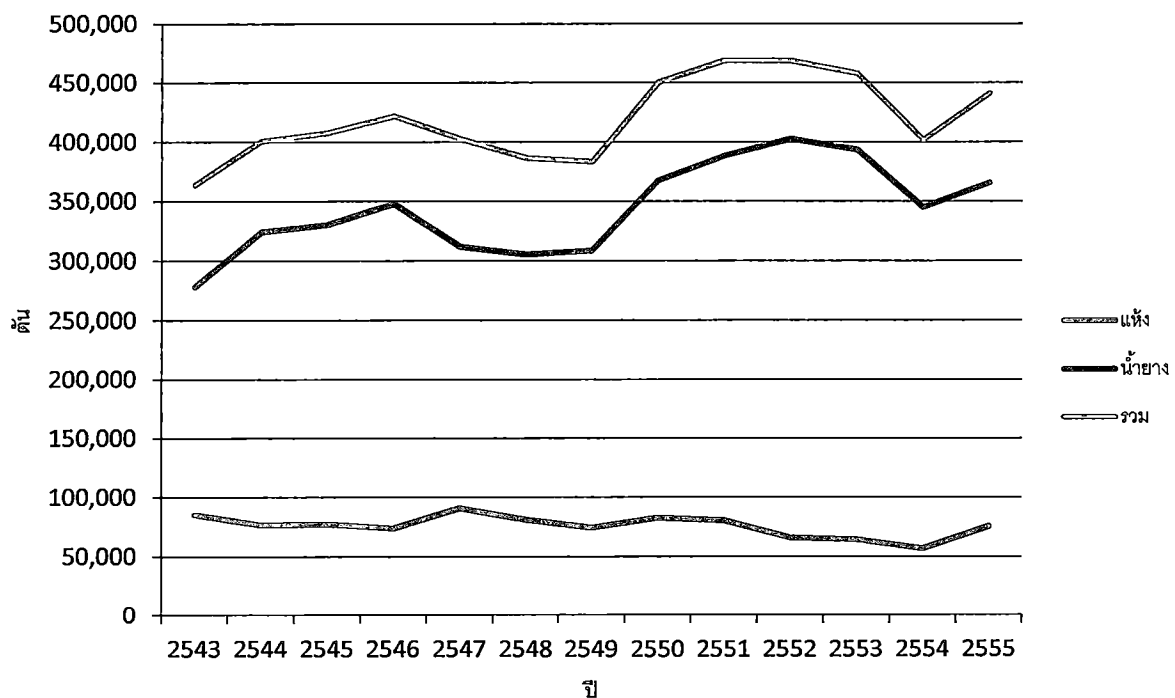
ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง

จากตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.9 ยางยานพาหนะเป็นผลิตภัณฑ์จากยางขึ้นปลายที่ประเทศไทยมีการใช้ยางธรรมชาติมากที่สุดระหว่างปีพ.ศ. 2552 ถึงพ.ศ. 2555 โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณการใช้ยางพาราภายในประเทศทั้งหมด รองลงมาเป็น ยางยืดและถุงมือยาง ส่วนปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ห่อหุ้มนั้นมีจำนวนน้อยที่สุด จากสถิติยางพาราไทยของสถาบันวิจัยยาง จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความต้องการยางพาราธรรมชาติเพื่อใช้ในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่ดี

การใช้ยางพาราภายในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2552 ถึงพ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 399,263 ตันต่อปีในปีพ.ศ. 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 505,052 ตันต่อปีในปีพ.ศ. 2555 โดยประเทศไทยมีความต้องการใช้ยางแท่งมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ทั้งนี้ เนื่องจากยางแผ่นรมควันและยางแท่งเป็นวัตถุดิบ ในอุตสาหกรรมยานยนต์ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมยางล้อ และ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ส่วนประกอบรถยนต์และยางอะไหล่ขยายเพิ่มขึ้นด้วย อุตสาหกรรมยางล้อเป็น อุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้ยางพารามากที่สุด จากข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร พบว่ามี

การใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นจาก 233,257 ตันในปี 2552 เป็น 317,654 ตันในปี 2555 รองลงมา ได้แก่ อุตสาหกรรมยาง ยึดมีความต้องการใช้ยางพารา 67,078 ตัน และอุตสาหกรรมถุงมือยาง มีความต้องการใช้ยางพารา 66,381 ตัน

ในขณะนี้ประเทศมาเลเซียได้รั้งอันดับที่ 11 ของประเทศที่บริโภคยางพาราทั้งหมด (ทุกประเภทรวมกัน) มากที่สุดของโลก ส่วนประเทศผู้บริโภคยางพาราทั้งหมด 10 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย เยอรมนี บราซิล ไทย รัสเซีย เกาหลีใต้และอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตามการบริโภคยางพาราธรรมชาติของมาเลเซียนั้นรั้งอยู่ที่อันดับที่ 7 ของประเทศที่บริโภคยางพาราธรรมชาติที่มากที่สุดในโลก ซึ่งยังน้อยกว่าประเทศจีน สหรัฐอเมริกา อินเดีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย กลุ่มศึกษายางพาราสากลได้คาดการณ์ว่าความต้องการยางพาราทั้งหมดทั่วโลกในปีพ.ศ. 2556 จะสูงถึง 27.6 ล้านตัน แบ่งออกเป็นอุปสงค์ของยางสังเคราะห์ทั่วโลกที่จะเพิ่มจาก 15.4 ล้านตัน ในปีพ.ศ. 2555 (ประมาณร้อยละ 2.7) เป็น 15.9 ล้านตัน ในปีพ.ศ. 2556 ส่วนอุปสงค์ยางธรรมชาติของโลกจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2.5 ในปีพ.ศ. 2556 อยู่ที่ 11.7 ล้านตัน โดยเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2555 ซึ่งอยู่ที่ 11.2 ล้านตัน (Renton, 2012) การบริโภคยางธรรมชาติทั้งหมดของมาเลเซียได้เพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2554 จาก 401,923 ตัน เป็น 441,116 ตัน ในปีพ.ศ. 2555 ตัวเลขการบริโภคยางธรรมชาติของมาเลเซียปรากฏในภาพที่ 4.10

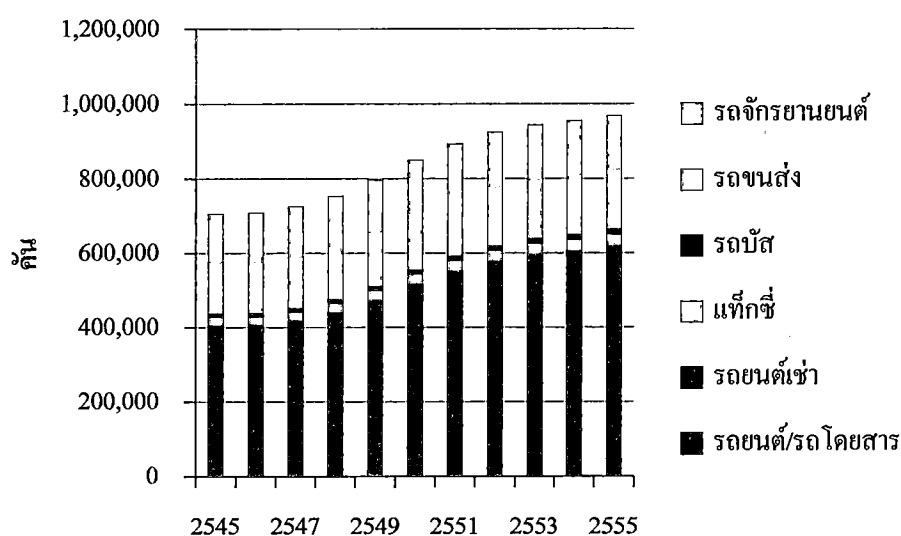


ภาพที่ 4.10 การบริโภคยางธรรมชาติของมาเลเซียระหว่างปี 2543 ถึง 2555 แบบตาราง (ตัน)  
ที่มา: กรมสถิติมาเลเซีย



เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ยางพาราธรรมชาติของอินโดนีเซียนั้นลดลงประมาณร้อยละ 1.3 ในช่วงเดือนธันวาคม ปีพ.ศ. 2555 อยู่ที่ 78,000 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันในปีพ.ศ. 2554 อยู่ที่ 84,795 ตัน เหตุผลหลักน่าจะมาจากอุปสงค์และการผลิตที่น้อยลงในอุตสาหกรรมยางล้อ อย่างไรก็ตามการผลิตภายในประเทศได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 อยู่ที่ 110,000 ตัน ซึ่งมากกว่าช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2554 ปริมาณรวมทั้งสิ้น 106,800 ตัน ส่วนในภาคอุตสาหกรรมขึ้นปลาย ความต้องการยางพาราธรรมชาติภายในประเทศอินโดนีเซียอยู่ที่ประมาณ 400,000 ถึง 500,000 ตันต่อปี อย่างไรก็ตามอัตราการผลิตของอุปสงค์ในประเทศได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 15% ซึ่งถือว่าค่อนข้างสูง อุตสาหกรรมยางล้อภายในประเทศมีส่วนในการบริโภคยางพาราประมาณร้อยละ 65 – 70 (Arifin, 2012) น่าจะเป็นหนึ่งในผลดีจากการลงทุนของบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมรถยนต์และยางล้อในประเทศอินโดนีเซีย

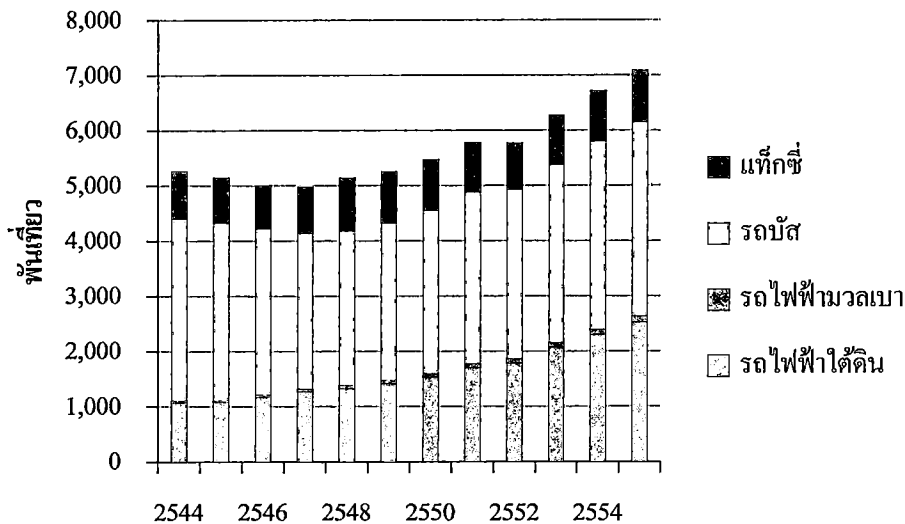
จากการรายงานแนวโน้มและสถิติยางพาราธรรมชาติฉบับเดือนธันวาคม 2553 ได้รายงานว่าประเทศสิงคโปร์ได้มีการอุปโภคยางพาราธรรมชาติน้อยกว่า 25,000 ตันระหว่างปี 2547 ถึง 2554 (Association of Natural Rubber Producing Countries, 2010) ซึ่งไม่น่าประหลาดใจเนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศที่ไม่ใช่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราระดับโลก แต่เป็นศูนย์กลางการค้าขายและกระจายสินค้าของภูมิภาคอาเซียน



ภาพที่ 4.11 จำนวนยานยนต์จดทะเบียนทั้งหมดในสิงคโปร์ระหว่างปี 2545 ถึง 2555 (คัน)

ที่มา: กระทรวงคมนาคมของสิงคโปร์

จากภาพที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าประเทศสิงคโปร์มีจำนวนยานยนต์เพิ่มขึ้นเพียงประมาณร้อยละ 30 เท่านั้น ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ระหว่างปี 2545 ถึง 2555 สาเหตุที่จำนวนยานยนต์ในสิงคโปร์มีอัตราการเพิ่มที่ไม่ค่อยสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากรัฐบาลสิงคโปร์เปิดการประมูลในจดทะเบียนซึ่งมีจำนวนจำกัดในแต่ละปีและอาจมีค่าใช้จ่ายมากกว่าค่านายยนต์ (Singaporean Land Transport Authority, 2012)



ภาพที่ 4.12 ผู้ใช้ระบบขนส่งมวลชน ระหว่างปี 2538 ถึง 2555 (พันเที่ยว)

ที่มา: Land Transport Authority ของประเทศสิงคโปร์

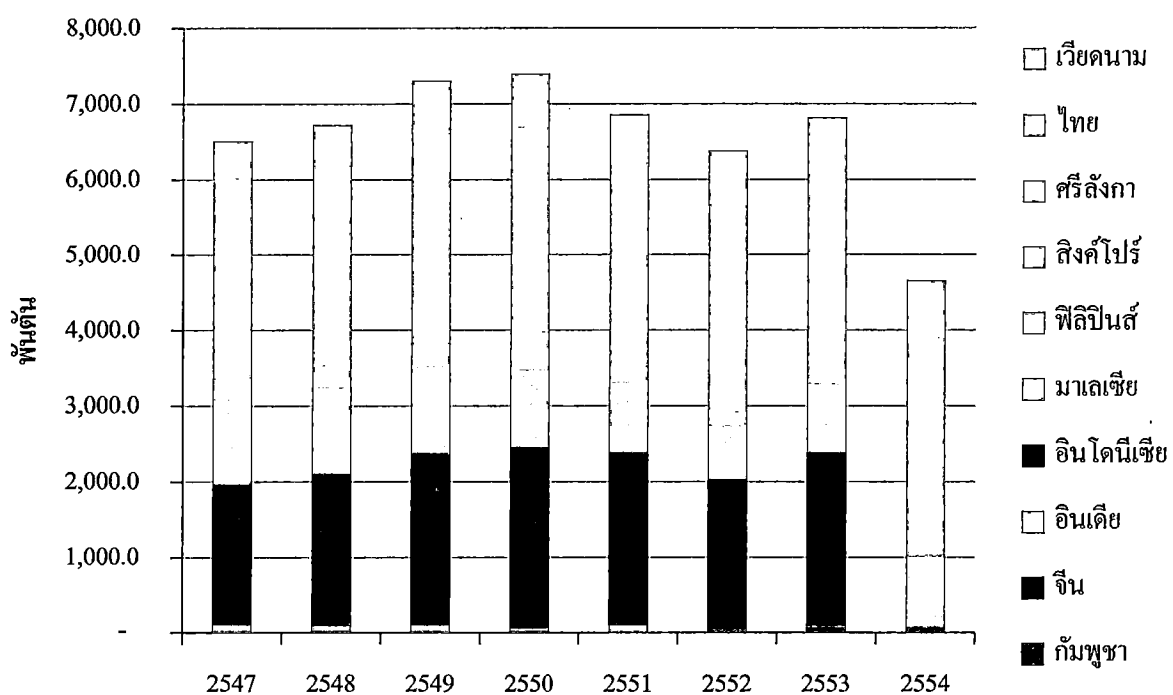
จากภาพที่ 4.12 จำนวนเที่ยวของผู้ใช้รถไฟฟ้าใต้ดินได้เพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัวในระยะเวลาระหว่างปีพ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ. 2555 ส่วนรถไฟฟ้ามวลเบาจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัวในระยะเวลาเดียวกัน สำหรับกลุ่มผู้ใช้รถบัสและแท็กซี่มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก

สรุปได้ว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศสิงคโปร์นิยมที่จะใช้คมนาคมขนส่งมวลชนมากกว่าที่จะมีรถยนต์ส่วนตัวทั้งนี้ทั้งนั้นเนื่องจากรัฐบาลสิงคโปร์สนับสนุนระบบขนส่งมวลชนและมีการใช้มาตรการตั้งโควตาจำนวนการจดทะเบียนรถยนต์ในแต่ละปี รวมไปถึงนโยบายของทางรัฐบาลสิงคโปร์ในการครอบครองรถยนต์ส่วนตัว ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงมากรวมทั้งสิ้นประมาณ 90,000 ถึง 150,000 สิงคโปร์ดอลลาร์และยังมีค่าใช้จ่ายรายเดือนในการดูแลรักษาและใช้รถยนต์ส่วนตัวอีกประมาณ 3,000 สิงคโปร์ดอลลาร์ ในขณะที่การใช้รถบัสหรือรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนนั้นมีค่าใช้จ่ายไม่สูงนักเพียง 150 ถึง 300 สิงคโปร์ดอลลาร์ต่อเดือนเท่านั้น จากเหตุผล

ดังกล่าวจึงทำให้ชาวสิงคโปร์นิยมใช้ระบบขนส่งมวลชน และความต้องการใช้ยางพาราภายในประเทศเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลาย เช่น ยางล้อ อยู่ในระดับที่ต่ำ

#### 4.1.3 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): ปริมาณและมูลค่าการส่งออก

จากภาพที่ 4.13 สิงคโปร์ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาคมเพาะปลูกยางพาราได้มีจำนวนการส่งออกเป็นลำดับที่ 5 ตามหลังไทย อินโดนีเซีย มาเลเซียและเวียดนามตามลำดับ และได้มีจำนวนการส่งออกลดลงเรื่อยๆหลังจากปี 2547 เหลือประมาณกึ่งหนึ่งในปี 2552 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 ในปี 2552 เดือนที่มีการส่งออกเป็นจำนวนมากที่สุดคือเดือนเมษายนและน้อยที่สุดอยู่ในเดือนมกราคม (Association of Natural Rubber Producing Countries , 2010)



ภาพที่ 4.13 การส่งออกยางพาราธรรมชาติของประเทศในสมาคมเพาะปลูกยางพารา (พันตัน)

ที่มา: Association of Natural Rubber Producing Countries

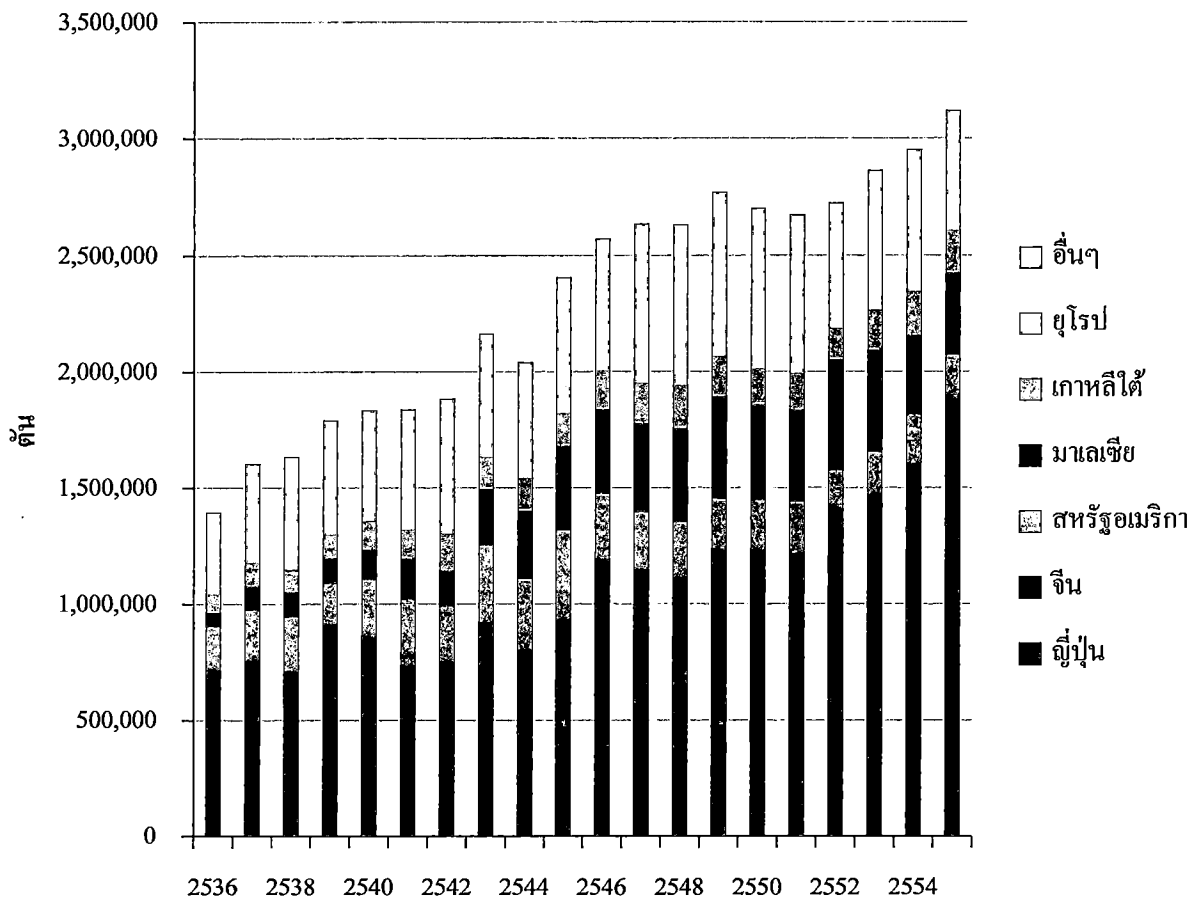
นอกจากมีแหล่งวัตถุดิบที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมยางพาราทั้งในเรื่องของปริมาณที่เพียงพอ คุณภาพดี และความหลากหลายของผลผลิตยางธรรมชาติ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางผสม ประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกทั้งยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางหลายประเภทไปยังประเทศคู่ค้าหลัก ๆ ได้แก่ ประเทศจีน (คิดเป็นร้อยละ 38.6 ของยอดการส่งออกทั้งหมด) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 13.1) มาเลเซีย (ร้อยละ 11.5)

สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 7.6) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 6.7) บราซิล (ร้อยละ 2.8) อินเดีย (ร้อยละ 2.2) ไต้หวัน (ร้อยละ 1.5) สเปน (ร้อยละ 1.4) เยอรมนี (ร้อยละ 1.3) มากกว่าถึงหนึ่งของประเทศผู้นำเข้าลำดับแรกนี้เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งสิ้นรวม 6 ประเทศ แสดงให้เห็นถึงโอกาสทั้งด้านการค้าและการลงทุนระหว่างกันโดยบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวมทั้งบริษัทข้ามชาติไทยด้วย

#### ตารางที่ 4.5 มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกยางพาราของประเทศไทย

ประเทศ		2554/2011	
		มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)
1	จีน	153,272.3	38.6
2	ญี่ปุ่น	51,857.8	13.1
3	มาเลเซีย	45,835.7	11.5
4	สหรัฐอเมริกา	30,311.6	7.6
5	เกาหลีใต้	26,653.5	6.7
6	บราซิล	11,155.9	2.8
7	อินเดีย	8,775.4	2.2
8	ไต้หวัน	5,758.2	1.5
9	สเปน	5,619.0	1.4
10	เยอรมนี	5,183.3	1.3
11	ประเทศอื่น ๆ	52,657.1	13.3

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



ภาพที่ 4.14 ปริมาณส่งออกไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง (ตัน)

ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง

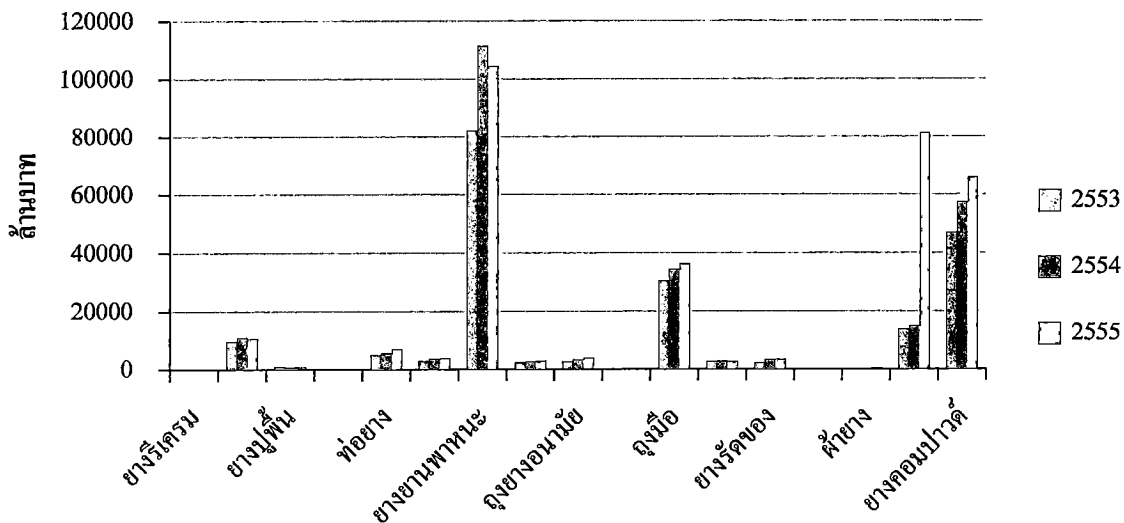
จากภาพที่ 4.14 ในปี 2536 และปี 2540 สรุปโดยรวมได้ว่าประเทศไทยได้มีการส่งออกยางเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้ส่งออกรายการธรรมชาติไปยังญี่ปุ่นมากที่สุด (477,010 ตันในปี 2536 และ เพิ่มขึ้นเป็น 563,195 ตันในปี 2540) อย่างไรก็ตามเมื่อเวลาผ่านไปการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นได้มีจำนวนลดน้อยลงตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังประเทศจีนได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นและมีปริมาณมากที่สุด ณ ปี 2555 หรือเกือบร้อยละ 50 ของการส่งออกยางทั้งหมดของประเทศไทย คิดเป็น 1,630,322 ตัน ส่วนประเทศมาเลเซียได้นำเข้ายางจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นจากปี 2536 (63,008 ตัน) เป็น 353,501 ตัน ในปี 2555 ประเทศไทยได้ส่งออกรายไปยังเกาหลีใต้เป็นจำนวนน้อยที่สุดในบรรดาคู่ค้าใหญ่ เช่นเดียวกับสหภาพยุโรป

นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นกลางและชั้นปลายไปยังตลาดต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้ผ่านกระบวนการเพิ่มมูลค่า โดยการใช้เทคโนโลยีการผลิตชั้นกลางและสูงที่ใช้กันโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมยางพาราชั้นปลายน้ำ รายละเอียดดังปรากฏตามตารางข้างล่าง

ตารางที่ 4.6 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย (ล้านบาท) ระหว่างปี 2553 ถึง 2555

ประเภทผลิตภัณฑ์	2553	2554	2555
ยางรีเครม	33.49	60.71	58.70
ยางอัด	9,746.07	11,056.31	10,733.20
ยางปูพื้น	969.97	876.42	1,031.60
ยางวัลคาไนซ์อื่นๆ	119.24	86.43	116.50
ท่อยาง	5,076.69	5,803.22	7,173.50
สายพาน	3,020.39	3,661.50	3,965.00
ยางยานพาหนะ	82,285.75	111,659.04	104,650.20
ยางในรถยนต์	2,479.97	2,640.63	3,045.60
ถุงยางอนามัย	2,756.73	3,481.96	4,163.20
หัวนมเลี้ยงทารก	66.29	63.22	24.30
ถุงมือ	30,445.53	34,382.14	36,456.70
ปะเก็น/ซีลยาง	2,836.93	2,866.74	2,749.00
ยางรัดของ	2,304.93	3,459.81	3,514.80
ยางลบ	20.19	12.85	56.00
ฝ้ายาง	276.34	343.94	531.00
ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ	13,872.55	14,958.40	81,550.46
รวม	156,311.06	195,413.32	259,819.76
ยางคอมปาวด์	47,117.00	57,643.50	66,150.00

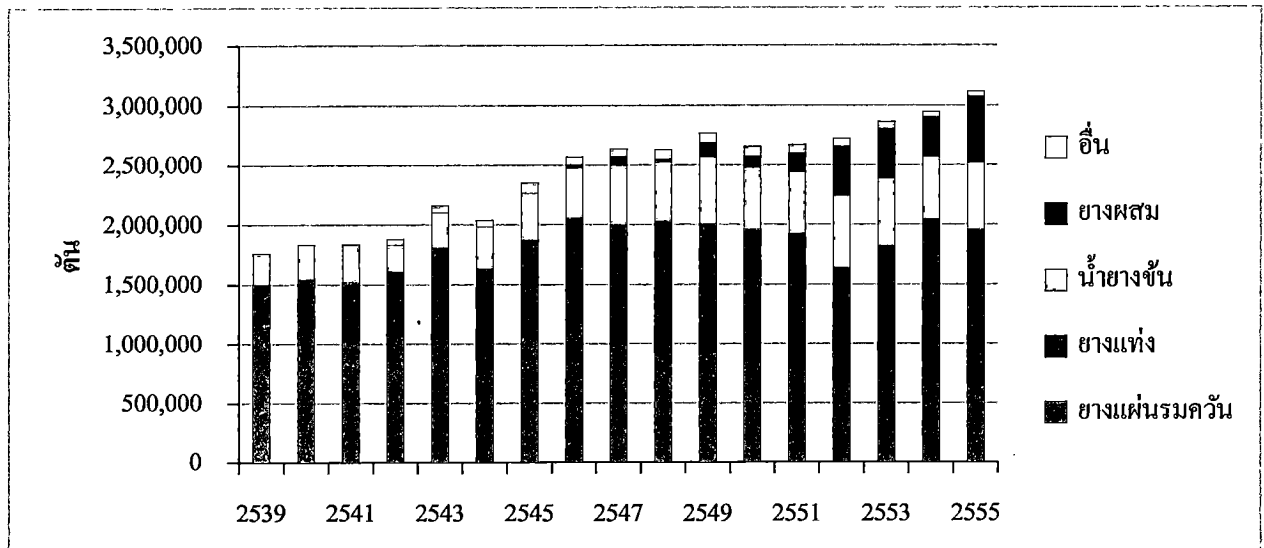
ที่มา: กรมศุลกากร



ภาพที่ 4.15 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย (ล้านบาท) ระหว่างปี 2553 ถึง 2555

ที่มา: กรมศุลกากร

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไทยได้เพิ่มขึ้นระหว่างปี 2553 ถึง 2555 เมื่อดูข้อมูลเชิงลึกทรายประเภทผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นปลาย พบว่าประเทศไทยมีการผลิตยางยานพาหนะมากที่สุด เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ซึ่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด จากตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกของยางยานพาหนะคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นมากกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมด ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกน้อยที่สุดในปี 2553 และปี 2554 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางลบ หากแต่ในปี 2555 ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยที่สุด คือ ห้วนมเลียงทากร



ภาพที่ 4.16 ปริมาณการส่งออกยางตามประเภท ตั้งแต่ปี 2539 ถึง 2556 (ตัน)

ที่มา: ฐานข้อมูลของสถาบันวิจัยยาง

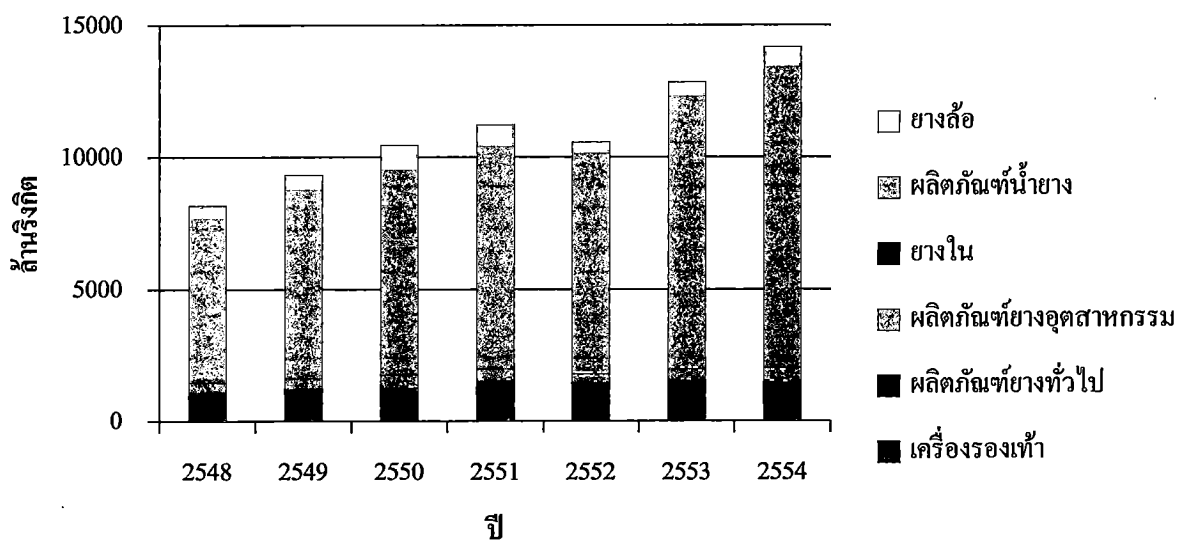
ในส่วนของผู้ประกอบการยางพาราชั้นต้นนั้น จากภาพที่ 4.16 การส่งออกยางแผ่นรมควันมีจำนวนมากที่สุดในปี 2539 และมีจำนวนส่งออกลดน้อยลงเรื่อยๆ จนได้มีการส่งออกน้อยที่สุดในปี 2555 ส่วนยางแท่งได้มีการส่งออกมากขึ้นเรื่อยๆ มีจำนวนส่งออกมากที่สุดในปี 2555 (มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของการส่งออกยางทั้งหมดในปี 2555) และน้อยที่สุดในปี 2539 ปริมาณการส่งออกน้ำยางชั้นมากที่สุดจะอยู่ในปี 2552 และน้อยที่สุดในปี 2539 ส่วนยางพสมมีจำนวนการส่งออกมากที่สุดในปี 2555 และมีสัดส่วนการส่งออกที่น้อยที่สุดในปี 2539

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ผลิตโดยผู้ผลิตต่างประเทศอยู่บ้าง แต่มีใช้เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าที่สำคัญของไทย ตัวเลขการนำเข้ามีน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์นำเข้าอื่น ๆ เช่น การนำเข้าน้ำมันดิบมูลค่ากว่าล้านล้านบาท และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบมูลค่ารวม 6 แสนล้านบาท ในปี 2554 มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางพาราที่สำคัญ ได้แก่ ยางพหนะ 10,441.43 ล้านบาท ท่อยางมูลค่านำเข้ารวม 4,733.48 ล้านบาท สายพานคิดเป็นมูลค่านำเข้า 2,180.60 ล้านบาท และยางคอมพาวด์ 1,486.29 ล้านบาท (อ้างอิงข้อมูลจากสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร) แสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ส่วนเกินภายในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นโอกาสอันหนึ่งสำหรับนักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศที่มีศักยภาพด้านการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราชั้นปลายเหล่านี้

สำหรับประเทศมาเลเซียนั้น ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญมากของประเทศไทย ในปัจจุบันประเทศมาเลเซียเป็นผู้ส่งออกถุงมือยาง ถุงมือไนไตร เส้นด้ายลาเท็กซ์ สายยางทางการแพทย์ อันดับ 1 ของโลก เนื่องจากประเทศ



มาเลเซียเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เป็นประเทศมีเสถียรภาพทางการเมืองสูง มีสาธารณูปโภคที่พร้อม อีกทั้งมีการสนับสนุนในเรื่องการวิจัยและพัฒนาจากศูนย์วิจัย Tun Abdul Razak และคณะกรรมการยางพารา ประเทศมาเลเซีย ทำให้ประเทศมาเลเซียเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกหลักของโลก (Malaysian Investment Development Authority, 2012) ยอดการส่งออกสินค้าอันดับหนึ่ง ซึ่งก็คือยางซึ่งจัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากน้ำยางนั้น ในปี 2555 รวมมูลค่าทั้งสิ้น 9,489 ล้านดอลลาร์ริงกิต หรือคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของการบริโภคทั้งหมดในตลาดโลก ข้อมูลมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่สำคัญของประเทศมาเลเซียปรากฏในภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของมาเลเซีย ระหว่างปี 2548 ถึง 2554 (หน่วย: ล้านดอลลาร์ริงกิต)  
ที่มา: กรมสถิติมาเลเซีย

ในปี 2555 มาเลเซียมีบริษัทผู้ผลิตยางล้อและผลิตภัณฑ์ยางล้อจำนวนมากกว่า 120 บริษัท รวมถึงจำนวนบริษัทมากกว่า 185 บริษัทที่ผลิตสินค้าทั่วไปจากยางพารา เนื่องจากการเพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มมูลค่าของผลผลิตขึ้นปลาย รวมถึงมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อุตสาหกรรมยางมาเลเซียได้ตั้งเป้าหมายในการสร้างรายได้มากกว่า 52.9 พันล้านริงกิต ภายในปี 2563 และในปีพ.ศ. 2554 มาเลเซียมีปริมาณผลผลิตที่ได้จากยางธรรมชาติมากถึง 996,210 ตัน เพิ่มขึ้นจาก 939,241 ตันในปี 2553 (Malaysian Investment Development Authority, 2012)

ผลิตภัณฑ์ยางของมาเลเซียได้ถูกส่งออกไปต่างประเทศมากกว่า 180 ประเทศทั่วโลก ตลาดหลักจะเป็นประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี้ คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 40 ของการส่งออกรวมทั้งหมด ตลาดที่สำคัญ

อื่นๆ ได้แก่ สหราชอาณาจักร บราซิลและจีน ผู้ผลิตยางในประเทศมาเลเซียประกอบด้วยบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศ บริษัทที่ร่วมลงทุนจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น รวมไปถึงบริษัทภายในประเทศและวิสาหกิจขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ที่ได้นั้นครอบคลุมตั้งแต่ถุงมือสำหรับการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ส่วนประกอบรถยนต์ เข็มขัดและรองเท้า

ในอดีตสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักของการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางจากมาเลเซียคิดเป็นร้อยละ 26.3 หรือคิดเป็นมูลค่า 3,700 ล้านดอลลาร์ จากการส่งออกยางทั้งหมด รองลงมาเป็นประเทศกลุ่มยุโรป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.4 หรือประมาณ 3.6 พันล้านริงกิต ในปีพ.ศ. 2553 ทวีปเอเชียได้ไต่แซงทวีปอเมริกาเหนือในการส่งออกยางจากการส่งออกทั่วโลก อยู่ที่ร้อยละ 30.2 ในขณะที่ทวีปอเมริกาเหนือคิดเป็นร้อยละ 28.9 จากตลาดส่งออกยางของมาเลเซีย 10 อันดับแรกนั้น เกือบทุกตลาดมีการเติบโตระหว่างร้อยละ 1 ถึง 25 ตลาดยางหลักของมาเลเซีย เช่น เวียดนามมีการขยายตัวถึงร้อยละ 76 ตุรกีคิดเป็นร้อยละ 78 และได้หวนเติบโตร้อยละ 32 คณะกรรมการและสมาคมตัวแทนการส่งออกยางมาเลเซียได้ให้ความสนใจในการสนับสนุนการส่งออกในตลาดเกิดใหม่ และให้ผลลัพธ์ที่ดีคือ การส่งออกไปยังเอเชียตะวันตกได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 37 เอเชียใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 และภูมิภาคอาเซียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (Julisa, 2011) ประเทศหลักของการส่งออกยางสะสมตั้งแต่เดือนมกราคมถึงกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2555 ส่งออกไปประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ญี่ปุ่นและประเทศไทยมูลค่า 4,070.5 2,593.3 579.0 514.8 และ 420.6 ล้านดอลลาร์ตามลำดับ (Rubber Products, 2013)

ส่วนใหญ่บริษัทในประเทศมาเลเซียต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยางลาเท็กซ์ธรรมชาติ จากประเทศอื่น ๆ ซึ่งประเทศไทยนั้น ถือเป็นคู่ค้าที่สำคัญของมาเลเซีย รวมทั้งผู้ผลิตยางธรรมชาติไทยก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราในระดับภูมิภาคและระดับโลก ในขณะเดียวกัน บริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทยก็เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแข่งขันในการส่งออกสินค้าประเภทถุงมือยาง ยางรถยนต์ และเส้นด้ายยางยืด

ในส่วนของปริมาณการส่งออกยางพาราธรรมชาติซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกหลักของอินโดนีเซียนั้น ประเทศอินโดนีเซียสามารถส่งออกยางพาราธรรมชาติได้ประมาณ 2.4 ล้านตัน ในปี 2553 และในปี 2554 มีการส่งออกยางพาราธรรมชาติทั้งหมดประมาณ 2.6 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนที่ประมาณกว่าหนึ่งในสามของตลาดโลก ผู้ประกอบการอินโดนีเซียได้เพิ่มการส่งออกไปสู่ประเทศในภูมิภาคเอเชียมากขึ้นเกือบ 2 เท่าตัวในช่วงระหว่างปี 2547 ถึง 2553 ในขณะที่การส่งออกสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา ทวีปยุโรป และออสเตรเลียได้ลดลงเป็นอย่างมาก

การเติบโตของการส่งออกไปยังภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่ขึ้นมากจากการนำเข้าที่มากขึ้นในประเทศจีน  
สิงคโปร์ เกาหลีใต้และอินเดีย (Arifin, 2012)

ญี่ปุ่น

**ตารางที่ 4.7 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราและสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ยางพาราจากอินโดนีเซียในตลาดโลก  
ระหว่างปี 2546 ถึง 2555**

ปี	จำนวน (ตัน)	คิดเป็นสัดส่วน (%)	มูลค่า (พันดอลลาร์สหรัฐ)	คิดเป็นสัดส่วน (%)
2546	1,990,489	12.94	2,126,629	2.97
2547	2,298,856	11.33	2,998,637	3.42
2548	2,453,082	10.50	3,580,476	3.58
2549	2,757,342	10.96	5,529,131	4.68
2550	2,920,575	12.73	6,248,706	4.51
2551	2,762,959	12.12	7,637,310	4.92
2552	2,526,538	21.03	4,912,765	4.01
2553	2,927,616	12.47	9,373,348	5.60
2554	3,162,183	7.30	14,352,238	6.25
2555	3,078,078	23.73	10,475,157	5.10

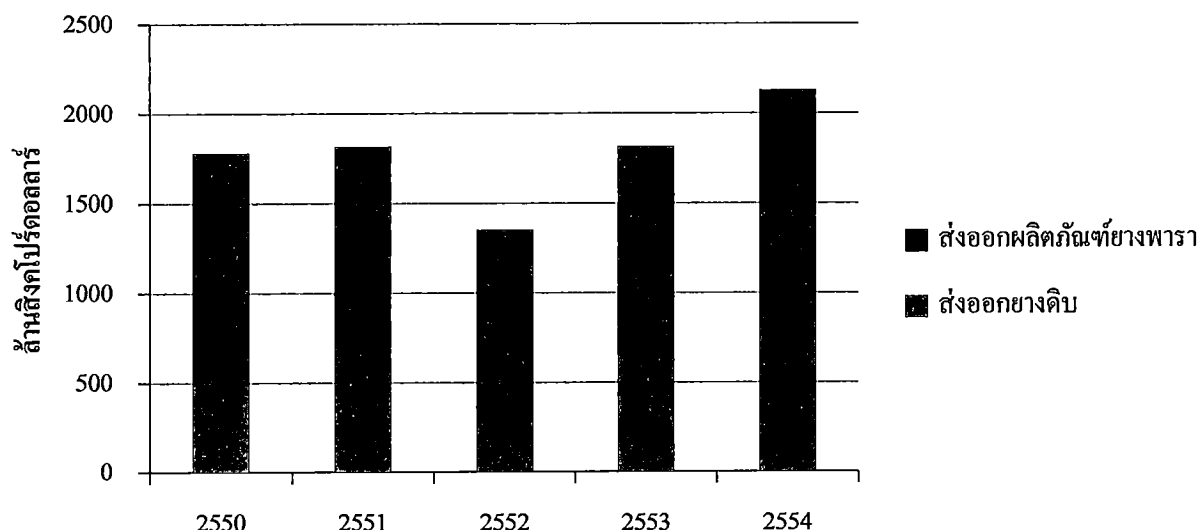
ที่มา: International Trade Centre

เมื่อดูสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศ อินโดนีเซียตั้งแต่ปี 2546 จนถึง 2555 จะเห็นได้ว่า ทั้งจำนวนการส่งออกและมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ จนสามารถสรุปได้ว่าประเทศอินโดนีเซียมีการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกอย่างก้าวกระโดด (มากกว่า 2 เท่าในช่วงสิบปีที่ผ่านมา) เมื่อวิเคราะห์ปริมาณยางพาราที่ส่งออกแต่ละปีควบคู่ไปกับมูลค่าในแต่ละปีนั้น พบว่ามูลค่ายางพาราที่อินโดนีเซียส่งออกนั้นได้เพิ่มขึ้นทุกปี และเพิ่มมูลค่ามากกว่า 5 เท่าตัวในช่วงระหว่างปี 2546 และ 2555 แสดงให้เห็นถึงราคายางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีการปรับตัวสูงขึ้น และความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นกว่าแต่ก่อนของผู้ประกอบการอินโดนีเซีย จำนวนยางส่งออกคิดเป็นสัดส่วนมากที่สุดในปี 2555 ส่วนมูลค่ายางส่งออกเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกของทั้งหมดทั่วโลกนั้น เป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อย ซึ่งอยู่ระหว่างร้อยละ 2.97 ถึง 6.25 เท่านั้น สะท้อนให้เห็นว่าส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่สำหรับผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าสูงนั้นไม่ได้ตกอยู่กับ

ประเทศที่มีวัตถุดิบยางพาราเป็นจำนวนมากอย่างประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากยังต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีการผลิต และยังต้องอาศัยการพึ่งพานักลงทุนจากต่างประเทศและบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมยางพารา อาทิเช่น ผู้ผลิตยางล้อ เป็นต้น

ในปี 2555 ประเทศอินโดนีเซียส่งออกไปมากถึง 3.1 ล้านตัน และมีการคาดการณ์ว่าจะมีการส่งออกน้อยลงเหลือเพียง 2.7 ล้านตันในปี 2556 อันเป็นผลมาจากอุปสงค์ภายในประเทศที่มีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นในส่วนของผู้ผลิตยางล้อ นอกจากนี้ยังได้กล่าวอีกว่า การที่มีความต้องการภายในประเทศมากขึ้น จึงช่วยให้มีการลดการพึ่งพาอาศัยการส่งออกลงท่ามกลางราคายางในตลาดโลกที่กำลังปรับตัวลง สหรัฐอเมริกายังคงเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของอินโดนีเซีย หรือประมาณร้อยละ 20 ของการส่งออกทั้งหมด ตามมาด้วยประเทศจีนและญี่ปุ่น (ร้อยละ 15) มีบริษัทมากถึง 161 บริษัทในประเทศอินโดนีเซียที่ทำการเพาะปลูก จนไปถึงการดำเนินการผลิต การส่งออก และการค้า (Renton, 2013)

ประเทศสิงคโปร์ได้ใช้พระราชบัญญัติอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งระบุว่าบุคคลจำเป็นต้องมีใบอนุญาต ออกโดยทางราชการเพื่อถือสิทธิ์ค้าขายยางพาราตาม Rubber Industry Act 1992 ประเทศสิงคโปร์อยู่ในทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาคอาเซียน หลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศอินโดนีเซียที่อาศัยประเทศสิงคโปร์เป็นทางผ่านและตัวกลางในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดต่างประเทศอื่น ๆ ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศที่กำลังพัฒนา ทำให้สิงคโปร์มีบทบาทมากต่อการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซีย ไทย และประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นนำ ขึ้นกลางและขึ้นปลาย



ภาพที่ 4.18 การส่งออกยางพาราตามประเภท (ล้านบาท)

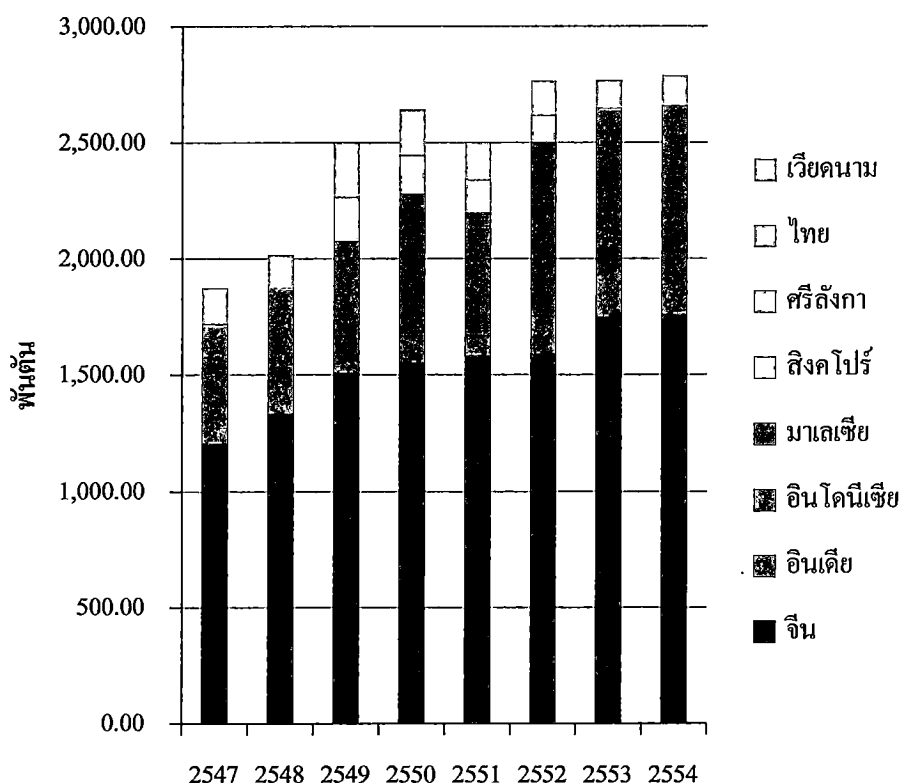
ที่มา: Department of Statistics, Ministry of Trade & Industry, Republic of Singapore

จากภาพที่ 4.18 แสดงให้เห็นถึงตัวเลขมูลค่าการส่งออกและส่งออกยางพาราในปี 2554 (872.5 ล้านบาท) มีการเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าเมื่อเปรียบเทียบกับตัวเลขการส่งออกยางพาราในปี 2550 ส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราในปี 2554 (1,258.9 ล้านบาท) ลดลงไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 (1,266.4 ล้านบาท) อย่างไรก็ตามมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารามีจำนวนมากกว่ามูลค่าการส่งออกยางพาราในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2554 มูลค่ารวมการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ. 2554 เป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูงคิดเป็น 2,131.40 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศสิงคโปร์ในการให้บริการกระจายสินค้าและอำนวยความสะดวกด้านการค้าขายและลงทุนในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพารา ทั้ง ๆ ที่ประเทศสิงคโปร์มิได้เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก และไม่มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราก็ตาม

#### 4.1.4 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): ปริมาณและมูลค่าการนำเข้า

จากภาพที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนมีการนำเข้ายางพาราธรรมชาติมากที่สุดในช่วงปีพ.ศ. 2547 (1,209 พันตัน) ถึง พ.ศ.2554 (1,760 พันตัน) ตามมาด้วยประเทศมาเลเซีย จีนและมาเลเซียจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับประเทศผู้ผลิตยางพาราธรรมชาติ ดังเช่น ประเทศไทย และอินโดนีเซีย ส่วนสิงคโปร์นั้นจำเป็นต้องนำเข้ายางพาราจากประเทศต่างๆ เพื่อใช้ในการบริโภคภายในประเทศ รวมไปถึงเพื่อการส่งออก การนำเข้ายางพาราในปี 2552 ได้มีจำนวนน้อยลงจากปี 2549 เกือบร้อยละ 40 ส่วนการนำเข้าในปี 2552 เดือนที่มีจำนวน

การนำเข้ามากที่สุด คือ เดือนมีนาคม ส่วนเดือนที่มีการนำเข้าน้อยที่สุด คือ เดือนกันยายนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์กับไทย ศรีลังกาและมาเลเซีย สิงคโปร์กลับมีจำนวนการนำเข้ายางพารามากกว่าประเทศดังกล่าว



ภาพที่ 4.19 การนำเข้ายางพาราธรรมชาติของประเทศในสมาคมพะปูลูกยางพารา

ที่มา: Association of Natural Rubber Producing Countries

ข้อมูลจากรายงานสถิติยางพารามาเลเซีย รายเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 พบว่าประเทศมาเลเซียได้นำเข้ายางพาราธรรมชาติจากต่างประเทศ 75,680 ตัน ซึ่งลดลงจากเดือนมกราคมปีเดียวกันถึง 15,801 ตัน แต่เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2555 การนำเข้าปีนี้ได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 17.6 สำหรับวัตถุดิบยางพาราที่มีการนำเข้านั้นส่วนใหญ่เป็นยางพารามาตรฐาน และน้ำยางข้นคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.0 และ 32.8 ของการนำเข้ายางพาราธรรมชาติทั้งหมดตามลำดับ มาเลเซียนำเข้าจากประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 60.5 และจากประเทศเวียดนามร้อยละ 12.7 ดังนั้นมาเลเซียได้นำเข้าจากสองประเทศนี้ถึงร้อยละ 73.2 ของการนำเข้าทั้งหมด (Malaysian Department of Statistics, 2013) นอกจากนี้ ประเทศมาเลเซียยังมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางขึ้นกลางและปลายน้ำหลายประเภทดังปรากฏในตารางที่ 4.8 นี้

ตารางที่ 4.8 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง (ล้านริงกิต)

	2553	เปลี่ยนแปลง (%)	2554	2554 มกราคม – สิงหาคม	เปลี่ยนแปลง (%)	2555 มกราคม – สิงหาคม
การนำเข้า ทั้งหมด	4,367.7	33.3	5,824.3	3,728.4	14.8	4,278.6
ยางสังเคราะห์	1,899.6	45.2	2,758.9	1,758.7	7.1	1,883.2
ล้อยางและ สินค้าใกล้เคียง	1,109.8	23.3	1,368.4	891.2	17.1	1,043.9
เครื่องใช้ทำจาก ยาง	844.7	4.2	880.5	585.5	4.3	611
สินค้ายางพารา สำหรับ อุตสาหกรรม	275.5	85.4	510.7	313.5	48.6	466
ถุงมือยาง	238.2	28.3	305.7	179.5	53	274.6

ที่มา: กรมการพัฒนาการส่งออกมาเลเซีย

เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศอินโดนีเซียนั้นมีการนำเข้าวัตถุดิบยางพาราน้อยมาก แต่กลับมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นกลางและชั้นปลายเป็นจำนวนมากไม่น้อยทีเดียว อย่างไรก็ตามการนำเข้าดังกล่าวได้ปรับตัวลดลงในช่วงเดือนธันวาคมในปี 2555 เนื่องจากราคายางพาราในตลาดโลกได้มีการเพิ่มตัวสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับราคารายในประเทศ ตลาดยางพารายังอยู่ในช่วงกลับตัวตั้งแต่เมื่อสัปดาห์สุดท้ายของเดือนพฤศจิกายน ซึ่งราคาภายในประเทศอยู่ต่ำกว่าราคาส่งตลาดโลกอยู่ประมาณ 20-25 รูเปียห์ต่อกิโลกรัม จึงทำให้มีการมีการนำเข้าน้อยลงในเดือนธันวาคม จนกระทั่งเดือนพฤศจิกายน ปี 2556 การนำเข้าได้มีตัวเลขสูงขึ้น เนื่องจากราคายางมาตรฐานมาเลเซียได้ปรับตัวลดลงในตลาดโลก หากแต่ในเดือนธันวาคม การนำเข้าได้ลดลงถึงร้อยละ 35 หรือลดจาก 21,146 ตัน ในเดือนเดียวกันในปี 2555 เป็น 13,611 ตัน ในเดือนธันวาคมปี 2556 การปรับตัวลงบ่งบอกให้เห็นว่าการนำเข้าในปี 2556 อาจจะอยู่ต่ำกว่า 200,000 ตัน เมื่อเทียบกับตัวเลขในช่วงระหว่างปี 2554 และ 2555 ซึ่งมีการนำเข้ายางพาราประมาณ 205,050 ตัน

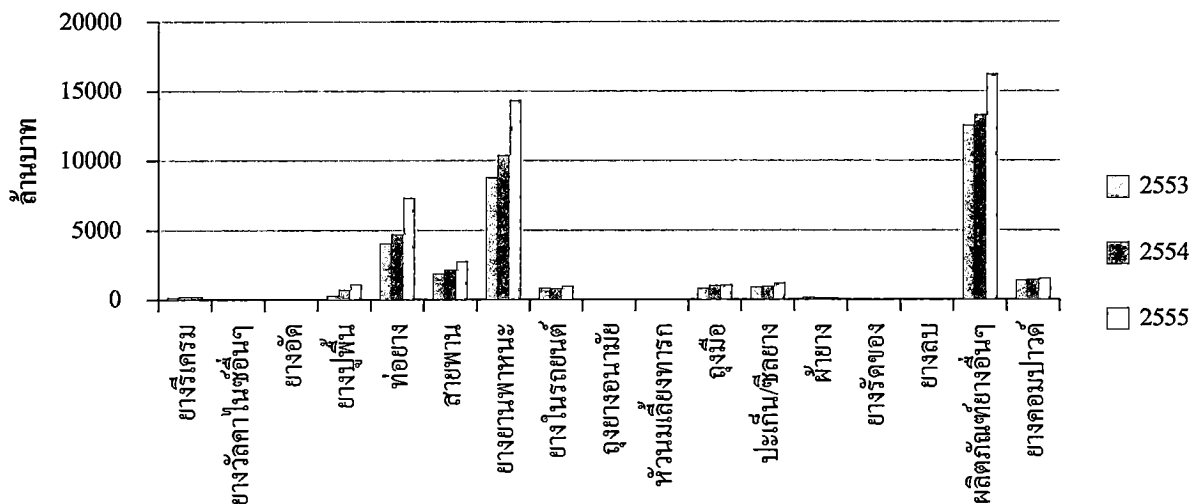
ตารางที่ 4.9 การนำเข้าสินค้ายางพาราระหว่างอินโดนีเซียและทั่วโลกระหว่างปี 2553 ถึง 2555 (พันดอลลาร์สหรัฐ)

การนำเข้าสินค้ายางพาราจากอินโดนีเซียจากทั่วโลก			
สินค้า	มูลค่าในปี 2553	มูลค่าในปี 2554	มูลค่าในปี 2555
ยางสังเคราะห์	573,291	946,730	910,686
ยางล้ออัดลม	414,262	562,278	733,662
ท่อยางยางวัลคาไนซ์ แบบแข็ง	256,484	325,477	364,663
ยางท่อแบบอ่อน	152,525	166,746	204,303
สายพานยางสายพาน ส่งกำลัง	82,487	92,982	121,563
ยางพาราธรรมชาติ	38,007	62,548	70,686
ยางพาราผสม	43,812	52,704	57,063
แผ่นยาง	21,407	28,158	36,226
ท่อยางสำหรับทาง การแพทย์	17,854	20,139	21,900
เครื่องนุ่งห่มที่ทำมา จากยาง	15,225	16,292	20,913
เส้นใยยาง	13,735	15,955	20,568
ยางล้อใช้แล้ว	7,464	10,126	14,718
ยางใน	7,744	11,815	10,834
ยางใช้แล้วแบบแผ่น	9,659	10,180	8,837
ยางแบบแข็งทุก รูปแบบ	3,329	8,543	5,916
เศษยางเหลือใช้	5,831	5,897	5,414

ที่มา: International Trade Centre



ตารางที่ 4.9 ระหว่างปี 2553 ถึง 2555 มีเพียงสินค้ายางพาราใช้แล้วแบบแผ่นและเศษยางเหลือใช้ที่มีมูลค่าการนำเข้าที่ลดน้อยลง ส่วนยางสังเคราะห์ที่มีมูลค่าการนำเข้าระหว่างปี 2553 และ 2555 เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 50 สินค้ายางพาราที่มีการนำเข้าสู่ประเทศอินโดนีเซียมากเป็นอันดับที่สองและสาม ได้แก่ ยางล้ออัดลม และท่อยางยางวัลคาไนซ์แบบแข็งตามลำดับ



ภาพที่ 4.20 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย

ที่มา: กรมศุลกากร

จากภาพที่ 4.20 ประเทศไทยได้นำเข้ายางมากขึ้นตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา โดยมีการนำเข้ายางยานพาหนะประมาณหนึ่งในสามของมูลค่าการนำเข้ายางทั้งหมด และมีการเพิ่มมูลค่าการนำเข้าเกือบสองเท่าตัวในช่วงระยะเวลาสามปี มูลค่ารวมในปีพ.ศ. 2555 อยู่ที่ 14,347.50 ล้านบาท ตามมาด้วยการนำเข้าท่อยางมีมูลค่าทั้งสิ้น 7,358.70 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2553 มีการนำเข้ายางรัดข้อเป็นส่วนที่น้อยที่สุด ส่วนปีพ.ศ. 2554 และ 2555 นั้นประเทศไทยนำเข้ายางอัดน้อยที่สุด

#### 4.1.5 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): มาตรการส่งเสริมการลงทุน

ในภาพรวมประเทศไทยให้การส่งเสริมภาคเอกชนได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานของรัฐอย่าง BOI ที่ผ่านมาก็ให้การสนับสนุนดีมาก ประโยชน์หลัก ๆ ที่บริษัทไทยในอุตสาหกรรมยางพาราได้รับจากมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ได้ คือ สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ เช่น การได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร ซึ่งการลดค่าใช้จ่ายและการประหยัดด้านภาษีทำให้บริษัทสามารถนำเงินทุนไปใช้ในการพัฒนาและ

ลงทุนต่อยอดกิจการในด้านอื่น ๆ รวมทั้งจัดสรรเป็นงบประมาณด้านการตลาดสำหรับปีถัดๆไป ถือว่าสิทธิประโยชน์ของ BOI เมื่อเทียบกับหลาย ๆ ประเทศ เช่น อินโดนีเซีย ก่อนข้างจะดีมากและแข่งขันได้ แต่หากเทียบกับประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ จะเห็นว่าประเทศไทยยังควรจะต้องมีการพัฒนามาตรการส่งเสริมการลงทุน ในส่วนของเงินสมทบการลงทุน ทุนส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรม และการเจรจาต่อรอง ขอบรับการสนับสนุน (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบมาตรการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	เวียดนาม
อัตรา CIT	20%	25%	17%	25%	30%	25%
อัตรา PIT	35%	26%	20%	30%	32%	35%
สูงสุด						
สิทธิประโยชน์ CIT	ยกเว้นไม่ เกิน 8 ปี + ลดหย่อน 50% ไม่เกิน 5 ปี	ยกเว้น 5 - 10 ปี	ยกเว้นไม่เกิน 15 ปี	ยกเว้น 5 - 10 ปี + ลดหย่อน 50% 2 ปี	ยกเว้นไม่ เกิน 8 ปี	ยกเว้น 2-4 ปี + ลดหย่อน 50% ไม่เกิน 9 ปี
Investment Allowance	-	60-100% ของ เงินลงทุน	ไม่เกิน 100% ของเงิน ลงทุน	ไม่เกิน 30% ของเงินลงทุน	-	-
Grants	-	R&D / Training Grants	R&D / Training Grants	N.A.	N.A.	N.A.
การเจรจา ต่อรอง	-	ดำเนินการได้ ผ่าน มาตรการ Pre-Package Incentives	สนับสนุนใน รูป Package ตามความ ต้องการ	N.A.	N.A.	ความ ช่วยเหลือ จากรัฐบาล ท้องถิ่น เช่น ที่ดินราคาถูก

แหล่งข้อมูล: ร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2556-2560) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2556)

ส่วนมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การหักค่าใช้จ่ายค่าน้ำค่าไฟได้เป็นสองเท่า ก็มีข้อดีในการช่วยลดต้นทุนด้านการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์เส้นด้ายยางยืดซึ่งประสบกับการแข่งขันในเรื่องราคาและต้นทุนที่รุนแรง ฉะนั้นการควบคุมต้นทุนให้ต่ำที่สุดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทเหล่านี้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

จากการสัมภาษณ์ท่านประธานคณะกรรมการบริษัท B กล่าวว่า “บีไอไอเป็นองค์กรที่ดีที่สุดในรัฐมีอยู่...คือเราต้องเข้าใจ บีไอไอเป็นองค์กรที่มองเห็นข้างหน้าอุตสาหกรรมอะไรควรได้รับการส่งเสริม เทคโนโลยีระหว่างประเทศ สร้างความแข็งแกร่งและส่งเสริม...คุณได้ภาษีแปดปีแต่บริษัทต้องมี R&D ต้องมีการพัฒนานวัตกรรม ฉะนั้นบีไอไอ ผมว่าเป็นองค์กรที่มองเห็นทุกอย่างว่าอนาคตคืออะไรของประเทศ” (สัมภาษณ์ประธานคณะกรรมการบริษัท B, พฤศจิกายน พ.ศ. 2555) อย่างไรก็ตาม บริษัทที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลานานจะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในกรณีนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ จึงมีข้อเสนอให้ทางบีไอไอปรับมาตรการแบบไม่จำกัดระยะเวลาการให้สิทธิประโยชน์ซึ่งน่าจะช่วยภาคเอกชนไทยได้ในเรื่องของต้นทุนในการผลิต โดยอาจจะจัดกลุ่มบริษัทส่งออกเป็น priority หลักและอนุญาตให้ขอยกเว้นในเรื่องของภาษีนำเข้า

บริษัทข้ามชาติเอเชียต่างก็มีความเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าลงทุน เมื่อบริษัทเหล่านี้ตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย จะต้องติดต่อเพื่อพูดคุยกับ BOI เพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่น ๆ ซึ่งมีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมาเลเซียกล่าวว่า นโยบายสนับสนุนการลงทุนของ BOI เป็นมาตรฐานใช้เทียบ กับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของมาเลเซีย อัตราภาษีที่จัดเก็บจากนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาของไต้หวันต่ำกว่า อีกทั้งใช้เวลาในการดำเนินการที่สั้นกว่า เช่น ไม่เกิน 7 วันทำการ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียใช้เวลาดำเนินการด้านเอกสารนานกว่า (49 วัน) เพื่อขออนุญาตทำธุรกิจ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศมาเลเซียมีการพัฒนาและใช้ระยะเวลาน้อยลงในการออกใบอนุญาตเหลือเพียงภายในสองอาทิตย์ ประเทศไทยก็ลดระยะเวลาการดำเนินการลงเหลือเพียง 3 ถึง 7 วันเท่านั้น จากนั้นบริษัทสามารถเริ่มโครงการตามที่ระบุไว้ในนโยบายและยุทธศาสตร์ของ BOI อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต่างชาติมีข้อติดใจในเรื่องของระยะเวลาในการรับสิทธิประโยชน์ที่ยังคงมีข้อจำกัด สำหรับบริษัทที่ลงทุนในไทยเป็นระยะเวลานานและอยู่ในอุตสาหกรรมที่โตเต็มที่ อิมพอร์ตแล้วจะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ ทั้ง ๆ ที่ยังคงมีการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง

เมื่อเปรียบเทียบกับการทำงานธุรกิจในสิงคโปร์นั้น สิงคโปร์อำนวยความสะดวกให้นักลงทุนเป็นอย่างมาก มีความคล่องตัวสูง มีท่าเรือที่ใหญ่และมีระบบจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ธุรกิจต่าง ๆ สามารถเข้าถึงตลาดในภูมิภาคเอเชีย รวมไปถึงใช้เวลาเดินทาง ขนส่งสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านในระยะเวลาไม่นานนัก ประกอบกับมีความเสถียรทางการเมืองมากที่สุดในทวีปเอเชีย มีแรงงานที่มีประสิทธิภาพที่สุดในโลก รวมไปถึงมีภาษีเงินได้นิติบุคคลมากที่สุดเพียงร้อยละ 17 ไม่มีภาษีเงินได้กำไรส่วนทุน ส่วนภาษีรายได้ส่วนบุคคลเริ่มตั้งแต่ 0% ถึง 20% ซึ่งต่ำที่สุดในกลุ่มหกประเทศข้างต้น ที่สำคัญที่สุดคือ รัฐบาลสิงคโปร์ได้เสนอความช่วยเหลืออย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยที่แตกต่างจากประเทศทั่วไป คือ การจดทะเบียนนิติบุคคลในสิงคโปร์ไม่จำเป็นต้องมีสำนักงานก่อน สิงคโปร์เป็นประเทศลำดับที่ 5 ที่มีการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ หรือ FDI ของทวีปเอเชีย แต่อย่างไรก็ตาม สิงคโปร์มิใช่ประเทศที่น่าลงทุนสำหรับบริษัทข้ามชาติที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา โดยเฉพาะบริษัทที่เน้นการผลิต เนื่องจากสิงคโปร์ไม่มีทรัพยากรและไม่ได้เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบยางพารา แต่สำหรับบริษัทที่ต้องการประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า รวมทั้งบริษัทผู้ผลิตยางบิวทิลซึ่งมีคุณสมบัติทนการเสื่อมสภาพต่อสารเคมี ความร้อนและแดด และผู้ผลิตยางด้านทานการหมุนที่ใช้ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงนั้น ประเทศสิงคโปร์อาจจะเป็นหนึ่งในตัวเลือกลำดับต้น ๆ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาในเรื่องของอัตราภาษีที่จัดเก็บสิทธิประโยชน์ ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและประสบการณ์ โครงสร้างพื้นฐานที่เป็นเยี่ยม และประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่ผู้ลงทุน

คู่แข่งที่น่ากลัวของประเทศไทยในการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ คือประเทศมาเลเซีย จากตารางที่ 4.11 จะเห็นได้ชัดว่าประเทศมาเลเซียได้มีการอนุมัติให้ชาวต่างชาติมีสิทธิลงทุนโดยเต็มรูปแบบในประเทศมาเลเซียมากถึง 7 โครงการในปีพ.ศ. 2555 ยอดรวม 1,118.70 ล้านริงกิต และสามารถเห็นได้ว่าโครงการของชาวมาเลเซียที่อนุมัติมีจำนวนน้อยลง จาก 4 โครงการเหลือเพียง 1 โครงการเท่านั้น เมื่อดูมูลค่าการลงทุนทั้งหมดจะเห็นได้ว่ามีจำนวนสูงเพิ่มมากขึ้นกว่า 5 เท่าตัว ในช่วงระยะเวลาหนึ่งปี เพิ่มจาก 191.4 ล้านริงกิต เป็น 1,207.10 ล้านริงกิต

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลของโครงการที่ผ่านการอนุมัติแล้ว ในปี 2553 และ 2554

ปี	กรรมสิทธิ์ชาวต่างชาติ ทั้งหมด		กรรมสิทธิ์ชาวมาเลเซีย ทั้งหมด		Joint-Venture		ทั้งหมด	
	จำนวน โครงการ	มูลค่า (ล้านริงกิต)	จำนวน โครงการ	มูลค่า (ล้านริงกิต)	จำนวน โครงการ	มูลค่า (ล้านริงกิต)	จำนวน โครงการ	มูลค่า (ล้านริงกิต)
2554 (มกราคม- กรกฎาคม)	0	0	4	30.6	4	160.8 DI - 115.0 FDI - 45.8	8	191.4
2555 (มกราคม- กรกฎาคม)	7	1,118.70	1	43.8	4	44.6 DI - 30.8 FDI - 13.8	12	1,207.10

ที่มา: องค์การรัฐวิสาหกิจเพื่อการพัฒนาการลงทุนมาเลเซีย

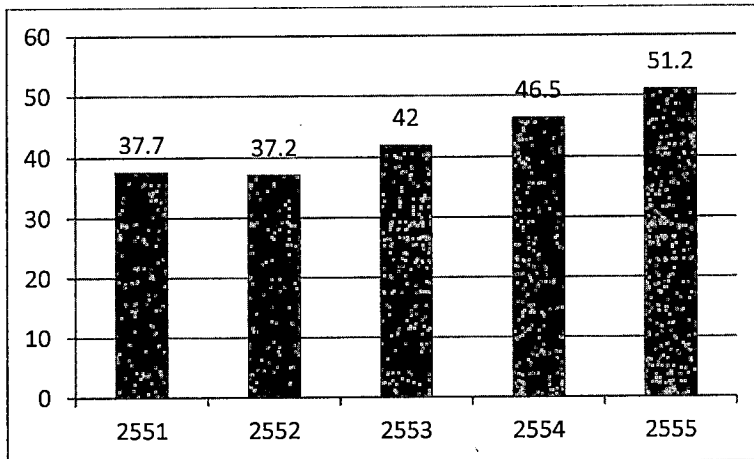
สำหรับมาตรการส่งเสริมการลงทุนของประเทศอินโดนีเซียนั้น มีอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับประเทศมาเลเซีย และสูงกว่าประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าในส่วนนี้ประเทศไทยถือว่าได้เปรียบและดึงดูดบริษัทที่จะมาลงทุนในไทย เนื่องจากเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตามประเทศไทยเก็บภาษีรายได้ส่วนบุคคลโดยมีอัตราสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 35 ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มประเทศหกประเทศ เทียบเท่ากับอัตราภาษีรายได้ส่วนบุคคลของประเทศเวียดนาม โดยรวมแล้ว ประเทศอินโดนีเซียก็เป็นอีกหนึ่งประเทศผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรมยางพารา และรัฐบาลอินโดนีเซียเองส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้อย่างเต็มที่ โดยได้มีการเปิดเสรีให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลาย รวมถึงอุตสาหกรรมแผ่นยางพาราและน้ำยางพาราเข้มข้นด้วย อำนาจความสะดวกหากมีการนำเข้าเครื่องจักรที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต รวมถึงกิจการที่พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ยางพารา กระทรวงการเกษตรและอริบติกรมการเพาะปลูกได้เสนอเงื่อนไขสำหรับกิจการการลงทุน

การผลิตสินค้าขึ้นปลายตั้งแต่ปี 2553 โดยให้ผู้ลงทุนสามารถครอบครองพื้นที่เพาะปลูกได้มากถึงร้อยละ 95 ของ 25 เฮกตาร์ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด

#### 4.1.6 ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country Specific Factors): ระบบสาธารณูปโภคและโลจิสติกส์

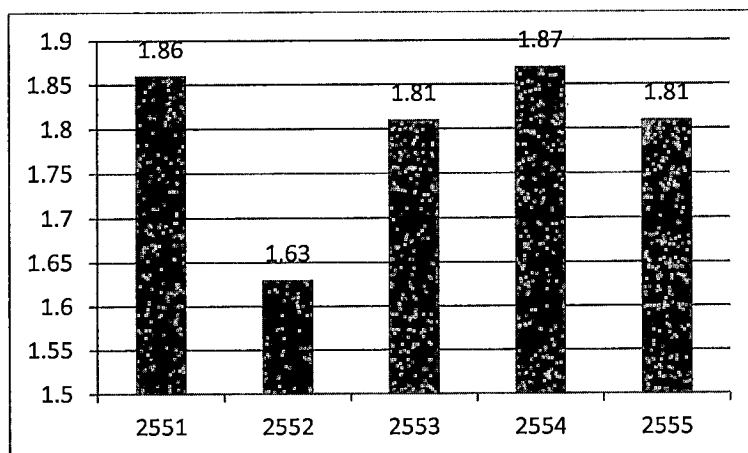
ประเทศสิงคโปร์ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากรัฐบาลสิงคโปร์ให้ความสำคัญจึงมีการลงทุนสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ รัฐบาลได้ลงทุนในการขยายโครงสร้างราง รถไฟและรถเมล์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศสิงคโปร์มีแผนงานที่จะเพิ่มสายรถไฟทั่วเกาะเป็นจำนวน 22 เส้น (Singaporean Ministry of Finance, n.d.) กระทรวงคมนาคมของสิงคโปร์ได้กล่าวว่า ณ ปัจจุบัน สิงคโปร์มีช่องทางเดินรถถึง 9,046 กิโลเมตร ซึ่งกินพื้นที่ทั้งประเทศประมาณร้อยละ 12 ใน 15 ปีที่ผ่านมา มีการขยายถนนประมาณร้อยละ 1 ต่อปี และภายใน 10 ถึง 15 ปีข้างหน้าจะอยู่ที่ร้อยละ 0.5 ต่อปี และจะลดน้อยลงไปเรื่อยๆเนื่องจากขาดแคลนพื้นที่

จากรายงานความสามารถในการแข่งขันของ World Economic Forum Global ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการขนส่งทางอากาศของสิงคโปร์ได้รั้งอันดับหนึ่ง ในปี 2550, 2551, 2552, 2554, 2555 ส่วนปี 2553 รั้งอันดับสอง (Singaporean Ministry of Finance, n.d.) ประเทศสิงคโปร์มีท่าอากาศยาน 3 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสิงคโปร์ชางงี ท่าอากาศยานฐานทัพอากาศพาเลบารู ท่าอากาศยานเซเลห์ ท่าอากาศยานหลัก (ท่าอากาศยานสิงคโปร์ชางงี) ซึ่งมีจำนวนผู้โดยสารผ่านท่าอากาศยานนี้เป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นทุกปี ตัวเลขปีพ.ศ. 2555 อยู่ที่ 51.2 ล้านคน (ภาพที่ 4.21) และจำนวนสินค้าที่ผ่านท่าอากาศยานนี้ถึง 1.81 ล้านตัน (ภาพที่ 4.22) มีจำนวนการเคลื่อนไหวของเครื่องบินผ่านท่าอากาศยานชางงีรวมทั้งสิ้น 324.7 พันลำ (ภาพที่ 4.23)



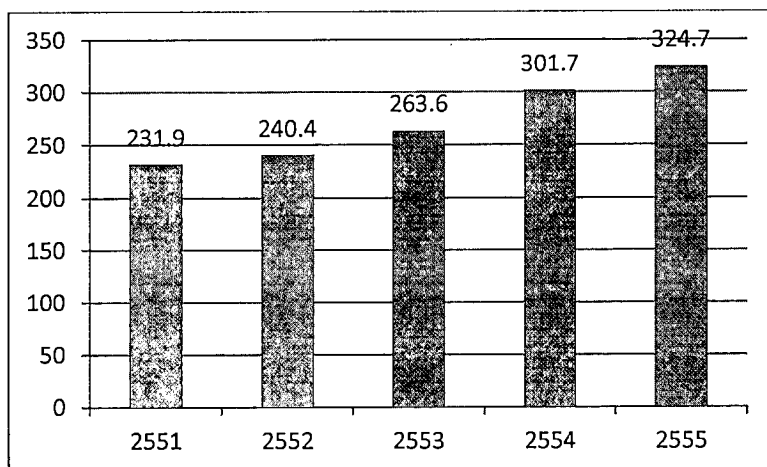
ภาพที่ 4.21 จำนวนผู้โดยสารผ่านท่าอากาศยานทางจังหวัดระหว่างปี 2551 ถึง 2555 (ล้านคน)

ที่มา: Changi Airport Group (2012), *Air traffic statistics*



ภาพที่ 4.22 จำนวนสินค้าที่ผ่านท่าอากาศยานทางจังหวัดระหว่างปี 2551 ถึง 2555 (ล้านตัน)

ที่มา: Changi Airport Group (2012), *Air traffic statistics*



ภาพที่ 4.23 จำนวนการเคลื่อนไหวของเครื่องบินผ่านทางท่าอากาศยานหัวขีระหว่างปี 2551 ถึง 2555 (พันลำ)

ที่มา: Changi Airport Group (2012), *Air traffic statistics*

จำนวนสินค้าทั้งหมดที่ผ่านท่าเรือสิงคโปร์มีจำนวนเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี (ตารางที่ 4.12) โดยแบ่งเป็นสินค้าทั่วไปที่บรรจุคอนเทนเนอร์ และแบบธรรมดา เช่นเดียวกันกับสินค้าทั่วไปบรรจุแบบธรรมดา ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนสินค้าทั้งหมด ส่วนสินค้าเทกองที่เป็นน้ำมันได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่สินค้าเทกองที่ไม่ใช่น้ำมันมีจำนวนมากที่สุดในปี 2548 และได้ลดลงน้อยลงเป็นจำนวนมากในปีถัดมา โดยมีจำนวนน้อยที่สุดในปี 2550 เมื่อเทียบตัวเลข ปริมาณสินค้าที่ผ่านท่าเรือไทย รวมทั้งสิ้นมีเพียงประมาณ 17 ล้านตันเท่านั้นในปี พ.ศ. 2554 ขณะที่จำนวนสินค้าที่ผ่านท่าเรือสิงคโปร์ในปีเดียวกันนั้นนั้นมีปริมาณมากกว่าไทยถึงกว่า 30 เท่าตัว

ตารางที่ 4.12 ปริมาณสินค้าที่ผ่านท่าเรือสิงคโปร์ (พันตัน)

	สินค้าทั้งหมด	สินค้าทั่วไป		สินค้าเทกอง	
		บรรจุคอนเทนเนอร์	บรรจุแบบธรรมดา	ที่เป็นน้ำมัน	ที่ไม่ใช่น้ำมัน
2548	423,267.6	241,973.0	20,292.1	137,826.2	23,176.3
2549	448,503.9	258,553.0	22,840.3	153,029.5	14,081.2
2550	483,616.1	289,084.2	25,823.2	157,382.3	11,316.4
2551	515,415.3	308,489.7	27,934.9	167,318.9	11,671.8
2552	472,300.3	262,896.8	17,452.1	177,323.7	14,627.7



	สินค้า ทั้งหมด	สินค้าทั่วไป		สินค้าเทกอง	
		บรรจุคอน เทนเนอร์	บรรจุแบบ ธรรมดา	ที่เป็นน้ำมัน	ที่ไม่ใช่น้ำมัน
2553	503,342.1	289,693.5	23,989.7	177,070.2	12,588.7
2554	531,175.6	309,379.9	26,130.6	183,843.3	11,821.8
2555	538,012.1	323,714.0	29,827.6	169,671.5	14,799.0

ที่มา: Maritime and Port Authority of Singapore

Cargonews Asia ได้สัมภาษณ์ Mr.Kelvin Wong ผู้อำนวยการบริหาร คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและโลจิสติกส์ และได้รายงานไว้ในต้นปี 2556 นี้สิงคโปร์ได้ใช้งบประมาณจำนวนประมาณ 320 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในการลงทุนทางด้านโลจิสติกส์เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้านนี้ บริษัท Menlo Worldwide Logistics จากสหรัฐอเมริกาได้เปิดตัวศูนย์กระจายสินค้าซึ่งมีมูลค่ามากถึง 39.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัท FedEx Express ได้เปิดทำการศูนย์การขนส่งที่เซี่ยงไฮ้ Mr.Kelvin Wong ยังได้กล่าวอีกว่าบริษัททุกบริษัทไม่สามารถทำธุรกิจอยู่ทุกที่ได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการเลือกสถานที่สำหรับการดำเนินการทางธุรกิจ ประเทศสิงคโปร์จึงกลายเป็นจุดหมายปลายทางของบริษัทเหล่านั้น เพราะเนื่องจากสิงคโปร์มีความมั่นคงทั้งทางเศรษฐกิจและการเมืองสูง รวมไปถึงการเชื่อมต่อกับบริษัทโลจิสติกส์ในระดับโลก (Cargonews Asia , 2013)

สนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ (KLIA) เป็นหนึ่งในศูนย์กลางการบินที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ KLIA มีความสามารถในการรองรับผู้โดยสารถึง 35 ล้านคนต่อปีและสินค้าจำนวน 1.2 ล้านตันต่อปี ณ ปัจจุบัน KLIA ได้รับการโหวตเป็นสนามบินที่ดีที่สุดถึง 3 ครั้ง (สนามบินที่มีขนาดรองรับผู้โดยสาร 15-25 ล้านคนต่อปี) รัฐบาลมาเลเซียได้สร้างเครือข่ายของทางหลวงและทางด่วนเชื่อมโยง KLIA ที่ดีกับส่วนที่เหลือของคาบสมุทรมาเลเซีย

เมื่อเทียบสถิติปริมาณผู้โดยสาร การขนส่งสินค้าและการเคลื่อนไหวของอากาศยานนานาชาติกรุงกัวลาลัมเปอร์กับสถิติของท่าอากาศยานสิงคโปร์ชางเก้ จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้โดยสาร จำนวนการขนส่งสินค้าของประเทศมาเลเซียน้อยกว่าของสิงคโปร์อยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนสินค้าที่ผ่านท่าอากาศยานชางเก้นั้นมากกว่าจำนวนที่ผ่านท่าอากาศยานกรุงกัวลาลัมเปอร์ถึงเกือบสามเท่าตัว (ภาพที่ 4.21 4.22 4.23 และตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 สถิติปริมาณผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติกรุงกัวลาลัมเปอร์ระหว่างปี 2547 ถึง 2555

การจราจร	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผู้โดยสาร (คน)	21,058,572	23,213,926	24,129,748	26,453,379	27,529,366	29,682,093	34,087,636	37,704,510	39,887,866
การขนส่งสินค้า (ตัน)	651,747	653,654	672,888	644,100	649,077	584,559	674,902	669,849	673,107
การเคลื่อนไหว ของอากาศยาน (ลำ)	165,115	182,537	183,869	193,710	211,228	226,751	245,650	269,509	283,352

รัฐบาลมาเลเซียได้ดำเนินการปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนในเมืองหลัก ในปี 2554 โครงการที่ได้เริ่มไปแล้ว มี 6 โครงการคือ รถบริการขนส่งทางด่วนจำนวน 5 สถานี รวมไปถึงการศึกษาโครงสร้างรถเมล์รถไฟฟ้าขนส่ง หรือ Bus Rapid Transit (BRT) การปรับปรุงป้ายรถประจำทาง 634 แห่ง และสร้างใหม่อีก 306 แห่ง การออกบัตร smarT การปรับปรุงเครือข่ายรถบัส การจัดตั้งของมาตรฐานการปฏิบัติงานสำหรับผู้ดำเนินการ ยิ่งไปกว่านี้ ยังมีโครงการการสร้างพื้นฐานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ คือการสร้างรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกลาง หุบเขา ซึ่งมีนัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มความครอบคลุมของการขนส่งสาธารณะทางรถไฟภายในปี 2563 (Malaysian Land Public Transport, n.d.)

การบริการโลจิสติกส์ภายในมาเลเซียจะเน้นทางกิจการคลังสินค้า บริการขนส่ง การจัดการขนส่งสินค้า การตรวจตราภาษีศุลกากร บริการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร (Integrated Logistics Service หรือ ILS) ทั้งภายในและนอกประเทศ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจภายใต้การบริการโลจิสติกส์ครบวงจรมีสิทธิ์ที่จะได้รับการยกเว้นภาษีการลงทุน ภายใต้พ.ร.บ.การส่งเสริมการลงทุนของมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2529 ได้กล่าวไว้ว่า บริษัทที่ได้สถานะเป็น Pioneer Status จะได้รับสิทธิยกเว้นทางภาษีร้อยละ 70 ของรายได้ที่ได้รับหลังจากหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนต่างๆ แล้ว เป็นเวลา 5 ปี และค่าลดหย่อนภาษีการลงทุน เป็นจำนวนร้อยละ 60 ของเงินที่นำไปใช้ในการลงทุนในช่วง 5 ปีแรก บริษัทที่สามารถรับสิทธิ์ที่กล่าวมาจะเป็นต้องมีผู้ถือหุ้นชาวมาเลเซียไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และจะต้องทำธุรกิจเกี่ยวกับการเก็บคลังสินค้า หรือการขนส่งสินค้า หรือการตรวจตราภาษีศุลกากร และจะต้องดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับด้านต่อไปนี้อย่างน้อยอีก 1 ด้าน ประกอบด้วย การกระจายสินค้า การเพิ่มมูลค่าสินค้า (เช่น การประกอบหรือการติดตั้งสินค้า การแบ่งขาย การบรรจุผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพ การทดสอบคุณภาพ) หรือการจัดการโซ่อุปทาน และบริษัทต้องมีบรรพบุรุษอย่างน้อย 20 คน และคลังสินค้าอย่างน้อย 5,000 ตารางเมตร (Malaysia Investment Development Authority, 2012)

ประเทศไทยมีท่าอากาศยานนานาชาติจำนวน 8 ท่า มีดังต่อไปนี้ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงราย ท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ต ท่าอากาศยานสมุย ท่าอากาศยานอุตุตะเถา ส่วนท่าอากาศยานภายในประเทศมีถึง 16 ท่าอากาศยาน คือ ท่าอากาศยานจังหวัดแม่ฮ่องสอน ท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ท่าอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด ท่าอากาศยานแม่สอด ท่าอากาศยานจังหวัดเลย ท่าอากาศยานจังหวัดลำปาง ท่าอากาศยานหัวหิน ท่าอากาศยานจังหวัดกระบี่ ท่าอากาศยานจังหวัดตรัง ท่าอากาศยานจังหวัดนครราชสีมา ท่าอากาศยานจังหวัดอุบลราชธานี ท่าอากาศยานจังหวัดสุโขทัย ท่าอากาศยานจังหวัดตราด ท่าอากาศยานจังหวัดพิษณุโลก ท่าอากาศยานจังหวัดระนอง (Tourism Authority of Thailand, n.d.) แต่ประเทศไทยยังจะต้องพัฒนาปรับปรุงการขนส่งทางอากาศอีกมาก ทั้งในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงปลอดภัยสำหรับผู้ใช้บริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจในภูมิภาคอาเซียน

การขนส่งทางถนนเป็นทางเลือกที่ผู้ประกอบการไทยเลือกใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 82.6 (ตารางที่ 4.14) ในช่วงครึ่งหลังของปี 2553 ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นทั้งด้านค่าจ้างของแรงงานในการขนส่ง ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ สถานที่เก็บสินค้าและคมนาคม จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ต้นทุนการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยค่าจ้างแรงงาน และสถานที่เก็บสินค้า ในปี 2553 อยู่ที่ประมาณ 13,916 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ประมาณร้อยละ 8.9 ซึ่งอยู่ที่ 12,780 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ เป็นผลมาจากราคาน้ำมันดีเซลที่ขยับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.8 ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการของไทยทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่บางรายได้เร่งปรับตัวด้วยการนำเทคโนโลยี เช่น ระบบระบุเอกลักษณ์ของวัตถุด้วยคลื่นความถี่วิทยุ (Radio Frequency Identification: RFID) และระบบสำรวจหาตำแหน่งด้วยดาวเทียม (GPS) เพื่อการวางแผนและกำกับดูแลให้บริการขนส่งด้วยรถบรรทุกให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2012) ส่วนการขนส่งทางอากาศมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย เมื่อเปิด AEC ประเทศไทยควรมีการสนับสนุนระบบขนส่งอื่นๆ นอกจากทางถนน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนการขนส่ง

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบระยะทางและปริมาณการขนส่งของประเทศไทยในปี 2553

รูปแบบการขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	สัดส่วน (%)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (%)
ทางถนน	102,724	94.3	419.30	82.6
ทางราง	4429	4.1	11.40	2.2
ทางน้ำ	1750	1.6	77.10	15.2
ทางอากาศ	-	-	0.11	0.02
รวม	108,903	100	507.91	100

ที่มา: กระทรวงคมนาคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2012)

จากการรายงานการวิจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ของบริษัท Credit Suisse ได้กล่าวไว้ว่า รัฐบาลของประเทศไทยได้มีการวางแผนถึงการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ ในช่วงระยะตั้งแต่ปี 2556 ถึง 2562 เนื่องมาจากการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมี GDP ระหว่างปี 2557 ถึง 2562 ประมาณร้อยละ 4.2 ถึง 4.5 ต่อปี ซึ่งจะใช้งบประมาณกว่า 5.5 ล้านล้านบาท ในระยะเวลาดังกล่าว โดยแบ่งออกเป็นการลงทุนในโครงการบริหารจัดการน้ำคิดเป็นร้อยละ 6 ของการลงทุนทั้งหมด หรือประมาณร้อยละ 3 ของ GDP ส่วนโครงการตามพรบ. กู้เงินจำนวน 2 ล้านล้านบาท ได้เน้นเรื่องทางรถไฟซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรกคือ

รถไฟฟ้าความเร็วสูง ซึ่งประกอบด้วยระยะยาว 3 เส้น และระยะสั้น 1 เส้น การลงทุนในส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 8.5 ของ GDP ปี 2556 ส่วนที่สองคือ เพิ่มการให้บริการรถไฟฟ้า โดยขยายอีก 3 เส้นทางและสร้างเพิ่มเติมอีกหลายเส้นทาง คิดเป็นร้อยละ 3.9 ของ GDP ส่วนสุดท้ายคือ การสร้างถนนคิดเป็นร้อยละ 2.1 ของ GDP ทางรถยนต์ของประเทศไทยค่อนข้างดีเมื่อเทียบกับระบบรางอย่างทางรถไฟซึ่งยังไม่มีประสิทธิภาพ และต้องมีการพัฒนาอีกมาก (Sathirathai, 2013)

ส่วนของระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ และโลจิสติกส์ของประเทศอินโดนีเซียนั้น ค่อนข้างต่ำกว่าทั้งสามประเทศข้างต้น คือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย โครงสร้างพื้นฐานที่แย่เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เศรษฐกิจของอินโดนีเซียไม่สามารถโตได้ถึงร้อยละ 8 โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอยังส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อที่สูงเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้านของอินโดนีเซียในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการชะลอตัวในทศวรรษที่ผ่านมา เป็นผลมาจากการที่รัฐบาลยังไม่สามารถจัดสรรทุนที่เพียงพอต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะนี้รัฐบาลได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทางหลวงที่มีค่าผ่านทาง แต่ก็ยังไม่มีความแน่ชัดและมีความเสี่ยงสูงในเรื่องของการบริหารจัดการโครงการ ย้อนหลังไปเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา นักลงทุนมีการระดมทุนที่สำคัญที่สุดของการลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย ได้แก่ ความไม่แน่นอนทางกฎหมายและการทุจริตคอร์รัปชัน ตามมาด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน กฎหมายแรงงานอ่อนแอ รวมไปถึงความบกพร่องของกรมทางหลวงที่ไม่สามารถเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนได้ ประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพที่จะกลายเป็นเศรษฐกิจใหญ่อันดับที่ 5 ภายในปีพ.ศ. 2573 ได้ หากพิจารณาจากจำนวนประชากรและตลาดที่มีขนาดใหญ่ แต่อาจจะเป็นการยากที่จะบรรลุเป้าหมายหรือการคาดการณ์นี้ได้ ถ้าปัญหาโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว (Hui et al., 2011)

#### 4.2 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียใน อุตสาหกรรมยางพารา

ในหัวข้อย่อยที่ 4.2.1 ถึง 4.2.4 จะอธิบายถึงปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทเด่น ๆ ที่เป็นปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของบริษัทข้ามชาติไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและสิงคโปร์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา ส่วน 4.3 จะแสดงให้เห็นถึงปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กลุ่มนี้ที่มีความคล้ายคลึงกัน และส่งผลให้ประสบความสำเร็จต่อการขยายตัวสู่ต่างประเทศ ตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทกรณีศึกษา

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา

	B (Thai)	A (Thai)	C (Thai)	D (Thai)	G (Thai)	M (Malaysia)	R (Malaysia)	P (Singapore)	S (Singapore)	N (Indonesia)
สมรรถภาพทางเทคโนโลยี	/	/	/				/			/
ทรัพยากรบุคคล	/			/	/	/	/	/	/	/
การขยายตัวขององค์กรตามแนวดิ่ง	/	/		/						
การขยายตัวขององค์กรตามแนวราบ	/									
กลยุทธ์ในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ	/					/	/	/		/
ความสามารถในการสนับสนุน อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง	/									
การวิจัยและพัฒนา	/		/		/				/	
ความสามารถในการสร้างเครือข่าย	/	/			/	/			/	/
ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ วัตถุดิบและการผลิต		/	/	/			/			
การสร้างแบรนด์			/							

	B (Thai)	A (Thai)	C (Thai)	D (Thai)	G (Thai)	M (Malaysia)	R (Malaysia)	P (Singapore)	S (Singapore)	N (Indonesia)
คุณภาพ		/	/		/	/			/	
กลยุทธ์ด้านการตลาด		/	/	/		/			/	/
มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจหลัก				/		/				
ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล และตลาด				/	/				/	
การพัฒนาองค์กรและการลงทุนใหม่ อย่างต่อเนื่อง						/				
กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง						/			/	

#### 4.2.1 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทข้ามชาติไทย (Firm Specific Factors): ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ วัตถุดิบและการผลิต การใช้กลยุทธ์ในการขยายตัวขององค์กรตามแนวราบและตามแนวดิ่ง และความสามารถในการให้บริการภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

บริษัทข้ามชาติไทย (Thai Multinational Enterprises) มีความโดดเด่นในเรื่องของประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวัตถุดิบและการผลิต รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ในการขยายตัวขององค์กรตามแนวราบและตามแนวดิ่ง และความสามารถในการให้บริการภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในกลุ่มอุตสาหกรรม ยางพาราเองและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ บริษัทข้ามชาติไทยซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางขึ้นปลายประเภทชิ้นส่วนยานยนต์ต่าง ๆ ได้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก อันเป็นผลมาจากการรวมตัวทั่วโลก (Global Integration) ของบริษัทรถยนต์ขนาดใหญ่ที่ย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย ซึ่งให้เห็นถึงความสำเร็จของนโยบายภาครัฐในการวางตำแหน่งประเทศไทยให้เป็น “Detroit of Asia” บริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกมากมายต่างย้ายฐานการผลิตยานพาหนะและยางล้อมายังประเทศไทย ส่งผลให้ยอดเงินลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมเหล่านี้และที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นอย่างมากตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2543 เป็นต้นมาจวบจนปัจจุบัน

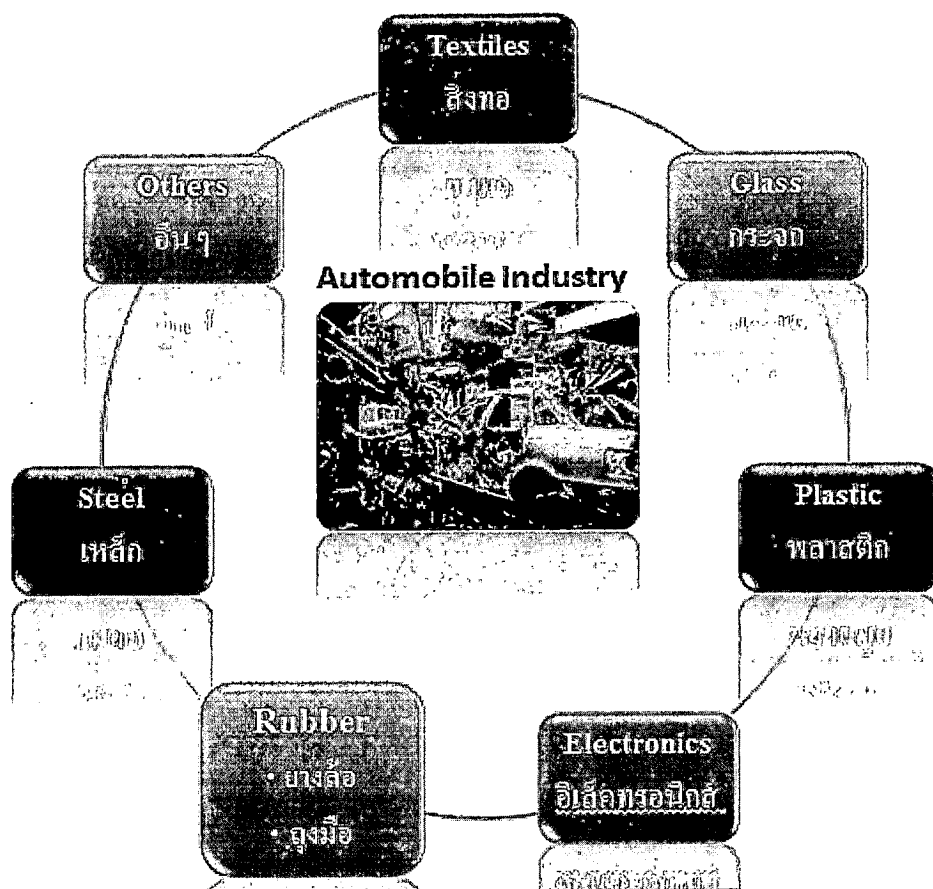
นโยบายการสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2503 เน้นการปกป้องทางการค้า โดยตั้งภาษีศุลกากรในระดับที่สูง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้จัดทำมาตรการส่งเสริมการลงทุนหลายประการ รวมถึงการลดหย่อนภาษีสำหรับโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริม ข้อแตกต่างของนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของไทยกับประเทศอื่น ๆ คือ นโยบายของไทยปฏิบัติต่อนักลงทุนท้องถิ่นในประเทศและนักลงทุนจากต่างชาติอย่างเท่าเทียมกัน ผลของมาตรการนี้คือ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ข้ามชาติได้ตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทยเพื่อขายสินค้าภายในประเทศไทยและส่งออกรถยนต์กลับไปยังประเทศบ้านเกิดของตน บริษัทผู้ผลิตที่สำคัญหลักมาจากประเทศญี่ปุ่น ภูมิภาคยุโรป และสหรัฐอเมริกา รูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่อาศัยการร่วมทุน (Joint Venture) เป็นหลัก

พ.ศ. 2518 ได้มีการใช้มาตรการข้อกำหนดส่วนประกอบท้องถิ่น (Local Content Requirements) เพื่อลดปริมาณการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์จากต่างประเทศ และเพิ่มปริมาณการผลิตชิ้นส่วนเหล่านี้ในประเทศ หลาย ๆ บริษัทข้ามชาติได้ร่วมมือกับบริษัทไทย ผู้ผลิตไทยรวมทั้งส่วนประกอบที่เป็นผลิตภัณฑ์ยาง กระเจียนรภัย อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ทำให้เกิดเป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมยานยนต์ขึ้นมาในจังหวัดระยองและชลบุรี ต่อมาสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในปีพ.ศ. 2520 ได้มีการปรับเปลี่ยนพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนโดยกำหนดให้สัดส่วนผู้ถือหุ้นในกิจการร่วมทุน (Joint Venture) เป็นคนไทยในสัดส่วนที่มากกว่าสัดส่วนผู้ถือหุ้นชาวต่างชาติสำหรับกิจการที่ขายสินค้าและบริการมากกว่าร้อยละ 70 ในตลาดภายในประเทศไทย ธุรกิจร่วมทุนที่ได้รับการอนุมัติจาก BOI จะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มากมาย ในรูปแบบภาษีและสิทธิประโยชน์ที่มีโชติภาพ ช่วงตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531 เป็นต้นมานโยบายการพัฒนา



อุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีการปรับเปลี่ยนจากเน้นตลาดในประเทศเป็นการมุ่งสู่การรวมตัวกับตลาดโลก โดยมีเป้าหมายหลักในการเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนในภูมิภาค เศรษฐกิจไทยได้เข้าสู่ช่วงการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงปีพ.ศ. 2531 การเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศที่มากกว่าปริมาณรถยนต์ที่ผลิตได้ ในปีพ.ศ. 2532 รัฐบาลได้ยกเลิกการห้ามนำเข้ารถยนต์ใหม่จากต่างประเทศ รวมทั้งยกเลิกมาตรการการจำกัดปริมาณการนำเข้ารถยนต์ แต่อย่างไรก็ตามยังคงมีการจำกัดปริมาณการนำเข้าเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์และรถยนต์มือสอง ยิ่งไปกว่านั้นในปี พ.ศ. 2543 ได้มีการยกเลิกข้อกำหนดส่วนประกอบท้องถิ่น (Local Content Requirements) ในส่วนของนโยบายส่งเสริมการลงทุนนั้น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ยกเลิกข้อกำหนดสัดส่วนความเป็นเจ้าของกิจการของชาวต่างชาติที่เดิมกำหนดให้ถือครองหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 49

การเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์จากบทบาทที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติ ทำให้เกิดการเติบโตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย รวมทั้งอุตสาหกรรมยางล้อ และอุตสาหกรรมยางพารา เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมยานยนต์ของมาเลเซีย ประเทศไทยมีการพัฒนาได้มากกว่าและเคลื่อนไปข้างหน้าในทิศทางที่ดี เนื่องจากประเทศไทยเปิดรับการลงทุนของผู้ผลิตต่างชาติจากนานาประเทศให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง เช่น ฮอนด้า โตโยต้า กู้ดเยียร์ มิเชลลิน ซึ่งแตกต่างจากประเทศมาเลเซียที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองอย่างโปรตอน ซึ่งเป็นโครงการยานยนต์ระดับชาติ และขาดนโยบายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ภาพที่ 4.24 แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.24 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมรถยนต์

บริษัทไทย (บริษัท B) มีความสามารถในการให้บริการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ industrial polymer และผลิตภัณฑ์ยางคุณภาพพรีเมียม เน้นการบริการที่ครบถ้วน ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีคุณภาพ เช่น เสื่อกันกระสุน เสื่อกันไฟ ฉะนั้นยางพลาสติกจะมีการปรับปรุงคุณภาพร่วมกับพลาสติกและสารเคมีตัวอื่น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งและความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติในเรื่องของเทคโนโลยีของโพลีเมอร์ทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลักของบริษัทในการเป็นผู้นำเทคโนโลยีโดยเน้นความรู้วิทยาศาสตร์ที่เป็นองค์รวม บริษัท B สามารถให้บริการภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยการผสมผสานเทคโนโลยีและการสร้างเสริมนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างยั่งยืน การให้บริการนั้นอาศัยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย และมีบทบาทเป็นผู้ให้บริการด้านที่ปรึกษาและแก้ปัญหาทางเทคโนโลยีให้อุตสาหกรรมไทย โดยการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมรถยนต์ ของนานาชาติ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นการทำงานร่วมกับ Business linkages ของรถยนต์ เป็นการรวมคุณค่าเข้าด้วยกัน (value integration)

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างพันธมิตรใน value chain บริษัท B มีความสามารถในการสร้างเครือข่ายค่อนข้างมาก กล่าวคือ สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ international value chain ของรถยนต์เกือบทุกยี่ห้อ

ทั้งญี่ปุ่น เกาหลี สิ่งสำคัญที่พันธมิตรและลูกค้ามองหา คือ จุดเด่นในการสร้างคุณค่าขององค์กรและสินค้าที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีในระดับสูง บริษัทข้ามชาติหลายแห่งเลือกที่จะร่วมทุนกับบริษัท B เพื่อใช้เป็นฐานด้านการวิจัยและพัฒนา และเป็นศูนย์การผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ เช่น ชิ้นส่วนเบรก

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท B เดินทางเพื่อไปนำเสนอผลงานในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก เช่น Rubber Manufacturing Association ที่เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และเยี่ยมชมศูนย์วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในต่างประเทศ ประเทศที่ผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียก็คือ เกาหลีกับ ญี่ปุ่น บริษัท B ได้ไปเยี่ยมชมศูนย์ headquarter และศูนย์ technical center ของบริษัทยักษ์ใหญ่ในประเทศเหล่านี้เพื่อสร้าง linkage และ partnership นอกจากรับผลิตสินค้าแล้ว ยังช่วยพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ และขายผลิตภัณฑ์ยางพาราให้แก่ลูกค้าพันธมิตรด้วย ในอุตสาหกรรมรถยนต์และปิโตรเคมี ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ โดยเน้นหลักการ win-win situation

บริษัทไทยในอุตสาหกรรมยางพารา มีความสามารถในการบริหารจัดการวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี หลาย ๆ บริษัทมีบริษัทแม่สนับสนุนวัตถุดิบน้ำยางขึ้นให้ตลอดเวลา ด้วยความที่เป็นบริษัทในเครือเดียวกัน จึงทำให้ต้นทุนวัตถุดิบไม่สูง และมีความได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ในส่วนของประสิทธิภาพการผลิตนั้น บริษัทไทยก็ไม่ใช่รองบริษัทใด ๆ ในอุตสาหกรรมยางพาราทั้งในเรื่องของระบบการผลิต การบริหารจัดการโรงงาน การลดต้นทุน การใช้พลังงานทดแทนเชื้อเพลิง ซึ่งทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ถึงแม้ว่าประเทศมาเลเซียจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นปลาย แต่ในส่วนของอุตสาหกรรมยางพาราต้นน้ำและกลางน้ำนั้นก็มีหลายบริษัทที่ปิดตัวไป เนื่องจากน้ำยางของมาเลเซียมีราคาที่สูง แข่งขันไม่ได้ สำหรับอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ และสินค้าประเภทยางยืดของประเทศไทยนั้นสามารถบริหารต้นทุนภายในได้และยังคงแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

โครงสร้างของต้นทุนของเส้นด้ายยางยืดและผลิตภัณฑ์ยางพาราหลาย ๆ ชนิด ต้นทุนหลัก คือน้ำยาง ราคา น้ำยางมีการปรับตัวอยู่ในระดับราคาที่ค่อนข้างที่จะสูงหากเทียบในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือมีการปรับราคาเพิ่มจากราคาประมาณยี่สิบแปดถึงสามสิบบาทต่อกิโลกรัม เป็นห้าสิบเจ็ดบาทต่อกิโลกรัม และมีความผันผวนค่อนข้างสูง ในปีพ.ศ. 2554 ราคาน้ำยางอยู่ที่หนึ่งร้อยบาทต่อกิโลกรัมเคยสูงถึงขนาดนั้นแล้วก็ลดต่ำลง ภาวะการผันผวนของน้ำยางส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนในตลาดของสินค้ายางพาราสำเร็จรูป และกระทบต่อการปรับกลยุทธ์ในการกำหนดราคา ซึ่งต้องพิจารณาทั้งปัจจัยต้นทุนเป็นหลัก อัตราผลกำไรและราคาของคู่แข่ง การผันผวนของราคาวัตถุดิบส่งผลให้เกิดการผันผวนของราคาขายไปในทิศทางเดียวกัน ในกรณีที่ราคาขายผันผวนสูงขึ้นมาก ย่อมส่งผลต่อกำลังซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา

มา หลาย ๆ บริษัทได้รับผลกระทบด้านลบจากวิกฤติเศรษฐกิจในภูมิภาคยุโรป ทำให้ยอดขายต่ำลง ในส่วนของปริมาณน้ำยาง ผู้ประกอบการสามารถคาดคะเนได้จาก life-cycle ของปริมาณน้ำยาง โดยอาศัยข้อมูลห้าปีย้อนหลังประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสินค้าเกษตรมักจะมีผลผลิตในปริมาณที่แตกต่างกันไปตามฤดูกาล ทำให้การประมาณการเป็นไปได้ด้วยความแม่นยำ รวมถึงการทำนายปริมาณผลผลิตในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งสามารถทำได้โดยอาศัยข้อมูลด้านการพยากรณ์อากาศ ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่ผ่านมามีได้มีการผันผวนมากนัก ตามหลักอุปสงค์และอุปทาน หากปริมาณน้อยกว่าความต้องการทางการตลาด จะส่งผลให้ราคาสูงขึ้น

บริษัทข้ามชาติไทยมักมีบริษัทในเครือหลายบริษัทช่วยสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยการซื้อวัตถุดิบจากบริษัทแม่และหรือบริษัทที่อยู่ในเครือ ซึ่งทำเกี่ยวกับอุตสาหกรรมน้ำยาง ยกตัวอย่างเช่น บริษัท A เป็นบริษัทลูกของบริษัททำน้ำยางข้นที่เป็นรายใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้ไม่มีปัญหาในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบคุณภาพดีและราคาต่ำเป็นพิเศษ การใช้ปัจจัยการผลิตที่มาทดแทนเชื้อเพลิงก็เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การบริหารจัดการน้ำยางและต้นทุนภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพารา ยิ่งไปกว่านั้น หลาย ๆ บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติมาช่วยในการผลิต ซึ่งช่วยในการลดต้นทุน

บริษัทไทยมีการปรับตัวตามสถานการณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงในระดับอุตสาหกรรมและตลาดหลักที่สำคัญ โดยประเทศผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หลักมีการเปลี่ยนจากประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของปริมาณการบริโภคในภูมิภาคเอเชีย เป้าหมายของการขายของบริษัทข้ามชาติไทยนั้นต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มประเทศเอเชีย และก้าวสู่ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม โดยส่วนหนึ่งนั้นต้องอาศัยศักยภาพในการผลิตที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ได้เปรียบเชิงประสิทธิภาพในการผลิต รวมทั้งเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองทางด้านวัตถุดิบ และทางด้านการขาย

ตัวอย่างบริษัทข้ามชาติสัญชาติไทยที่ประสบความสำเร็จในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ โดยอาศัยการขายธุรกิจทั้งตามแนวดิ่งและตามแนวราบได้แก่ บริษัท Thai rubber เป็นบริษัทแม่ของบริษัท A และอีกหลายบริษัทในเครือ ซึ่งมีการขายธุรกิจตามแนวดิ่ง (Vertical Integration) เน้นการผลิตทั้งน้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทยางยืด ถุงมือยาง ที่นอนยางพารา และธุรกิจ future trade ซึ่งก็คือ การเทรดสินค้าการเกษตรล่วงหน้า อีกทั้งมีการดำเนินธุรกิจด้านการเพาะปลูกยางพารา (plantation) ซึ่งถือว่าเป็นการทำธุรกิจที่ครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้บริษัทสามารถแข่งขันได้อย่างมั่นคง

ส่วนบริษัท B นั้นเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ นำเสนอทั้งสินค้าและบริการที่หลากหลายสมบูรณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ยางและเคมีโพลีเมอร์ เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี (solution provider) ช่วยลูกค้าหาคำตอบและแก้ปัญหาให้ทุกอย่าง นี่คือ Core Value ของบริษัท B มีการทำธุรกิจทั้ง

trading การวิจัยและพัฒนา การผลิตและธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นการรวมตัวในห่วงโซ่มูลค่า นั้นเป็นสิ่งที่ Company B ประสบความสำเร็จในการให้บริการอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยการนำเสนอสินค้า บริการและเทคโนโลยีที่หลากหลาย

ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท D กล่าวว่า “หนึ่งก็เรื่อง commitment อันนี้แน่นอนว่าตั้งแต่ผู้บริหารสูงสุดก็คือเรา commit ในอุตสาหกรรมนี้ คำว่า commit ก็คือ เราไม่แตก line ไปทำอย่างอื่น ก็ทำแต่อย่างอย่างเดียวเฉยแหละ อันนี้ก็คือข้อที่หนึ่ง determination เนี่ยมีแน่นอนแล้วก็ไม่ทำอย่างอื่น แต่ว่าถ้าในวงการเค้าก็รู้จักนะ ยิ่งถ้าไปภาคอีสาน เค้าก็รู้จักเพราะว่า ฐานการผลิตเราก็ก่อนขยายมากขึ้นเรื่อยๆ โรงงานในภาคอีสาน เรามีซัก 5 โรงแล้วตอนนี้ เร็วมากเลย บุรีรัมย์ บึงกาฬ มุกดาหาร อุบลราชธานี อุดรฯ”

จุดแข็งของบริษัท D คือการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างขึ้นกลาง ราคาแข่งขันได้และมีคุณภาพที่ดี และพยายามที่จะรักษาส่วนแบ่งการตลาด และขยายกิจการให้ใหญ่มากขึ้น รวมทั้งขยายตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economie of scale) ในการที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมยางพารานั้นจะต้องมีขนาดใหญ่และสมรรถภาพ (capacity) เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิตและมีอำนาจการต่อรองทางด้านวัตถุดิบ ทั้งทางด้านการขาย ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เหตุผลที่ไม่มุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราปลายน้ำ (downstream) เนื่องจากไม่ใช่จุดแข็งของทางบริษัท และอาจเกิดการขัดกันในเรื่องของผลประโยชน์ (conflict of interest) กับลูกค้า ในฐานะที่บริษัท D เป็น supplier ให้กับผู้ผลิยางล้อหลายบริษัท ถ้าเริ่มที่จะผลิยางล้อเองอาจเกิดปัญหากับลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม บริษัท D ได้มีการขยายธุรกิจในแนวดิ่งโดยการทำธุรกิจ trading และการเพาะปลูก (plantation) และผลิตวัตถุดิบยางพาราดันน้ำ เหตุผลหลักตามหลักเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ สินค้ายางพาราดันน้ำให้ผลตอบแทนในการลงทุนที่สูง margin ค่อนข้างมาก หมายถึงว่าราคาซื้อขายวันนี้ที่ชาวบ้านขายได้ 80 บาท ต้นทุนก็ประมาณ 50 กว่าบาท ประกอบกับในแง่ของเชิงกลยุทธ์อันนี้สำคัญกว่าก็คือการที่มีเนื้อที่เพาะปลูกอยู่ใกล้กับแหล่งผลิตสวนยางอื่น ๆ เป็นการสร้างแนวร่วมไปโดยปริยาย ทำให้สามารถจัดซื้อได้ง่ายโดยการซื้อขายผ่านในเครือของบริษัท ลดค่าขนส่ง เป็นการลดต้นทุน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการอยู่รอดของอุตสาหกรรมนี้ การจัดซื้อ (procurement) วัตถุดิบเพื่อป้อนโรงงานในราคาที่ เป็นธรรมและถูก ตัวอย่างเช่น บริษัท D อาจเพาะปลูกเองรวม 50,000 ไร่ ซึ่งน่าจะขายได้มากกว่านี้ ถ้ามีแนวร่วมก็อาจมีถึง 500,000 ไร่ เกษตรกรอาจขายสวนให้เลย ซึ่งการขยายธุรกิจในแนวดิ่งช่วยตอบสนองเป้าหมายของบริษัท

**4.2.2 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทข้ามชาติมาเลเซีย (Firm Specific Factors):** การประหยัดต่อขนาด มีการปรับปรุงองค์กรและลงทุนใหม่อย่างต่อเนื่อง ความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์

บริษัทข้ามชาติมาเลเซียมีการได้เปรียบในการแข่งขันด้านการประหยัดต่อขนาด (Economies of scales) เหมือนหลาย ๆ บริษัทของไทย แต่คนละกลุ่มผลิตภัณฑ์ ของไทยนั้นมีจุดแข็งอยู่ที่อุตสาหกรรมขั้นต้นและขั้นกลาง ขณะที่บริษัทข้ามชาติมาเลเซียเป็นผู้ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ เช่น ถู่มือยาง ถึงแม้ว่าปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำเหล่านี้ในประเทศมาเลเซียจะมีจำนวนไม่มากนักแต่ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ ขนาดโรงงานที่ใหญ่และได้มาตรฐานสามารถดึงดูดลูกค้าและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรได้

จุดเด่นอีกประการหนึ่งของบริษัทข้ามชาติมาเลเซียคือ การพัฒนาองค์กรและการลงทุนใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด อันนี้เป็นข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดกลางขนาดย่อมซึ่งมักจะลงทุนเพิ่มเติมมานัก การลงทุนในเครื่องจักร อาคาร ทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยต่าง ๆ มีความสำคัญมากต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว เป็นการสร้างความแตกต่างและทำให้องค์กรมีการพัฒนาและบริษัทอื่น ๆ ตามไม่ทัน และไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ การลงทุนเหล่านี้มีต้นทุนที่สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในเครื่องจักรกลต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้นการลงทุนในอุปกรณ์และห้องปฏิบัติการที่ใช้ทดสอบผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตก็มีความจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ช่วยลดการพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรอื่น ๆ และทำให้สามารถบรรลุตามเงื่อนไขข้อตกลงที่กำหนดไว้กับลูกค้าในเวลาที่กำหนดได้ การบริหารจัดการเวลาในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าก็ทำได้ดีขึ้น

บริษัทข้ามชาติมาเลเซียมีการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาและเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีการเปรียบเทียบมาตรฐานคุณภาพสินค้าในตลาดต่างประเทศ มิใช่แค่มาตรฐานในประเทศเพียงอย่างเดียว บริษัทขนาดใหญ่เหล่านี้ มักจะมีการตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาขึ้นมาโดยเฉพาะ หรือตั้งบริษัทลูกโดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยและพัฒนาโดยตรง เนื่องจากเห็นว่าการลงทุนไม่ใช่คำตอบเสมอไป หากไม่สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาดได้ ยิ่งไปกว่านั้นการพัฒนาประสิทธิภาพก็จะไม่เกิดขึ้น มีการจัดจ้างและฝึกอบรมนักวิจัย การพัฒนาห้องปฏิบัติการและลงทุนในอุปกรณ์ที่ใช้ทดสอบผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าของภาครัฐ ตัวอย่างเช่น การสร้างเครื่องทดสอบที่มีศักยภาพขึ้นเองเพื่อใช้ในการทดสอบผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก ระหว่าง 2,000 ถึง 5,000 ตัน ขณะที่เครื่องของภาครัฐมีศักยภาพต่ำกว่าอยู่ที่ 400 ถึง 600 ตัน และไม่เพียงพอต่อการใช้งานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพารามาเลเซีย

สิ่งที่ทำให้บริษัทข้ามชาติมาเลเซียประสบความสำเร็จในการขยายตัวสู่ต่างประเทศทั้งการส่งออกและการลงทุนคือ การใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยการสร้างแบรนด์และมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่าการใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำนั้น ไม่สามารถจะเอาชนะผู้ผลิตจากประเทศจีนและอินเดียได้ สำหรับประเทศไทยนั้นการใช้นโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท แต่ค่าแรงที่จ่ายจริง

ในกรุงเทพและปริมณฑลสูงกว่านั้นอยู่ระหว่าง 350 ถึง 380 บาทต่อวันต่อแรงงานหนึ่งคน ฉะนั้นประเทศไทยก็ควรจะใช้โมเดลของมาเลเซียซึ่งเป็นรูปแบบที่ดีและเห็นผลประสบความสำเร็จสำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลาย ซึ่งมีได้มุ่งเน้นการแข่งขันกันที่ต้นทุนต่ำอีกต่อไป บริษัทข้ามชาติมาเลเซียอาศัยการพัฒนานวัตกรรมและสร้างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากลเป็นหลัก

#### 4.2.3 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทข้ามชาติอินโดนีเซีย (Firm Specific Factors): กลยุทธ์ในการขยายตัวผู้ต่างประเทศ กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทกรณีสึกษาอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตยางล้อชั้นนำในอินโดนีเซีย ตลาดส่งออกส่วนใหญ่ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ประเทศแถบตะวันออกกลาง และประเทศในภูมิภาคอาเซียน เช่น มาเลเซีย และจีน บริษัทนี้มีการปรับตัวอย่างมากในการที่จะส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีความต้องการและมาตรฐานที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะตลาดหลักอย่างประเทศจีน ซึ่งไม่ง่ายนักในการส่งออกเนื่องจากจะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับใบรับรอง CCC (China Compulsory Certification) ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองด้านความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้าที่จะขายในตลาดประเทศจีน และเริ่มมีการบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2545 บริษัทนี้ต้องปรับขนาดสินค้าและมาตรฐานให้เหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภคในตลาดท้องถิ่น และได้มีการจัดตั้งสำนักงานในประเทศจีนเนื่องจากมีอุปสงค์มาก ตลาดมีขนาดใหญ่ สำนักงานนี้จะซื้อยางล้อจากบริษัทแม่ในอินโดนีเซียและขายให้ร้านค้าปลีกในประเทศจีนอีกทีหนึ่ง โดยเชื่อว่าวิธีการนี้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีเพราะสามารถช่วยให้ได้ข้อมูลรวดเร็วโดยตรงจากร้านค้าปลีกดีกว่าการพึ่งพาบริษัทตัวแทน สำหรับกลยุทธ์ในการขยายตัวผู้ต่างประเทศในระยะยาว มีแผนการที่จะลงทุนตั้งสำนักงานในประเทศหลัก ๆ เพิ่มเติมเช่น สหรัฐอเมริกา

ส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นในช่วงสองปีที่ผ่านมาได้มีการลงทุนใน “Formula Drift Asia” ซึ่งก่อนหน้านี้ ESPN เป็นเจ้าของ และมีการเปลี่ยนชื่อเป็น “Achilles Formula Drift Asia” ถือเป็นการลงทุนด้านการตลาดที่ค่อนข้างมาก เริ่มต้นจากประเทศอินโดนีเซียก่อน และได้ลงทุนเพิ่มเติมในประเทศมาเลเซีย ไทยและสิงคโปร์ ยิ่งไปกว่านี้มีการร่วมงานจัดมหกรรมแสดงสินค้า ได้พบปะกับนักธุรกิจ ลูกค้า แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน และติดตามต่อยอดธุรกิจได้ มีหลายช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าเช่นการตอบคำถามที่ส่งผ่านมาจากระบบออนไลน์หรือทางอีเมลล์ และมีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทข้ามชาติกรณีสึกษาอินโดนีเซียมีการสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง ซึ่งอาศัยการจัดกิจกรรมแข่งขัน “Formula Drift” ช่วยส่งเสริมและกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มการตระหนักรู้ของตราสินค้า เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น และช่วยเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี ถือว่าเป็นการสร้างอุปสงค์และมีอำนาจในการตั้งราคาให้สูงขึ้น โดยวางตำแหน่งทางการตลาดแตกต่างจากสินค้าของ

ประเทศจีนซึ่งเป็นสินค้าราคาถูก สินค้าราคาพรีเมียมเกรดเอ ได้แก่ แบรินด์บริดจ์สโตน มิเชลลิน Pirelli บริษัทกรณีศึกษาจัดวางตำแหน่งสินค้าอยู่ในระดับกลาง คือ คุณภาพดีและราคาสูงกว่าสินค้าเกรดซี การใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกก็เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองของลูกค้าและสร้างการรับรู้ แยกความแตกต่างระหว่างสินค้าที่ผลิตจากอินโดนีเซียออกจากสินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจีน

#### 4.2.4 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทข้ามชาติสิงคโปร์ (Firm Specific Factors): กลยุทธ์ในการขยายตัวผู้ต่างประเทศ กลยุทธ์ทางการตลาด ความสามารถในการพัฒนาเครือข่ายต่างประเทศ ทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์

บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์เป็นบริษัทข้ามชาติค่อนข้างใหญ่ ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลาย อาทิเช่น ยางล้อรถยนต์ ยางรถบรรทุก ยางรถไถ เป็นต้น โดยต้นกำเนิดตัวสาขาสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ ในส่วนของการกระจายสินค้าอาศัยสาขาที่มีซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายนั้นมาจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น โรงงานซูมิโตโม ซึ่งแหล่งผลิตสินค้าที่นำเข้านั้นมาจากประเทศญี่ปุ่น อินโดนีเซียและบางส่วนจากโรงงานในเมืองไทย เป็นการนำเข้าสินค้าตามต้นทุนของตัวโรงงานแต่ละประเทศและความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ด้วย โดยแยกชั้นออกเป็นสินค้านำเข้าระดับ premium นำเข้ามาจากญี่ปุ่น ในระดับสามต่ำสุดจะนำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย ส่วนสำหรับยางที่ผลิตในเมืองไทยก็จะเป็นยางระดับกลาง ๆ นอกจากนี้บริษัทสิงคโปร์เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายของหลาย ๆ บริษัท ดูแลทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีหลากหลายแบรนด์เสนอให้ลูกค้าเลือกใช้ รวมทั้งตราสินค้าต่างประเทศที่มีการผลิตในประเทศจีน

กลยุทธ์ในการขยายตัวผู้ต่างประเทศ นิยมใช้ทั้งแบบร่วมทุนและบริษัทย่อยที่ถือหุ้นเองทั้งหมด สาขาที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยขยายให้ตลาดในประเทศประมาณร้อยละสามสิบถึงสี่สิบ และอีกประมาณร้อยละหกสิบเป็นในส่วนของการส่งออกไปหลายประเทศทั่วโลก และมีการขยายสาขาในหลายทวีป เช่น สาขาในเมืองไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย เวียดนาม จีน แอฟริกาใต้ อินเดีย และมี representative office อยู่ในยุโรป แล้วยังในอเมริกา นอกจากการขยายสาขาแล้ว ยังมีการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าอีกด้วย การกระจายสินค้าอาจจะต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิต โรงงานทั้งในไทย จีนและประเทศอื่น ๆ เพื่อให้แข่งขันได้ดีกว่าเดิม บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์มองตลาดโลกเป็นหนึ่งเดียว หนึ่งในสองบริษัทมีการส่งออกไปมากกว่า 65 ประเทศ หากดูจากผลประกอบการจากบริษัทลูกในแต่ละประเทศจะเห็นได้ว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีผลประกอบการที่ดีกว่ายุโรป

ด้วยการที่บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักค่อนข้างสูงอยู่แล้วในตลาดโลก ทำให้ผู้ใช้สามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าที่บริษัทนำเข้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ บริษัทกรณีศึกษาให้ความสำคัญในเรื่องของการจำหน่ายสินค้า การโปรโมทสินค้าในส่วนของกลยุทธ์ด้านการตลาดก็เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่ทำให้



บริษัทประสบความสำเร็จ กลยุทธ์ที่ทำให้ผู้กับการแข่งขันได้ คือ เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างตัวบริษัทกับตัวลูกค้า และความเชื่อมั่นในส่วนของตัวเองสินค้าที่มีคุณภาพ บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์ทั้งสองบริษัทมีบริษัทลูกในเมืองไทย เนื่องจากอยู่ใกล้โรงงานมาก สามารถพัฒนาตัวสินค้าได้ดีกว่า มีการประสานงานกับโรงงานอย่างใกล้ชิดเพื่อที่จะจัดหาสินค้าให้เพียงพอ การสื่อสารระหว่างบริษัทลูกซึ่งทำหน้าที่ต่างกัน ระหว่างผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้า กับโรงงานส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตัวสินค้าตัวใหม่และง่ายต่อการจัดการ

บริษัทกรณีศึกษาสิงคโปร์ทั้ง 2 บริษัทมีทรัพยากรบุคคลที่ดี มีความรู้ความสามารถ และความมุ่งมั่น มีผู้บริหารระดับสูงที่มีวิสัยทัศน์และวางกลยุทธ์ที่ดีมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท สามารถระบุประเทศที่จะไปลงทุนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในประเทศเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพหนึ่งในสองบริษัทนี้มีโรงงานอยู่ในประเทศจีน มาเลเซีย และได้หวัน จำนวนประชากรในแต่ละประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้พิจารณาเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการได้ผลกำไรตอบแทน การเข้าถึงตลาดหรือที่เรียกว่าข้อได้เปรียบของแหล่งกำเนิด (the advantage of origin) โรงงานแรกที่ตั้งขึ้นในไต้หวันเพราะไต้หวันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและราคาสมเหตุสมผลเหมาะสมแก่การลงทุน ต้นทุนในการลงทุนไม่สูงมากในยุคนั้น เมื่อบริษัทมีความมั่นใจมากขึ้นจึงขยายธุรกิจออกไปยังประเทศอื่น ๆ อีก เช่น แรงจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่รัฐบาลจีนให้ในเรื่องของการลดหย่อนภาษี สำหรับการลงทุนในประเทศมาเลเซียนั้นเหตุผลหลักคือการเข้าถึงตลาดอาเซียน ซึ่งนับเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจสำหรับโครงการลงทุน และปัจจุบันได้มีการตั้งสำนักงานในประเทศไทยและลงทุนสร้างโรงงานในไทยด้วย

#### 4.3 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยรวม

ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่บริษัทกรณีศึกษาส่วนใหญ่ (มากกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนบริษัทกรณีศึกษาทั้งหมด) ระบุว่าเป็นจุดแข็งและช่วงผลักดันให้ประสบความสำเร็จทั้งด้านการส่งออกและลงทุนในต่างประเทศ ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล ความสามารถในการสร้างเครือข่าย และกลยุทธ์ทางการตลาด

##### 4.3.1 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: ทรัพยากรบุคคล (บริษัท B D G M R P S และบริษัท N)

บริษัทกรณีศึกษา 8 จาก 10 บริษัทระบุให้ทรัพยากรบุคคลขององค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนการขยายตัวผู้ต่างประเทศ บริษัทเหล่านี้มีผู้บริหารที่ดีและวางแผนกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรซึ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กรที่สำคัญ

ผู้บริหารบริษัท G กล่าวว่า “โดยปกติเราคิดว่าสำคัญที่สุดคือเรื่องคน ที่ผ่านมานี้เนื่องจากเราได้คนที่ดีและก็ได้รับการสนับสนุนจากคนที่ทำงานร่วมมือร่วมแรงก็จะได้ความสำเร็จ”

ความแข็งแกร่งขององค์กรพึ่งพิงทรัพยากรบุคคล พนักงานโดยเฉลี่ยจะมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนคนทำงาน (turnover) ค่อนข้างต่ำ อายุโดยเฉลี่ยก็ยังอยู่ในวัยที่ต่ำ ก็คือยังมีแรง วัยหนุ่มสาว และอาศัยกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน (learning by experience) บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่สามารถดึงดูดให้คนที่มีคุณภาพฝีมือทักษะเข้าร่วมทำงาน ตั้งแต่พนักงานตำแหน่งวิศวกร ผู้จัดการ คนงานต่างต้องทำงานให้ได้ตามเป้าหมายและผ่านมาตรฐาน และเน้นการทำงานเป็นทีม ความทุ่มเทในการสร้างองค์กรร่วมกันรวมทั้งมาตรฐานที่ตั้งไว้ค่อนข้างสูงสำหรับบุคลากรทุกคนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนในบริษัทกรณีศึกษา

บริษัทข้ามชาติกรณีศึกษาส่วนใหญ่มีการลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น การฝึกอบรมต่าง ๆ ส่งผลให้งานออกมาดีมีคุณภาพ และเป็นการเสริมสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานเมื่อผ่านการฝึกอบรมและสามารถเห็นเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ตัวอย่างเช่น บริษัท B

“ให้ทุนศึกษาแก่พนักงาน เช่น วิศวกรไฟฟ้า วิศวกรคอมพิวเตอร์ ไปเรียนในมหาวิทยาลัย...ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทอบรมให้พนักงาน ผมก็พยายามหาวิธีประยุกต์ (apply) ใช้ของตะวันตก และความรู้ของตะวันออก ผมเปลี่ยนองค์กรหมดเวลาเกิดวิกฤติ บริษัทผมรอดทุกครั้ง ผมปรับเปลี่ยนองค์กรทุกครั้งที่เกิดวิกฤติ เพราะพวกผมสร้างเทคโนโลยีของพวกเราเอง ไอที supply chain ทำเองหมด International Business ผมก็เอาพนักงานทุกคนออกตระเวนกับผมหมดแล้วเด็กมันเรียนรู้มัย มันก็เรียนรู้ มันก็ทำได้ ผมก็สร้างคน (people) ของผมขึ้นมา”

การดูแลพนักงานทุกคนเป็นอย่างดี รวมทั้งการให้การฝึกอบรม เมื่อองค์กรเติบโต คนที่ได้รับการพัฒนาให้เห็นช่องทางและโอกาสที่จะเติบโตในองค์กร ส่งผลดีต่อการบริหารบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้พนักงานทำงานอยู่กับบริษัทเป็นระยะเวลานาน

#### **4.3.2 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: ความสามารถในการสร้างเครือข่าย (บริษัท A B G M S และบริษัท N)**

บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสามารถในการพัฒนาเครือข่ายทั้งระดับบริษัทและลูกค้า รวมทั้งผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบ รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ส่วนใหญ่ผู้บริหารของบริษัทและทีมงานจะเดินทางไปหาลูกค้าโดยตรงเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้มีความเชื่อมั่นกับลูกค้า เป็นการใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเชิงรุกเพื่อสร้างความเชื่อมโยงและลูกค้า เช่น ไปเยี่ยมสำนักงานใหญ่ ไปเยี่ยมชมศูนย์ปฏิบัติการเทคนิค (technical center) การแต่งตั้งลูกค้าและตัวแทนท้องถิ่นในหลายประเทศ เช่น จีน อเมริกา การเยี่ยมชมลูกค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ต้องไปทำความเข้าใจและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ความ

ต้องการใช้วัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ไปแนะนำให้ลูกค้าใช้มากขึ้น รวมทั้งสื่อสารให้ความเชื่อมั่นกับลูกค้าว่าจะมีสินค้าที่เพียงพอสำหรับการส่งมอบตามเวลาที่กำหนด โดยการนำเสนอผลงานและเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมนานาชาติต่าง ๆ อาทิเช่น สมาคมยางพาราแห่งประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม หลายบริษัทดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน บางกรณีลูกค้าก็ติดต่อโดยตรง

การร่วมงานแสดงสินค้าก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้ได้รับข้อมูลที่สำคัญ และคำถามจากลูกค้าเป้าหมายหลาย ๆ บริษัทใช้ระบบไอทีและอินเทอร์เน็ตช่วยในการสร้างเครือข่ายและสื่อสารกับลูกค้า ภาครัฐก็มีส่วนช่วยในการให้ข้อมูลสำหรับหน่วยงาน บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งบริษัทข้ามชาติสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในการติดตามผล ติดต่อกับลูกค้า ซึ่งในบางครั้งก็ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างธุรกิจใหม่ ๆ บริษัทกรณีศึกษาส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีและมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

#### 4.3.3 ปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: กลยุทธ์ทางการตลาด (บริษัท A C D M S และบริษัท N)

เป็นที่น่าสังเกตว่าบริษัทส่วนใหญ่จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ค่อนข้างเข้มแข็ง มีการวิเคราะห์ตลาดและพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของตลาดต่างประเทศนั้น ๆ โดยอาศัยข้อมูลที่เก็บได้จากการสำรวจตลาดพนักงานในส่วนของการตลาดมักจะมีการจ้างคนท้องถิ่น เช่น จีน อินเดีย บังคลาเทศ เพื่อประสานงานกับลูกค้าในแต่ละประเทศที่มีภาษา เชื้อชาติ วัฒนธรรม และวิธีการดำเนินการ ระเบียบปฏิบัติที่แตกต่างกัน ทำให้เก็บข้อมูลได้มากขึ้น ส่งผลดีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งได้ทราบถึงปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด พนักงานท้องถิ่นเหล่านี้ทำให้ลูกค้าไว้วางใจเนื่องจากเป็นคนเชื้อชาติเดียวกัน ทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ กันได้ครบถ้วน

บริษัทข้ามชาติกรณีศึกษาส่วนใหญ่พยายามส่งเสริมในเรื่องการสร้างแบรนด์ โดยกำหนดให้เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือและให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในอุตสาหกรรมยาง หลาย ๆ บริษัทใช้วิธีการส่งเสริมทางการตลาด ผ่านการจัด โปรโมชัน และกลยุทธ์ทางราคา และการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ช่วงระยะเวลาสามสี่ปีที่ผ่านมา ในเรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดค่อนข้างที่จะเน้นไปที่การกระจายสินค้าในตลาดใหญ่ ๆ ในภูมิภาคเอเชีย และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการออกเยี่ยมลูกค้าหลายครั้งทุกปี และมีการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้าและตลาดตามขนาดที่แตกต่างกันเพื่อจะได้จัดสรรทรัพยากรทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อีกประการหนึ่ง คือ การสำรวจตลาดโดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคโดยตรง (end user) รวมทั้งสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของตัวบริษัท ซึ่งก็ส่งผลให้การขยายตลาดเป็นไปได้ด้วยดี

#### 4.4 ผลกระทบและบทบาทของมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ

จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการและนักลงทุนไทยในอุตสาหกรรมยางพาราส่งผลดีต่อการแข่งขันและการพัฒนาการผลิตโดยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งเพื่อใช้เองภายในประเทศและเพื่อส่งออก หลาย ๆ บริษัท เช่น บริษัท A และ B ได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI ในส่วนของการสร้างและนำเข้าเครื่องจักรใหม่ ซึ่งช่วยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราได้ในเรื่องของการลดหย่อนภาษี และยกเว้นการเสียภาษี ซึ่งก็ช่วยในการลดต้นทุนได้พอสมควร

“บีโอไอเราถือว่า very competitive อิน โดไม่ดีแต่เราก็ต้องไปเพราะคุณต้องไปอยู่กับ market place แต่คุณกำไรคุณเก็บภาษีคุณก็เก็บไป ผมก็จ่ายไปแต่ผมก็ต้องหาวิธีเอาแทนที่จะเป็น product ทั้งหมด ผมก็ต้องเอาออกจากที่นี้ไปบ้างอะไรต่อมิอะไร ใช้อย่างไรหลาย ๆ อย่าง value added ไปทิ้งเงินให้น้อยที่สุดเท่าที่ตัวเอง”  
(ผู้บริหารระดับสูง บริษัท B)

ปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริหารของบริษัทข้ามชาติเอเชียนำมาพิจารณาก่อนการลงทุน ได้แก่ วัฒนธรรมของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน รวมทั้งเรื่องความปลอดภัยของประเทศที่จะไปลงทุน หากหาความปลอดภัยได้ยากมาก เช่น ประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ก็จะเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่ง ยิ่งไปกว่านั้นข้อมูลท้องถิ่นต่าง ๆ เรื่อง แรงงาน กฎหมาย ระบบโลจิสติกส์ ต้นทุนการจัดตั้งสถานประกอบการในทำเลที่ดีแต่กลับมีต้นทุนแพงมาก ซึ่งบาง บริษัท (เช่น บริษัท A) ได้หาคู่ค้าท้องถิ่น (local partner) ช่วยดำเนินการจัดการในหลาย ๆ เรื่องที่กล่าวมาข้างต้นในต่างประเทศ ผู้บริหารของบริษัท A กล่าวว่า

“ทางลูกค้าที่เมืองจีนสนใจมาร่วมลงทุน (joint venture) กับเรา แต่เรามองแล้วว่ามันไม่สะดวกสำหรับเรา เนื่องจากถ้าเรามีการร่วมลงทุน (joint venture) กัน มันก็เหมือนกับการผูกขาดกัน ทำให้เราเสียโอกาสในการทำตลาดประเทศจีน เพราะประเทศจีนมียอดขายการซื้อ (volume) แล้วก็การบริโภค (consumption) ที่ค่อนข้างจะเยอะมาก ถ้าเราผูกติดกับลูกค้าแค่รายเดียวเราก็จะเสียโอกาสในส่วนอื่นไป...มองในตัวอย่างชัด ถ้าเราลงทุนไปตั้งโรงงานอย่างชัด อันดับแรกถ้าเราไป เราต้องศึกษาว่า รัฐบาลฝั่งนั้นเค้ามีการสนับสนุน (support) เรายังไง แะไหน เรื่องถัดไปเราก็ดูวัตถุดิบ (raw material) ว่าจุดที่เราไปว่าโลจิสติกส์ (logistic) ระยะทางการขนส่ง เป็นยังไงบ้าง เพราะว่าถึงแม้ได้ถูกต้องจริง ๆ แต่ถ้าโลจิสติกส์ (logistic) ไกลกันมากก็ไม่ไหว อย่างเช่นในเมืองจีน น้ำยางมันมีอยู่แค่สองจุด คือ เกาะไหหลำ (Hainan) กับ แฉวหยุนาน (Yunnan) แต่ว่าในบริเวณนั้นมันไม่เหมาะสำหรับตั้งโรงงานซักเท่าไร และแต่ละมณฑลของจีนก็มีกฎหมายที่แตกต่างกันไป”

บางบริษัท เช่น บริษัท D มีการร่วมลงทุนกับบริษัทที่มาจากภูมิภาคยุโรปและญี่ปุ่นในการผลิตภัณฑ์ถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์ แต่ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการร่วมทุนคือโอกาสทางธุรกิจ และการนำจุดแข็ง

(strong point) ของแต่ละฝ่ายเข้ามาเพื่อใช้ประโยชน์ในการผลิต ณ ปัจจุบัน เริ่มใช้กลยุทธ์แบบรุก โดยการขยายตัวสู่ต่างประเทศและวางแผนการลงทุนในประเทศมีศักยภาพในเรื่องของแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งเป็นจุดหลักของความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางขึ้นกลางมากกว่า เนื่องจากบริษัท D มีความเชี่ยวชาญและแข็งแกร่งในการผลิตยางแท่งมากกว่าผลิตภัณฑ์ขึ้นปลาย

ผู้บริหารบริษัท D เห็นว่าปัจจัยหลัก ๆ ก็คือ แหล่งวัตถุดิบต้องมีเพียงพอ อาทิเช่น แรงงานมีเพียงพอ ประเทศอินโดนีเซีย เวียดนามและพม่าเป็นประเทศที่มีปัจจัยการผลิตประเภทแรงงานอยู่มาก เพราะฉะนั้นแรงงานก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในอุตสาหกรรมยางพารา ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ใช้แรงงานมากเหมือนบางอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง (frozen seafood) แต่ก็ต้องมีแรงงานในระดับหนึ่ง ปริมาณและราคาของวัตถุดิบก็มีส่วนสำคัญมาก ปริมาณต้องเพียงพอต่อความต้องการในการผลิตของโรงงาน และราคาที่ค่อนข้างจะแข่งขันได้ ซึ่งกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตยาง มีผลผลิตยางดิบโตมากขึ้น ได้แก่ พม่า เวียดนาม และอินโดนีเซีย ประเทศเหล่านี้เหมาะสำหรับการขยายการลงทุนสำหรับบริษัทข้ามชาติซึ่งผลิตสินค้าขึ้นกลาง

มาตรการส่งเสริมการลงทุนและบรรยากาศการลงทุนก็ต้องส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินการได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับกฎหมาย เงื่อนไขการลงทุนในประเทศนั้น ๆ ที่ว่าจะเปิดให้นักลงทุนมากแค่ไหน กฎหมายเหล่านี้เป็นตัวกำหนดรูปแบบการลงทุน ยกตัวอย่างเช่น การลงทุนในประเทศอินโดนีเซียของบริษัท D จะเป็นลักษณะของการร่วมทุน หากกฎหมายเปิดกว้างกว่าเดิม บริษัทก็อาจจะใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญ ความรู้และทักษะที่มีอยู่ให้เต็มที่ โดยการเข้าไปลงทุนในระดับความเป็นเจ้าของกิจการทั้งหมด (wholly owned)

#### 4.5 ผลกระทบและบทบาทของนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาค

สำหรับผลกระทบและบทบาทของการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC) ต่อบริษัทข้ามชาติเอเชียที่เป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้ บริษัทข้ามชาติเอเชียส่วนใหญ่เห็นว่า AEC ให้ผลดีมากกว่าผลเสีย ในมุมมองของผู้บริหารบริษัทข้ามชาติเอเชียมองว่า AEC ส่งผลดีต่อการส่งออก การบริหารจัดการต้นทุนจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของโลจิสติกส์ทั้งหลาย ในแง่ส่วนของต้นทุนสินค้าระหว่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น การส่งของระหว่างของโรงงานซึ่งอยู่เมืองไทยกระจายไปยังประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค ประกอบกับวิกฤติเศรษฐกิจในทางยุโรปซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลาไม่นานมานี้ ในส่วนอเมริกาเศรษฐกิจก็ยังฟื้นตัวไม่ดีเต็มที่ การแข่งขันสูงทั้งในตลาดยุโรปและอเมริกา มีอุปทานส่วนเกินในปริมาณพอสมควร นั่นก็หมายความว่า ตลาดในอาเซียนจะเป็นตลาดที่มีศักยภาพมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตได้สูงกว่า ในส่วนของค่าแรง การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจส่งผลต่อการค่าแรงของคนงานต่างค่าตัวที่อาจจะถูกลง แต่ในส่วนของทรัพยากรบุคคลระดับหัวหน้างาน (supervisor) อาจไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก เพราะมีความรู้และทักษะมาก

ผลกระทบของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนและการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ช่วยให้บริษัทข้ามชาติที่มีสำนักงานในประเทศสมาชิกขายสินค้าได้มากขึ้น ได้เปรียบจากภาษีที่เป็นศูนย์และการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ช่วยในการขยายกิจการสู่ต่างประเทศ การเพิ่มสัดส่วนทางการตลาด นอกไปจากนี้ ผลประโยชน์หลักของนโยบายการค้าและการลงทุนเสรีระดับภูมิภาค (Regional Trade and Investment Policy) ในเรื่องของสิทธิประโยชน์ทางภาษี ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถนำเข้าวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลง อันเป็นผลดีอีกประการหนึ่งแก่บริษัทข้ามชาติเอเชีย โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติจากสิงคโปร์ ซึ่งทำธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าอย่างพาราเป็นส่วนใหญ่ แต่บริษัทข้ามชาติที่เป็นผู้ผลิตของประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย อาจไม่ได้รับประโยชน์มากนัก เนื่องจากการนำเข้าค่อนข้างน้อย นำเข้าแค่บางผลิตภัณฑ์เท่านั้น

ผู้บริหารบริษัท G กล่าวว่า “ ในอาเซียนก็คงจะทำให้ ถ้าสมมติว่าสินค้าบางตอนนี้ปัจจุบันนี้เรามี พรบ. กำหนดไม่ให้ยางจากต่างประเทศเข้ามาแต่ถ้าสมมติว่า ปี2015พวกนี้ต้องยกเลิกไปก็จะทำให้เราได้เปรียบวัตถุดิบที่ถูกจากอินโดนีเซียหรือจากประเทศต่าง ๆ ก็อาจจะเป็นสินค้าที่เราสามารถเอาวัตถุดิบที่ถูกมาทำคุณภาพที่ดีเนื่องจากเรามีเครื่องจักรมีความรู้และทักษะ (Knowhow) ที่ทำสินค้าที่ดีฉะนั้นเราขายได้แพงกว่าคนอื่นก็คงจะได้เปรียบตรงนี้”

ในส่วนของ AEC การเปิดเสรียังไม่มีผลกระทบสำหรับบริษัทไทยในแง่ของคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น หรือการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เนื่องจากมีอุปสรรคสำหรับผู้เล่นรายใหม่ในการเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าขึ้นปลายที่ใช้เม็ดเงินลงทุนสูงมากพอสมควร การบริหารจัดการค่อนข้างยาก ใช้เงินทุนหมุนเวียน(working capital) สูง ฉะนั้นต้องเป็นบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนที่ใหญ่มาก หรือได้รับการสนับสนุนจากธนาคารที่เพียงพอ อาทิเช่น อุตสาหกรรมยางยืด (บริษัท A และ C) เป็นต้น อีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยี ต้องมี know how ตัวอย่างที่เห็นชัด ๆ คือ ผู้ประกอบการจีนซึ่งเห็นว่ายางยืดราคาดี มีความต้องการใช้เยอะ กำไรดี ได้สร้างโรงงานขึ้นมาเอง แต่ไม่ประสบความสำเร็จขาดทุน ถึงแม้จะซื้อเครื่องจักรมาแต่ขาด know how ผลิตออกมาสินค้าไม่ดี คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ยางขาดง่าย ยางมันไม่ยืด

ในเรื่องของการลงทุนระหว่างประเทศนั้น การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่ส่งผลมากนักต่อการตัดสินใจของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา สาเหตุหลักมาจาก บริษัทข้ามชาติเอเชียพิจารณาปัจจัยระดับประเทศของประเทศที่จะไปลงทุนหลาย ๆ ด้าน นอกไปจากนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาค เช่น กฎเกณฑ์ ระเบียบในการโอนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ ณ ปัจจุบัน ประเทศสมาชิกอาเซียนยังมีความแตกต่างกันมากในเรื่องระดับการพัฒนา คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท C กล่าวว่า

“ส่วนในการผลิตเองก็ยังมองว่า ก็ยังมั่นใจว่าที่เราอยู่ตรงนี้ (ประเทศไทย) เราน่าจะได้ประโยชน์มากกว่าที่จะย้าย (move) ไปที่อื่นเพราะว่าต้องบอกว่าจริง ๆ แล้ว ผลิตภัณฑ์ตรงนี้นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างมีความอ่อนไหว (sensitive) สูงและคือมันไม่ใช่ว่า knowhow ได้แล้วจะได้ มันต้องทั้ง knowhow และก็ต้องมีฝีมือคนด้วยซึ่งตรงนี้ความพิถีพิถันของคนไทยยังมีมากกว่าคนจีนมากกว่าคนเอเชีย”

การเปิดกว้างสำหรับนักลงทุนต่างชาติก็ไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่าง กรณีของประเทศเวียดนามซึ่งต้องการการลงทุนจากต่างชาติ แต่กฎระเบียบด้านการเงินเป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคที่สำคัญ เนื่องจากมีปัญหาเรื่องการเคลื่อนย้ายเงินตราต่างประเทศ ยังคงมีการป้องกันที่เข้มงวดในกรณีการนำเงินออกจากเวียดนาม การลงทุนต่างประเทศเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทข้ามชาติเลือกใช้ แต่มีความเสี่ยงที่สูงกว่ากลยุทธ์การส่งออก และกลยุทธ์ในการขยายตัวสู่ต่างประเทศในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากต้องศึกษาหาข้อมูลให้รอบคอบในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการตั้งฐานการผลิตในต่างแดน ทั้งเรื่องภาษา วัฒนธรรม รูปแบบการปกครองที่ต่างกัน ต้นทุนด้านแรงงาน ปริมาณทรัพยากร ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ ซึ่งก็จะเห็นได้ว่ายังมีช่องว่างและความเหลื่อมล้ำด้านการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอยู่มากระหว่างประเทศสมาชิกของอาเซียนด้วยกันเอง

#### 4.6 การตระหนักรู้และปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพาราต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ

บริษัทข้ามชาติเอเชียรอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการของประเทศที่สนใจจะไปลงทุนและกลุ่มประเทศคู่แข่ง ในภาพรวมประเทศไทยให้การส่งเสริมภาคเอกชนได้ค่อนข้างดี หน่วยงานของรัฐโดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่ผ่านมาก็ให้การสนับสนุนดีมากช่วยส่งเสริมทุกอย่าง และมาตรการค่อนข้างดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะบริษัทมาเลเซีย

ต้นทุนในการทำธุรกรรมในการลงทุนระหว่างประเทศค่อนข้างสูงกว่าการลงทุนในประเทศบ้านเกิด ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคอันหนึ่ง การสร้างธุรกิจระหว่างประเทศจะมีทั้งค่าเดินทาง ค่าดูงาน ค่าเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิต (process technology) เครื่องมือเครื่องมือที่จะต้องจัดหาและนำเข้า ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายจะมาก แต่หลาย ๆ บริษัทเห็นว่าคุ้มค่าและต้องสร้างขยายกิจการเพื่ออนาคตและการเติบโตอย่างยั่งยืน การที่องค์กรจะเติบโตได้จะต้องนำรายได้มาลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งกลยุทธ์การเติบโตแบบยั่งยืนเป็นหนึ่งในวิธีการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย

ผู้บริหารบริษัท D กล่าวว่า “การที่คุณจะเป็นผู้นำหรือ leader ของอุตสาหกรรม...คุณก็ต้องเข้าไปตั้งฐานการผลิตในแหล่งที่มีอุปทาน (supply) ที่ใหญ่แล้วก็มากเพียงพอที่จะมีอิทธิพลต่อราคาในตลาดโลก เพราะฉะนั้น

ตัวนี้ก็เป็นปัจจัยตัวหนึ่งของเราที่ต้องก้าวออกไปข้างนอก นอกเหนือจากส่วนที่อยู่ในแรงงานของประเทศไทยแน่นอนว่านั่นก็เป็นเรื่องฐานหลัก เป็นหลักใหญ่อยู่แล้ว แต่การไปข้างนอกนี่ก็เป็นกลยุทธ์ (strategy) เสริม ที่ทำให้การครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (product variety)”

ยิ่งไปกว่านั้น การลงทุนในต่างประเทศช่วยให้บริษัทข้ามชาติเอเชียสามารถเก็บข้อมูลและได้ความรู้ใหม่ ๆ ในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ การเคลื่อนไหวของราคา และสามารถเปรียบเทียบตลาดในประเทศต่าง ๆ

#### 4.7 การตระหนักรู้และปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพาราต่อนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาค

ตลาดอาเซียนรวมแล้วใหญ่มาก ประชากรประมาณ 560 ล้านคนแต่มีความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องของระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ บางประเทศมีอำนาจซื้อไม่สูง แต่โดยภาพรวมแล้วมีโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น หลักการรวมกลุ่มเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงทำให้บริษัทธุรกิจศึกษาหลายบริษัทมีการปรับกำลังการผลิตให้สูงขึ้นกว่าเดิมเพื่อที่จะส่งออกได้มากขึ้นเมื่อตลาดรวมกันเป็นหนึ่งเดียวและมีขนาดใหญ่กว่าเดิม ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง มีการปรับตัวตามสถานการณ์ ตลาดประเทศผู้ใช้เปลี่ยนไปจากที่ประเทศพัฒนาแล้วมาเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา พวกตลาดในภูมิภาคเอเชียมีการบริโภคมากที่สุด หลายบริษัทได้ปรับเป้าหมายของการขายให้ครอบคลุมตลาดใหญ่ส่วนนี้ และใช้ประโยชน์ในเรื่องของการยกเว้นภาษีอย่างเต็มที่ บางบริษัท (ส่วนน้อย) มีการปรับตัวค่อนข้างมาก โดยการเพิ่มจำนวนโรงงานเพื่อรองรับกับปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้นในอนาคต

หลายบริษัทวางแผนในการขยายกิจการ โดยรักษากลุ่มลูกค้าในประเทศฐานเดิมไว้ และทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้นเพื่อจะเจาะแต่ละกลุ่มที่ยังขาดไป ยอดขายในอนาคตจะเพิ่มมากขึ้นในส่วนของประเทศกลุ่ม ASEAN ประเทศอินโดนีเซีย มีการบริโภคผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายค่อนข้างจะสูง หลาย ๆ บริษัทวางแผนที่จะส่งออกไปยังอินโดนีเซียเพิ่มมากขึ้น (บริษัท A และ B) บางบริษัทมีความตั้งใจที่จะลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย (เช่น บริษัท B) จากการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและตลาดต่างประเทศก่อนการวางแผนการลงทุนพบว่าผู้เล่นหลักในตลาดอย่างประธานของบริษัทโตโยต้าซึ่งเป็นบริษัทยานยนต์ชั้นนำของญี่ปุ่นประกาศการลงทุนจำนวนถึง 2.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ฯ ในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อให้บริการและขายให้แก่ลูกค้าในตลาดของอินโดนีเซีย ฉะนั้น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ จะมีโอกาสธุรกิจมาก เนื่องจากอยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน มีการคาดการณ์ว่าบริษัทข้ามชาติจากประเทศพัฒนาแล้วต่างพากันไปลงทุนในประเทศจีน เช่น มิเชลลิน ฟอร์ดสวาเกน เพื่อตัดวงจรประโยชน์ในเรื่องของค่าแรงที่ถูก แต่สิ่งต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไปเนื่องจากต้นทุนการผลิตในจีนปรับตัวสูงขึ้น จึงทำให้หลาย ๆ บริษัทมองหาโอกาสทางธุรกิจในประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน อาทิเช่น เวียดนาม ประเทศไทยซึ่งมีการเปิดเสรีมากกว่าประเทศจีน แต่ยังคงมีความเสี่ยงเรื่องเสถียรภาพทางการเมือง



การปรับตัวสำหรับการเปิดเสรีรวมกลุ่มเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น สำหรับธุรกิจที่เน้นการส่งออกจะต้องมองหาช่องทางโอกาสที่จะขยายหรือสร้างตราสินค้า ภาพลักษณ์ที่เป็นสากลมากขึ้น โดยการให้ความสำคัญกับตัวแทน และต้องศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมถึงประโยชน์ทางการค้าในแต่ละประเทศยังมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งเรื่องของความต้องการผู้บริโภค ราคา กฎระเบียบต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนในการผลิตนั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทกรณีศึกษาเอเชียต้องปรับตัวตามสถานการณ์อยู่บ้าง เปลี่ยนแปลงไปตามอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงของตลาด กล่าวคือ ประเทศผู้ใช้เปลี่ยนไปจากประเทศที่พัฒนาแล้วมาเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีการบริโภคมากที่สุดโดยเฉพาะฝั่งเอเชียทั้งหมด ฉะนั้น บางบริษัทจึงปรับเป้าหมายของการขายให้ครอบคลุมตลาดใหญ่ในส่วนนี้

ยกตัวอย่าง เช่น บริษัท C ให้ความสำคัญกับ ASEAN +3 โดยเฉพาะประเทศจีนซึ่ง มี order สั่งเข้ามาในปริมาณพอสมควร แต่ในเรื่องของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคภายในประเทศจีนเอง จากการสำรวจตลาดประเทศจีนพบว่า คุณภาพสินค้าประเภทเส้นด้ายยี่ห้อที่ลูกค้าจีนต้องการไม่ได้มีมาตรฐานสูงเมื่อเทียบกับตลาดยุโรปและอเมริกา เพียงแต่จะต้องมีการปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้แข่งขันได้ ทำให้บริษัท C ต้องปรับกลยุทธ์ในเรื่องของการผลิตเพื่อลดต้นทุน ในเรื่องของการกำหนดราคาให้สอดคล้องกับตลาด ณ ปัจจุบัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรน้ำยางเป็นสินค้าสำเร็จรูป (conversion ratio) โดยสัดส่วนนี้จะต้องสูงขึ้นเพื่อให้ผลผลิตที่มากขึ้น

บริษัทข้ามชาติเอเชียที่เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางขึ้นกลาง เช่น บริษัท D ให้ความสำคัญกับตลาดหลักในตลาดเกิดใหม่ (emerging market) ในภูมิภาคเอเชียเป็นหลัก เพราะอุตสาหกรรมยางธรรมชาติมีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หลักคือ อุตสาหกรรมยางล้อ เช่นผู้ผลิยางล้อรถยนต์หลัก ล้อรถบรรทุก ล้อรถยนต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมเหมืองแร่ ล้อเครื่องบิน ซึ่งแนวโน้มของโลกก็มีอยู่ 2 ปัจจัย คือ ตลาดเกิดใหม่ (emerging market) ซึ่งเศรษฐกิจของตลาดเกิดใหม่ทั้งหลาย เช่น จีน มีการเติบโตที่ดี เมื่อประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพ (standard of living) ที่สูงขึ้น เพราะฉะนั้น การใช้รถยนต์ หรือความเป็นเจ้าของของครอบครัวรถยนต์ก็มากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้อุตสาหกรรมยางล้อเติบโตตามไป ตลาดอีกอันหนึ่งที่มีขนาดใหญ่ ก็คือ ตลาดสินค้าทดแทน (replacement market) พวกสินค้าประเภทยางล้อต้องมีการเปลี่ยนใหม่ทดแทนของเดิมทุก ๆ 2-3 ปี เพราะฉะนั้นตลาดนี้มีขยายตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ และในเหตุการณ์สองสามปีที่ผ่านมา กลุ่มอุตสาหกรรมยางค่อนข้างมีผลประกอบการที่ดี เนื่องมาจากอีกปัจจัยหนึ่ง คือ การขยายกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมเหมืองแร่ ซึ่งทำให้มีการใช้ยางล้อมากขึ้น สำหรับพวกรถดัก รถชุด ก็มีการบริโภคยางธรรมชาติมาก

อย่างไรก็ตาม บางบริษัทที่ใช้กลยุทธ์ระดับโลกเห็นต่างและไม่คิดว่า AEC มีความสำคัญมากนัก บริษัทกลุ่มนี้เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีขนาดใหญ่ ส่งสินค้าส่งออกไปขายทั่วทุกทวีป แต่ยอมรับว่า ASEAN+6 มี

ผลกระทบด้านดีต่อบริษัทมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และเกี่ยวเนื่อง เพราะอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเหล่านี้ใน ASEAN +6 เติบโตในอัตราที่สูง ประเทศที่สำคัญได้แก่ อินเดีย จีน เกาหลี สำหรับอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่งของประเทศไทยหลัก ๆ คือ อาหารและยานยนต์ บริษัทการศึกษาแห่งหนึ่งวางแผนในการร่วมลงทุนกับบริษัทเกาหลีให้มาลงทุนในประเทศไทย และอีกหนึ่งประเทศที่น่าลงทุนแต่อยู่นอกอาเซียน ได้แก่ ประเทศเม็กซิโก เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ในอเมริกาสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน แต่เม็กซิโกเป็นประเทศอยู่ใน NAFTA และมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่า

ในเรื่องของการเคลื่อนย้ายเงินทุนและการปรับกลยุทธ์ด้านการลงทุนระหว่างประเทศ หลาย ๆ บริษัทมีการลงทุนในภูมิภาคอาเซียนมานานแล้ว ถึงจะมี AEC ขึ้นก็ไม่น่าจะทำให้ลงทุนเพิ่มขึ้นมากนัก การรวมตัวกันเป็น AEC ทำให้เกิดการเข้าถึงระหว่างกันหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่ง่ายขึ้นโดยหลักการ ซึ่งจะเป็นผลดีกับบริษัทข้ามชาติ หมายความว่าสามารถไปลงทุนได้สะดวกขึ้น เนื่องจากมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์การค้าและการลงทุนระหว่างกัน แต่ในความเป็นจริงบริษัทข้ามชาติเอเชียต้องพิจารณาหลายปัจจัยในเรื่องของตัดสินใจการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของตัวประเทศ รัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ลักษณะปัจจัยในการลงทุน ต้นทุนการดำเนินการในแต่ละประเทศ ต้นทุนแรงงาน เรื่องของทรัพยากร เช่น โรงงาน ยางพาราโดยทั่วไปก็จะอยากตั้งอยู่ใกล้แหล่งทรัพยากร ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย จะเป็นสามตัวเลือกแรกในใจนักลงทุน (บริษัท A และ C)

ผู้บริหารของบริษัท C กล่าวว่าความร่วมมือลงทุนกับบริษัทต่างชาติ (Joint venture) เป็นทางเลือกหนึ่งของการลงทุนต่างประเทศที่ทางบริษัทเคยศึกษาข้อมูลค่อนข้างละเอียด อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับ ASEAN +3 และเห็นว่า

“วัตถุดิบหลักของบริษัทหาได้จากประเทศไทย เพราะฉะนั้น ถ้าเกิดย้ายฐานไปลงทุนยังต่างประเทศก็จะต้องนำเข้าวัตถุดิบซึ่งจะไม่คุ้ม เมื่อรวมมูลค่าภาษีนำเข้าแล้ว ต้นทุนกว่าร้อยละ 70 เป็นเรื่องของน้ำยาง แล้วส่วนประมาณสักสิบห้าเปอร์เซ็นต์เป็นเรื่องของเคมี...แต่ถ้าในเรื่องของเออีซีเข้ามา มันก็ไม่แน่ว่าในเรื่องของผลิตภัณฑ์ตรงนี้มันก็ต้องไปดูในรูปแบบของว่าการตกลงในเรื่องของวัตถุดิบที่จะนำเข้าที่จะได้สิทธิประโยชน์อะไรบ้าง อันนี้ก็น่าคิดเพราะว่าจริง ๆ เราเคยอยากจะไปผลิตที่จีน เพราะว่าเรามองสองด้าน ด้านหนึ่งเราก็มองว่าวัตถุดิบ มันก็อยู่ที่ประเทศเราเพราะฉะนั้นเราไม่ต้องไปเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องการนำเข้าแต่ในขณะเดียวกัน เนื่องจากว่าเราไปส่งออกไปให้จีนค่อนข้างเยอะ ฐานลูกค้ามันอยู่ทางนั้น เราก็มองว่าถ้าเราไปตั้งโรงงานอยู่ที่เมืองจีนแล้วไปมีสาขา (branch) อยู่ทางนั้นมันก็จะทำให้ waive ในเรื่องของการขนส่งให้กับลูกค้าเราเป็นหลักและลูกค้าเราก็จะเกิดความคล่องตัวในการซื้อขายง่ายแต่พอไปศึกษาจริง ๆ แล้วมันก็ไม่คุ้ม”

แต่ปัญหาหลักที่พบในประเทศจีนคือวัตถุดิบในรูปของน้ำยางข้นของจีน เมื่อนำมาทำการทดสอบ ปรากฏว่าคุณภาพไม่ดีพอ ไม่ตรงกับความต้องการในการใช้ผลิตสินค้าของทางบริษัท C แต่หากในอนาคตโรงงานที่ประเทศจีนสามารถพัฒนาคุณภาพได้ ก็อาจจะเพิ่มศักยภาพในการลงทุนยังประเทศจีน ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยที่มีผลกระทบในเรื่องของการบริหารจัดการ เช่น การจำหน่ายไฟฟ้า ระบบบ่อบำบัด ท้ายที่สุดบริษัท C ตัดสินใจไม่ไปลงทุนในประเทศจีน โดยรวมแล้วมูลค่าการลงทุนสูง และผลกระทบด้านลบจากภูมิอากาศของประเทศจีนที่ไม่เอื้อต่ออุตสาหกรรมผลิตสินค้ายางพาราขึ้นปลาย อุณหภูมิที่ผันผวนและต่ำมากจะทำให้ต้องลงทุนสร้างห้องที่เก็บรักษาอุณหภูมิให้คงที่ซึ่งจะทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพ ประกอบกับความเสี่ยงเรื่องภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ประกอบการนำมาพิจารณา ส่วนอุปสรรคการลงทุนทั้งของประเทศไทยและมาเลเซีย คือ ภาวะการขาดแคลนแรงงานและที่ดิน รัฐบาลของประเทศสมาชิกในอาเซียนควรจะทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดในการผลักดันกฎหมาย กฎระเบียบ เพื่อให้เอื้อต่อการลงทุนระหว่างกันให้มากกว่าในปัจจุบัน และใช้แบบอย่างการรวมตัวของ EU เป็นบทเรียน ในเรื่องของปัญหาทั้งหมดที่จะตามมาและการแข่งขันที่สูงขึ้นภายหลังปีพ.ศ. 2558

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) ไม่ว่าจะเป็น การออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (Outward Foreign Direct Investment) หรือ การเข้ามาของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Inward Foreign Direct Investment) คือ การที่ประชาชนของประเทศหนึ่ง (ประเทศแม่) เข้าไปครอบครองกรรมสิทธิ์ทางทรัพย์สินของอีกประเทศหนึ่ง (ประเทศเจ้าบ้าน) โดยมีเป้าหมายที่จะที่จะควบคุมการผลิต การกระจายสินค้า และดำเนินกิจกรรมอื่นๆของบริษัท ซึ่งทั้งหมดทั้งมวลนี้ก็เพื่อการควบคุมผลประโยชน์นั่นเอง โดยผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยเองก็คือ เงินทุนจำนวนมากที่จะไหลเข้ามาในประเทศไทยผ่าน FDI ทั้งนี้ ขั้นตอนในการพัฒนาช่องทางเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้กับสินค้าของบริษัททั่วไป จะเริ่มจากการส่งออก การขอใบอนุญาต การกระจายสินค้าไปยังต่างประเทศ และการผลิตสินค้าในต่างประเทศ (Moosa, 2002)

ทั้งการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศและการเข้ามาของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่างก็มีผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจต่อประเทศเจ้าบ้านและประเทศแม่ เนื่องจากนักลงทุนต่างชาติสามารถนำความรู้ต่างๆที่ช่วยในการแข่งขันทั้งกับบริษัทคู่แข่งภายในประเทศและประเทศอื่นๆในระดับสากลมาให้ อันจะก่อให้เกิด “วงจรความรู้” ที่เอื้อต่อการเติบโตของ FDI และการส่งออก (UNCTD, 2009) ที่น่าสนใจคือ ถ้าโครงสร้างนโยบาย เช่น ระเบียบข้อบังคับที่โปร่งใส โครงสร้างพื้นฐานที่แข็งแรง ฯลฯ ที่เอื้อต่อการเข้ามาของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศนั้นส่งเสริมการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศในขณะเดียวกันในระยะยาว (Globerman และ Chen, 2010) ดังนั้น ผู้จัดทำนโยบายจึงควรให้ความสำคัญกับนโยบายสาธารณะที่เอื้อต่อการเข้ามาและออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการส่งออกหรือดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ สภาพแวดล้อมธุรกิจที่ดีคือปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

วัตถุประสงค์ของบทนี้คือ เพื่อแนะนำภาครัฐของไทยในการปรับมาตรการส่งเสริมการลงทุนและการส่งออกให้ดีกว่าเดิมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ให้กับประเทศไทยในศตวรรษที่ 21 เพื่อแนะนำมาตรการหรือนโยบายต่าง ๆ สำหรับบริษัทข้ามชาติ (Multi-National Enterprises หรือ MNEs) จากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน หากบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ต้องการขยายตัวสู่ต่างประเทศมากขึ้น ทั้งด้านส่งออก และการลงทุนในต่างประเทศ บริษัทเหล่านี้ควรมีการปรับตัว ปรับกลยุทธ์ สมรรถภาพด้านใดบ้างเพื่อตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรง และการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

รวมทั้งตอบสนองต่อมาตรการและนโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รายงานชิ้นนี้ได้นำเสนอมาตรการต่างๆที่ทางภาครัฐสามารถนำมาใช้ส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ โดยนโยบายบางส่วนอาจเป็นที่รู้จักกันดีแต่ก็ยังไม่ได้รับการนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ บางนโยบายเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมธุรกิจและเศรษฐกิจสมัยใหม่ และบางนโยบายก็ได้ประสบความสำเร็จในหลาย ๆ ประเทศ อย่างไรก็ตาม นี่ไม่ใช่การตีกรอบนโยบายด้านการลงทุนระหว่างประเทศ แต่เป็นการนำเสนอทางเลือกใหม่ ๆ หรือการเน้นย้ำข้อปฏิบัติที่สำคัญในการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศให้กับประเทศไทย ควรมีการศึกษามาตรการอื่น ๆ หรือประเมินและติดตามผลการนำมาตราการเหล่านี้มาใช้ต่อไป

## 5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ

### 1. นโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางพาราโลก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางพาราขั้นปลายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

ประเทศไทยมีต้นทุนที่ใกล้เคียงกันกับประเทศมาเลเซีย และตามสภาพภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ใกล้กันเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ หากวิเคราะห์ถึงความจำเป็นในการลงทุนของบริษัทข้ามชาติมาเลเซียในประเทศไทยนั้น บางบริษัทเห็นว่าน่าลงทุนก็ต่อเมื่อตลาดและอุปสงค์ในประเทศต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอจึงจะคุ้มทุน มิเช่นนั้น การส่งออกสินค้าจากประเทศมาเลเซียมายังประเทศไทยจะเป็นกลยุทธ์ในการขยายตัวสู่ต่างประเทศที่เหมาะสมที่สุด และมีความเสี่ยงน้อย ผู้ผลิตต่างชาติอาจต้องแบกรับค่าขนส่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับบริษัทข้ามชาติที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทางพาราขั้นปลายที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์นั้น น่าจะเห็นประเทศไทยเป็นโอกาสเพราะมีอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของผู้ส่งออกรถยนต์ระดับโลกและใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะเติบโตยิ่งใหญ่อีกขึ้นเรื่อย ๆ การลงทุนของบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ทำจากยางพารามีการลงทุนค่อนข้างมากในจังหวัดระยอง เพื่อผลิตอุปกรณ์เหล่านี้ให้บริษัทยานยนต์ชั้นนำเช่น ฮอนด้า และโตโยต้า

#### 1.1 นโยบายส่งเสริมความเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยมุ่งเน้นการเจรจาการค้าเสรี การปรับกฎเกณฑ์ ระเบียบทางการค้า และวิธีการศุลกากรเพื่อให้เอื้อต่อการแข่งขันที่เป็นธรรมสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราขั้นปลาย

ประเทศไทยจะต้องรักษาความเป็น the Detroit of Asia ต่อไปให้ได้ ในปัจจุบัน ประเทศไทยยังคงได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนการผลิตและวัตถุดิบ เป็นฐานการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยนั้นน่าลงทุนทำธุรกิจ ในปัจจุบันรถยนต์ที่ใช้ในเอเชียส่วนใหญ่ส่งออกจากประเทศไทย อันนี้เป็นจุดแข็งที่ทำให้ประเทศไทยชนะในเวทีโลกได้ หากประเทศไทย

สูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ให้แก่ประเทศอื่น ๆ อาทิเช่น ประเทศจีน เป็นต้น บริษัทข้ามชาติจะพากันย้ายเม็ดเงินลงทุนออกจากประเทศไทย ทั้งนี้ทั้งนั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายภาครัฐของไทยและวิธีการในการสร้างความเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ อันจะส่งผลที่ยั่งยืนในระยะยาว ระดับของการเปิดกว้างเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนของประเทศไทยนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ อันจักทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จ ฉะนั้น ภาครัฐควรเร่งดำเนินการเจรจาการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในระดับทวิภาคี และพหุภาคี รวมทั้งเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเวลาอันใกล้นี้ หนึ่งในสิ่งที่ควรจะต้องทำคือ การปรับกฎเกณฑ์ ระเบียบทางการค้า และวิธีการศุลกากร เพื่อให้สอดคล้องกับประเทศสมาชิกอื่น ๆ และเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศ

อีกประการหนึ่งรัฐบาลไทยควรจะนำนโยบายการตรวจสอบการนำเข้าไปปฏิบัติให้เป็นผลเพื่อลดปัญหาการคอร์รัปชันและการลักลอบนำเข้าที่ผิดกฎหมาย ตามที่บริษัทข้ามชาติสิงคโปร์ที่ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ยางล้อในประเทศไทยได้ระบุปัญหาในเรื่องการลักลอบนำเข้ายางล้อเข้ามาจำหน่าย ทั้ง ๆ ที่ไม่ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายที่ถูกต้อง (authorized dealer) ทำให้ปริมาณสินค้ามีมากและทำให้ราคาเสีย หน่วยงานภาครัฐอย่างกระทรวงพาณิชย์ และกรมศุลกากรของกระทรวงการคลังควรมีมาตรการที่เข้มงวดในการจำกัด ตรวจสอบการนำเข้าและบังคับใช้ให้เห็นผล ซึ่งในปัจจุบันก็มีกฎระเบียบในเรื่องการออกเอกสาร certificate of origin และ certificate of competency ซึ่งจำกัดในเรื่องการนำเข้าสินค้ามาจำหน่ายในประเทศไทยต้องดำเนินการผ่านตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งเท่านั้น แต่ก็ยังมีการลักลอบเข้ามา ซึ่งปัญหาเหล่านี้สมควรได้รับการแก้ไข ดังเช่นประเทศที่พัฒนาแล้วนั้น ได้มีการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งาน และถ้าตรวจสอบแล้วผู้นำเข้าไม่ตรงกับผู้จัดจำหน่ายที่ลงทะเบียนไว้ จะไม่สามารถนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางพารานั้น ๆ เข้ามาขายได้ ก็จะทำให้บรรยากาศในการลงทุนของบริษัทข้ามชาติที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลายดีขึ้น ทั้งผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดจำหน่าย และป้องกันผู้ผลิตด้วย การเปิดเสรีทางการค้าและการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อจากประเทศญี่ปุ่นไปยังประเทศสมาชิก เช่น ประเทศอินโดนีเซียและส่งกลับเข้ามาขายในประเทศไทย ในภาวะที่ประเทศในยุโรปและอเมริกาประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว ก็มีความเป็นไปได้ที่สินค้ายางพาราขึ้นปลายจะตีกลับเข้ามาในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้นเรื่อย ๆ จะยิ่งทำให้การแข่งขันกันสูงมากขึ้น

## 1.2 การให้สิทธิประโยชน์ทั้งที่เป็นภาษีและมิใช่ภาษีของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อสนับสนุนโครงการเมืองยาง (Rubber city)

ประเทศไทยมีโอกาที่จะเป็นศูนย์กลางยางพาราโลก (the world rubber hub) แนวคิดเรื่องเมืองยาง (Rubber city) นั้นมีการเริ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ.2538 ถึง 2539 โดยผู้ประกอบการและรัฐบาลมาเลเซีย แต่หลังจากนั้นภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจครั้งใหญ่ แนวคิดนี้จึงล้าไปไม่ได้รับการสานต่อ

จวบจนปีพ.ศ. 2556 รัฐบาลไทยได้เป็นผู้นำโครงการ Rubber City ขึ้นมาใหม่ โดยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดของประเทศมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม นักธุรกิจมาเลเซียให้คำแนะนำว่านโยบายในเรื่องนี้จะต้องชัดเจน ว่าผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทใด ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใด ที่จะลงทุนใน Rubber City นี้ หากเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นอะไหล่ ชิ้นส่วนยานยนต์ บริษัทส่วนใหญ่คงจะไม่ลงทุนที่ Rubber City แต่คงจะตั้งโรงงานที่จังหวัดระยองเสียมากกว่า นโยบายที่จะผลักดัน Rubber City ให้เป็นรูปธรรมและทำได้ประโยชน์จริงนั้นสำคัญมาก หากนโยบายไม่เหมาะสมและไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง ภาคเอกชนก็ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเสี่ยงไปลงทุน โครงการร่วมระหว่างประเทศในระดับรัฐต่อรัฐลักษณะนี้อาจจะดูดีในการร่างตัวนโยบายออกมา แต่ภาคเอกชนเองนั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ อย่างทั้งในเรื่องต้นทุน โลจิสติกส์ ความคุ้มค่าของเม็ดเงินที่ไปลงทุน สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการพัฒนาโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน พวกท่าเรือ การรถไฟที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนการขนส่งก็อาจจะดึงดูดนักลงทุนให้มาลงทุนใน Rubber City ได้ แต่ ณ ปัจจุบัน ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่แสดงความสนใจที่จะขยายกิจการมาตั้งโรงงานในโครงการ Rubber City เนื่องจากต้นทุนของไทยและมาเลเซียไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก

โครงการ Rubber City จะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อมีแรงขับเคลื่อนสำคัญของการลงทุนระหว่างประเทศจากการที่ผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนเล็งเห็นถึงประโยชน์หรือศักยภาพของโครงการ มิใช่เกิดจากการผลักดันโดยวาระจากภาคการเมืองเท่านั้น ภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง BOI มีบทบาทที่สำคัญในการช่วยลดต้นทุนให้นักลงทุน โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและที่มิใช่ภาษีเพื่อจูงใจให้มากกว่าเดิม ประเทศไทยมีวัตถุดิบทั้งชิ้นต้นและชิ้นปลายมาก ส่วนบริษัทข้ามชาติเป้าหมายที่จะมาลงทุนควรจะกำหนดให้เป็นบริษัทที่เน้นการผลิตสินค้าชิ้นปลายที่ใช้เทคโนโลยีสูง รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ ให้มีหลายทางเลือก และลดค่าขนส่งโลจิสติกส์ ราคาวัตถุดิบของไทยถูกก็จริงแต่ถ้าระยะทางระหว่างแหล่งวัตถุดิบกับโรงงานอยู่ไกลกันมาก อีกทั้งระบบการขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะเป็นปัจจัยลบต่อการลงทุน ฉะนั้นรัฐบาลไทยควรจะพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นนี้ หากต้นทุนโดยรวมในการดำเนินกิจการในอุตสาหกรรมยางพาราไทยต่ำกว่าประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญ ก็จะทำให้โครงการนี้มีโอกาสก้าวหน้าไปได้

### 1.3 ภาครัฐควรมุ่งเน้นการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของภาคธุรกิจ และพัฒนาระบบที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อลดต้นทุนของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราชิ้นปลาย

โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจเช่น ถนนหนทาง รถไฟ ท่าเรือ สนามบิน และโทรคมนาคม ควรได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ประเทศไทยมีแนวคิดที่จะสร้างระบบรางและรถไฟความเร็วสูง ซึ่งเหมาะสำหรับขนส่งสินค้าที่มีมูลค่าสูง รวมไปถึงสินค้าที่เสียมูลค่าตามเวลา เช่น ไปรษณีย์และหีบห่อสัมภาระ ดอกไม้ที่เพิ่งตัด ไข่ไก่ ซึ่งรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์นม เนื้อ ปลา และ

ผลิตภัณฑ์สดจากฟาร์ม พันธุ์พืช ส่วนประกอบ อุปกรณ์และอะไหล่สำหรับเครื่องจักรกลในโรงงาน แต่อย่างไรก็ตามโครงการดังกล่าวอาจจะต้องเลื่อนกำหนดออกไปเนื่องจาก การบริหารการเงินของภาครัฐ โดยคาดว่าจะใช้งบประมาณสูงถึง 970 พันล้านบาท หรือ ร้อยละ 9 ของ GDP รวมไปถึงการประท้วงของชาวบ้านและกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากรัฐบาลจำเป็นต้องได้ที่ดินเพิ่มสำหรับการสร้างรางรถไฟสายตรง เช่นเดียวกับการสร้างอุโมงค์ผ่านภูเขา ซึ่งทั้งสองปัญหาดังกล่าวมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

โครงการที่สำคัญและได้มีการเริ่มดำเนินการแล้ว ได้แก่ การขยายท่าเรือ ใช้งบประมาณรวม 33 พันล้านบาท หรือร้อยละ 0.3 ของ GDP และการพัฒนาและขยายถนนทางหลวง โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 243 พันล้านบาท หรือ ร้อยละ 2.1 ของ GDP ทั้งสองโครงการนี้มีความเสี่ยงต่ำ เหมาะสมกับการใช้งบประมาณที่จัดสรรแล้ว ซึ่งจะทำให้ความคล่องตัวและความต่อเนื่อง หากภาครัฐสามารถจัดสรรงบประมาณ ลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการ ทั้งระบบราง รถไฟความเร็วสูง การพัฒนาถนนหนทางและสร้างท่าเรือน้ำลึกเพิ่มมากขึ้น ถ้าสำเร็จจะช่วยลดค่าบริการการขนส่งให้กับภาคเอกชน รวมถึงบริษัทข้ามชาติเอเชียในอุตสาหกรรมยางพารา ขึ้นปลายด้วย

การพัฒนาเครือข่ายคมนาคมระหว่างประเทศมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการขยายตัวสู่ต่างประเทศของ บริษัทข้ามชาติเอเชีย หนึ่งในบริษัทกรณีศึกษาให้ความสนใจกับการลงทุนในประเทศพม่า ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและพม่าด้วย เนื่องจากพม่าเป็นระเบียงเศรษฐกิจระหว่างตะวันออกและตะวันตก (East West Corridor) โดยมีเส้นทางคมนาคมจาก ระยอง กรุงเทพฯ ไปทวาย หากโครงการนี้ได้รับการพัฒนาเชื่อมเส้นทางคมนาคมระหว่างกัน คาดว่าจะมีผู้ประกอบการไทยและเอเชียจำนวนมากลงทุนตั้งโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมของพม่าเพื่อผลิตสินค้าขายในประเทศพม่าเองและส่งไปขายยังประเทศอื่น ๆ ในซีกโลกตะวันตก โดยอาศัยแรงงานที่มีราคาถูกและทรัพยากรต่าง ๆ ในประเทศพม่า

#### 1.4 ควรมีการออกมาตรการที่เป็นรูปธรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างการแข่งขันด้านเทคโนโลยี

สิ่งที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางพาราโลกนั้น คือการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างจริงจังและเป็นระบบ ในต่างประเทศเช่น ไต้หวันมีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะเทคโนโลยีเมื่อพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นมาได้ก็ขายเทคโนโลยีนั่นให้ภาคเอกชนนำไปใช้ อันนี้เป็นโมเดลการพัฒนาเทคโนโลยีที่ดีและนำเอาเป็นแบบอย่าง หน่วยงานภาครัฐของไทยเช่น สวทช. ควรมีโครงการเช่นนี้บ้าง เช่น

- การพัฒนา Nano-technology process technology
- การจัดหาเครื่องมือเครื่องไม้ที่จะใช้ในกระบวนการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลายให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ของภาคธุรกิจ
- การส่งเสริมด้านเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นและไม่ให้ทุนกระจุกกระจาย ควรจะเน้นให้ทุนอุตสาหกรรมเป้าหมายอย่างอุตสาหกรรมยางพารา โดยเน้นการผลิตสินค้าขึ้นปลาย



- ยิ่งไปกว่านั้นมาตรการส่งเสริมการวิจัยของสวทช. ในปัจจุบันควรมีการจัดกลุ่มการส่งเสริมการวิจัยที่สามารถนำไปหักภาษีได้โดยแบ่งออกเป็น โครงการระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว มิใช่แค่เพียงโครงการระยะสั้นและขอส่งเสริมได้ในลักษณะเป็นปีต่อปีเช่นในปัจจุบันเท่านั้น บางโครงการ เช่นการวิจัยเทคโนโลยีนาโนควรจะทำในลักษณะโครงการระยะยาวสามถึงห้าปี

การยกเว้นภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยให้แก่ภาคเอกชนเป็นนโยบายที่ดี แต่ในทางปฏิบัติกฎระเบียบของกรมสรรพากรที่บังคับให้เสนอรายการปีต่อปี การทำวิจัยสำหรับบริษัทข้ามชาตินั้นมีค่าใช้จ่ายสูงมากต่อปี ทั้งค่าใช้จ่ายในต่างประเทศและภายในประเทศ ซึ่งจำเป็นในการสร้างธุรกิจและวางกลยุทธ์พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

**2. การพัฒนามาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ให้แข่งขันได้กับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน**  
ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกยางหลักของโลก ประเทศไทยยังคงต้องพัฒนาปรับปรุงในเรื่องการส่งเสริมสนับสนุนด้านกลยุทธ์การสร้างตราผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะรักษาสถานะภาพในตลาดการส่งออก ในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางอุตสาหกรรมและยางทั่วไป ยังคงต้องรักษาตลาดภายในประเทศโดยการยกระดับและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว เช่นเดียวกับการออกสินค้าตัวใหม่ๆสู่ตลาด และควรมีมาตรการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราในประเทศให้มากขึ้นเกินกว่าร้อยละ 50 ของผลผลิต เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับความเสี่ยงที่สูงเนื่องจากต้องพึ่งพาความต้องการจากประเทศอื่น ๆ จึงเป็นการดีที่จะเพิ่มการบริโภคภายในประเทศบ้าง ยิ่งไปกว่านั้น ภาครัฐ รวมทั้ง BOI จำเป็นที่จะต้องสนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า รวมทั้งปรับปรุงวิธีการผลิต ขยายการวิจัยและพัฒนา เช่น ส่งเสริมการวิจัยด้านนาโนเทคโนโลยี และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์โดยเน้นในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้สูงขึ้น รวมถึงเพิ่มเทคโนโลยีในการผลิต

### 2.1 มาตรการสนับสนุนทางการเงิน

คำแนะนำเชิงนโยบายอีกประการหนึ่ง คือการผลักดันให้รัฐช่วยสนับสนุนเรื่องการเงินด้วย soft loan หรือว่าให้ดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราเป็นสิ่งที่ดีที่ควรทำ ถึงแม้ว่าบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะไม่มีปัญหาในเรื่องการขอสินเชื่อก็ตาม มีความน่าเชื่อถืออยู่ในตัว มีประวัติการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ แต่การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำก็ถือเป็นมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่ช่วยภาคเอกชนได้

โดยเฉพาะการออกมาตราการสนับสนุนทางการเงินในด้านการวิจัยและพัฒนา (R & D) ที่เป็นหนึ่งในตัวชี้ขาดด้านการแข่งขันในระดับสากลเพื่อดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ทางภาครัฐควรให้การ

สนับสนุนทางการเงินแก่รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชนเพื่อดำเนินการวิจัยและพัฒนาสินค้าและธุรกิจ เช่น ร่วมลงทุนในการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนา (R & D) หรือ ให้ทุนแก่โครงการต่าง ๆ ในเรื่องของค่าใช้จ่ายด้านกำลังคน อุปกรณ์และวัตถุดิบ บริการต่าง ๆ ทางวิชาชีพ และด้านทรัพย์สินทางปัญญา หรือให้ทุนสนับสนุนด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างในประเทศสิงคโปร์นั้น มีทั้งโครงการส่งเสริมการวิจัยแก่บริษัทต่างๆ (Research Incentive Scheme for Companies หรือ RISC) และ มาตรการส่งเสริมเทคโนโลยีแขนงใหม่ (INTECH) โดยเฉพาะ (Finpro, 2012)

## 2.2 มาตรการส่งเสริมการลงทุนที่ให้แก่นักลงทุนต่างชาติควรมีการยกเว้นอุตสาหกรรมยางพาราชั้นกลาง

นอกจากนั้น BOI ในปัจจุบันได้ส่งเสริมให้บริษัทต่างชาติดำเนินการลงทุนในประเทศไทยมากทั้งจำนวนโครงการและมูลค่าของโครงการ แต่ภาคเอกชนเสนอให้ภาครัฐเลือกที่จะให้การคุ้มครองบริษัทไทยเป็นบางอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมยางพาราชั้นกลาง BOI สนับสนุนให้การส่งเสริมการลงทุนกับบริษัทต่างชาติผู้ผลิตยางล้อ แต่ BOI ไม่ได้ห้ามบริษัทยางล้อเหล่านี้เข้ามาทำอุตสาหกรรมยางพาราชั้นกลาง ซึ่งบริษัทไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมอาจไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ได้ในระยะยาว ในที่สุดบริษัทข้ามชาติจะมีอิทธิพลสูงมากและครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งอาจจะผลที่ไม่ดีต่อเกษตรกรในฐานะเจ้าของสวน ในแง่ของการขาดอำนาจการต่อรองกับบริษัทข้ามชาติในระยะยาว หาก BOI สามารถออกมาตรการเพื่อสงวนอุตสาหกรรมยางพาราชั้นกลางซึ่งเป็นจุดแข็งของผู้ประกอบการไทยไว้ และเลือกส่งเสริมเฉพาะอุตสาหกรรมปลายน้ำ ไม่ใช่ดำเนินนโยบายแบบเปิดกว้างที่ใช้อยู่ปัจจุบัน ซึ่งเปิดช่องให้บริษัทต่างชาติดำเนินธุรกิจได้ในอุตสาหกรรมยางพาราโดยรวมและสนับสนุนสิทธิประโยชน์ทั้งที่เป็นภาษีและมีใช้ภาษีให้นักลงทุนเหล่านี้ เน้นยอดลงทุนรวม แต่เมื่อมองเป็นองค์รวมแล้วนั้น บริษัทไทยในอุตสาหกรรมยางพาราเสียเปรียบ ทั้งขนาดกิจการที่เล็กกว่า บริษัทท้องถิ่นของคนไทยจริง ๆ จะหายไปเพราะว่าสู้ไม่ได้

## 2.3 การปรับปรุงสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อให้เอื้อต่อการขยายตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชีย

ผลกระทบของอัตราภาษีที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนของบริษัทที่เน้นการส่งออกมากกว่าบริษัทที่มุ่งหวังจะทำตลาดในประเทศหรือแสวงหาผลประโยชน์เฉพาะสถานที่ ดังนั้นบริษัทที่เน้นการส่งออกมักมีปฏิริยาตอบสนองเชิงบวกต่อมาตรการจูงใจทางภาษีอากร (tax incentives) เพราะบริษัทเหล่านี้มักเลือกดำเนินธุรกิจในตลาดที่มีอัตราการแข่งขันสูงแต่ความเหลื่อมล้ำต่ำ นอกจากนี้ บริษัทเหล่านี้ยังมีลักษณะแบบเคลื่อนที่สูงกล่าวคือ บริษัทเหล่านี้มักเปรียบเทียบภาษีในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อมองหาทางเลือกใหม่ ๆ ทั้งนี้ธรรมชาติและผลกระทบของมาตรการจูงใจทางภาษีอากรจะต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริษัทแต่ละแห่ง เช่น บริษัทที่เพิ่งเกิดใหม่มักเลือกมาตรการจูงใจทางภาษีอากรที่ลดค่าใช้จ่ายเบื้องต้นอย่างการเว้นภาษีอุปกรณ์เครื่องและวัตถุดิบ ในขณะที่บริษัทที่กำลังขยายตัวมักเลือกมาตรการจูงใจทางภาษีอากรที่เพิ่มทุนกำไรให้กับบริษัทเป็นหลัก ใน

งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งพบว่า นักลงทุนรายย่อยมักให้ความสนใจกับมาตรการจูงใจทางภาษีอากรมากกว่านักลงทุนรายใหญ่ ภาษีส่งผลกระทบต่อบริษัทขนาดเล็กที่ไม่มีกำลังเงินและกำลังคนมากพอสำหรับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์หลักเชิงภาษี ต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ที่มักได้การผ่อนผันพิเศษในเรื่องของภาษี ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายด้านภาษีในประเทศเจ้าบ้านจะเป็นอย่างไร (Morisset & Pirmia, 1999) โดยมาตรการจูงใจทางภาษีอากรที่รัฐบาลควรนำมาใช้เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ ได้แก่

#### 1. การลดภาษีเงินได้นิติบุคคล

การตั้งอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลให้ต่ำพอในวงกว้างถูกนำมาใช้ในประเทศเล็ก ๆ หลายแห่ง เช่น เลบานอน (หรือจะนับฮ่องกงร่วมด้วยก็ได้) มาตรการนี้ช่วยให้นักลงทุนรักษาผลกำไรจำนวนมากไว้ได้ ทั้งนี้รัฐบาลยังสามารถรักษาผลกำไรจากภาษีเงินได้นิติบุคคลไว้ได้เนื่องจากนักลงทุนต่างมีโอกาสในการวางแผนด้านภาษีที่จำกัดและความเรียบง่ายของระบบนี้ยังเอื้อต่อสภาพแวดล้อมในการลงทุนอีกด้วย นักลงทุนมักให้ความสนใจประเทศที่มีอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต่ำ เพราะนั่นแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลของประเทศนั้น ๆ เลือกที่จะให้ตลาดเป็นผู้พิจารณาว่าการลงทุนกับอะไรที่ให้ผลตอบแทนดีที่สุดโดยที่ไม่มีการโน้มน้ำหนักจูงจูงโดยรัฐบาล

#### 2. มาตรการช่วงเวลาในการยกเว้นภาษี

มาตรการช่วงเวลาในการยกเว้นภาษียังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในประเทศอุตสาหกรรมที่เพิ่งเกิดใหม่ เช่น ในแอฟริกา โดยข้อดีหลัก ๆ ของมาตรการนี้คือ บริษัทต่าง ๆ จะได้รับผลกำไรจำนวนมากทันทีที่สร้างรายได้ได้ และยังสร้างกำไรได้เร็วกว่าการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลที่หวังผลกำไรในระยะยาว

#### 3. การผ่อนปรนภาษีการลงทุนและเครดิตภาษี

จากการที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายต้นทุนอย่างการผ่อนปรนภาษีการลงทุนช่วยลดอัตราภาระรวมของกำไรมากกว่ามาตรการช่วงเวลาในการยกเว้นภาษีและยังช่วยส่งเสริมการลงทุนใหม่ ๆ มากกว่าธุรกิจเจ้าเก่าอย่างการลดภาษีเงินได้นิติบุคคล จากการที่มาตรการดังกล่าวสามารถชำระคืนได้ ทำให้รัฐบาลสามารถแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุนและความเสี่ยงที่อาจมีขึ้นต่อเจ้าของกิจการต่าง ๆ ได้ (Rajan, 2004; Morisset & Pirmia, 1999)

ข้อมูลด้านการสนับสนุนของภาครัฐในด้านต่าง ๆ การให้แรงจูงใจ หรือสิทธิประโยชน์ทางภาษี รวมทั้งสิทธิประโยชน์ที่มีโชภาษีเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่นักลงทุนนำมาใช้ในการตัดสินใจลงทุนในต่างประเทศ การสนับสนุนเหล่านี้ของ BOI มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพารา อย่างน้อยๆ ก็ไม่ต้องเสียภาษี ทำให้สามารถนำเอาเงินที่ประหยัดไว้ก่อนหน้านี้มาต่อยอดลงทุนพัฒนา และเปิดสำนักงานใหม่ ๆ ได้ ทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมนี้ซึ่งแข่งขันกันที่ต้นทุนเป็นหลัก เรื่องราคาเป็นสิ่งสำคัญ ถ้ารัฐบาลช่วยในส่วนในเรื่องลดหย่อนภาษี เรื่องคืนภาษีมากขึ้น หรือมีมาตรการส่งเสริมการส่งออกที่เจาะอุตสาหกรรมยางพารา

- มาตรการต่าง ๆ ของ BOI ควรมีการพิจารณาปรับขยายกรอบระยะเวลาการให้สิทธิประโยชน์ออกไปให้ยาวนานกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ อาทิเช่น การได้รับ

ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรและวัตถุดิบ ขยายเวลาการได้รับสิทธิประโยชน์ออกไปให้มากกว่า 5 ปี เป็นต้น ก็จะช่วยบริษัทที่จัดตั้งมานานแล้วโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งออก ซึ่งมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ให้ได้รับการยกเว้นเรื่องของภาษีอากรขาเข้า เพื่อช่วยในเรื่องของต้นทุนในการผลิตอีกรูปแบบหนึ่ง

- การปรับลดค่าเชสส์ลง หรือเก็บในอัตราเดียว ก็จะช่วยให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยดีขึ้น ก็จะส่งออกได้มากขึ้น ในมุมมองของผู้ประกอบการการเก็บค่าเชสส์เป็นตัวถ่วงความเจริญการเติบโตการพัฒนาของอุตสาหกรรมอย่างพารา เป็นการเพิ่มต้นทุนของการส่งออกให้กับผู้ประกอบการซึ่งจะต้องรับภาระในส่วนนี้ อีกทั้งการเก็บค่าเชสส์ในหลายอัตราแตกต่างกัน ทำให้การบริหารของเอกชนยากลำบากตามไปด้วย และการเจรจาตกลงราคากับลูกค้าค่อนข้างจะยุ่งยาก หน่วยงานของรัฐทราบปัญหานี้ดีแต่ใช้เวลานานในการปรับกฎเกณฑ์

หากภาครัฐยังคงเลือกที่จะเก็บค่าเชสส์ต่อไปก็ควรจะเก็บในอัตราเดียวเท่านั้น ก็จะบรรเทาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ให้แก่ภาคธุรกิจได้บ้าง พระราชบัญญัติยางฉบับใหม่ควรจะต้องดูแลการใช้เงินค่าเชสส์ที่เก็บไปใช้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสูญเสียจากเงินส่วนนี้ เพื่อให้เกิดผลดีที่ยั่งยืนในการปลูกยางพาราทดแทน เป็นการคุ้มครองชาวสวนด้วยอีกทางหนึ่ง

- การปรับปรุงการจัดเก็บภาษีซ้อน (Double taxation) โดยหลักแล้วประเทศใดสามารถให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีได้มากจะได้เปรียบ เนื่องจากทุกบริษัทต้องการการลดหย่อนทางภาษีและสิทธิประโยชน์อื่นใดที่ช่วยลดต้นทุนให้แก่องค์กร รัฐบาลไทยควรจัดระบบในเรื่องภาษีซ้อนให้ดีกว่าเดิม บริษัทข้ามชาติส่วนใหญ่เสียภาษีรายได้จากต่างประเทศแล้ว กรณีนำเงินกลับเข้ามาในประเทศไทยก็อาจต้องเสียภาษีอีก (double taxation) อันนี้ถือว่าเป็นอุปสรรคปัญหาที่ยุ่งยากที่สำคัญสำหรับการลงทุนระหว่างประเทศ

พื้นฐานธุรกิจของประเทศนั้นก็มีส่วนสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ามาตรการส่งเสริมการลงทุนที่กล่าวข้างต้น ประเทศที่ไม่มีความเป็นระบบระเบียบ กฎหมายมีการบังคับใช้ไม่เข้มแข็ง และรัฐบาลขาดเสถียรภาพ โครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานไม่ดี การลงทุนจากต่างประเทศจะไม่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศที่มีปัญหาเหล่านี้

มุมมองของนักลงทุนต่างชาติต่างก็เห็นว่านโยบายของ BOI ค่อนข้างดี และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดการลงทุนเข้าสู่ประเทศไทย แต่เมื่อดูจากข้อเท็จจริงจากข้อมูลเชิงนโยบายและรายละเอียดมาตรการส่งเสริมการลงทุนของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียและประเทศไทย ประเทศไทยยังเป็นรองอยู่มากในส่วนของเงินสมทบการลงทุน ทุนส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรม และการเจรจาต่อรองขอรับการสนับสนุน อย่างไรก็ตามหากเทียบความน่าลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราระหว่างไทยกับสิงคโปร์ ประเทศ

ไทยยังได้เปรียบอยู่ ทั้ง ๆ ที่สิงคโปร์มีระบบการเชื่อมต่อและระบบขนส่งที่ได้มาตรฐานสากล และผู้นำศูนย์กลางขนส่ง อย่างที่ทราบกันดี ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งที่มีระบบขนส่งที่ดีที่สุดในโลก รวมไปถึงมีทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางในการทำธุรกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้อย่างไม่ยาก รวมทั้งมีรัฐบาลที่คอยให้ความช่วยเหลือธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าทั้งด้านภาษี และด้านสาธารณูปโภค จึงทำให้สิงคโปร์เป็นสถานที่ดึงดูดนักลงทุนได้อย่างง่ายดาย หากแต่มีข้อจำกัดอยู่บางประการ เป็นต้นว่า ความเสียเปรียบทางภูมิศาสตร์เป็นเกาะซึ่งมีขนาดเล็ก มีทรัพยากรธรรมชาติน้อย มีตลาดภายในประเทศที่ค่อนข้างเล็กรวมไปถึงมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานค่อนข้างสูง (โดยเฉพาะค่าเช่าและค่าแรงงาน) ทั้งนี้ทั้งนั้นอุตสาหกรรมยางพาราของสิงคโปร์ยังคงเป็นเรื่องของผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าเป็นหลักซึ่งต่างจากประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกโดยตรง

### 3. ภาครัฐควรยกเลิกมาตรการแทรกแซงกลไกตลาด

การแทรกแซงกลไกตลาด ภาครัฐมีนโยบายการประกันราคาผลผลิตยางพารา ราคาซื้อขาย ส่งผลให้ราคายางพุ่งสูงขึ้น มาตรการการแทรกแซงกลไกตลาดแบบนี้อาจส่งผลดีต่อชาวสวนยาง ภาคเกษตรกรรมแต่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพารา ทิศทางของราคายางไม่เป็นไปตามกลไกตลาด ไม่เป็นไปตามวัฏจักรปกติที่ควรจะเป็นและไม่สอดคล้องกับฤดูกาล ยากต่อการประมาณการณาคาดการณ์ของทั้งลูกค้าต่างประเทศและบริษัทผู้ผลิต รวมทั้งส่งผลต่อการขยายตัวของต่างประเทศ ทั้งยอดส่งออกและผลประกอบการที่ตกต่ำลง ผู้บริหารบริษัท A กล่าวว่า

“สมมติราคาจริงๆ มันต้องต่ำลง พอเข้าไปประกันตรงนี้ ข้างนอกเฝ้ามองแล้วล่ะว่าราคายางตก แล้วเค้าก็คาดหวังว่าสินค้าของเราจะต้องลดลงตาม ปกติแล้วแต่พอประกันตรงนี้ มันทำให้ต้นทุนสูง ลูกค้าที่นั่นเค้าก็ซื้อราคาต่ำ มันไปกันไม่ได้ ถ้าไปขายได้ เรายังขาดทุน ซึ่งนิดหน่อยเราพอรับได้ ถ้ามันเยอะมากเราก็ไม่ไหวนะครับ ทำให้ยอดส่งออกปีนี้ก็ลดลงเหมือนกัน ตั้งแต่ช่วงต้นปี...ถ้าไม่มีการแทรกแซง ปล่อยให้มันเป็นไปตามกลไก น่าจะดีกว่านี้ สองยอดส่งออกก็คงไม่ขนาด ไม่ติดลบ ไม่ลดลงขนาดนี้” (สัมภาษณ์ผู้จัดการบริษัท A, พฤศจิกายน พ.ศ. 2555)

ในส่วนของน้ำยางซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราลูกค้าที่มีราคาสูงขึ้น เนื่องจากการดำเนินนโยบายประกันราคาของรัฐบาลไทย ส่งผลให้ลูกค้าบางรายเริ่มไปซื้อผลิตภัณฑ์จาก supplier ที่อื่น เช่นที่เวียดนาม จะเห็นได้ว่าการแทรกแซงกลไกตลาดของภาครัฐนั้นทำให้บริษัทไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และเสียลูกค้าให้กับประเทศผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่แข่งจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ติดอันดับโลกสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ยางขึ้นปลาย และมีศักยภาพในการผลิตในปริมาณที่มาก ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ (Economies of Scale) รวมทั้ง

ยอดขายที่สูง (Sale volume) เนื่องจากต้นทุนที่ถูกกว่าในส่วนของน้ำยาง หากเป็นเช่นนี้ต่อไป ในอนาคต บริษัทไทยอาจจะนำเข้าวัตถุดิบน้ำยางจากประเทศเพื่อนบ้านเช่น เวียดนาม อินเดีย จีน อันจะส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางต้นน้ำของไทยด้วย ผลกระทบของนโยบายนี้ค่อนข้างที่จะกระทบหลายอุตสาหกรรมทั้งห่วงโซ่อุปทานยางพารา

ในช่วงแรกของการดำเนินนโยบายการประกันราคารายของภาครัฐส่งผลกระทบต่อภาคเอกชนค่อนข้างมาก เพราะรัฐบาลไปประกันที่ราคาสูงกว่าความเป็นจริงตามกลไกตลาด ก็จะทำให้การบริหารของภาครัฐและภาคเอกชนลำบาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยางพาราที่แปรรูปก็จะมีผลกระทบด้านลบ ต้นทุนสูงขึ้นแล้ว ทำที่สุดการแปรรูปมันก็จะไม่เป็นผล อีกทั้งไม่สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งข้างนอกได้ ยิ่งไปกว่านั้น นโยบายการประกันราคารายทำให้เกิดช่องว่างในการซื้อขายรูบ่งหลวม โดยการรับซื้อจากชาวสวนในราคาถูกและนำมาขายต่อให้หน่วยงานของรัฐในราคาแพง การเก็บรักษายางพาราในโกดังก็ไม่ง่ายนัก เนื่องจากเป็นสินค้าที่อันตรายคือติดไฟได้ เพราะฉะนั้นบริษัทประกันภัยต่าง ๆ จะไม่ค่อยรับประกัน มีความเสี่ยงอีกประการหนึ่ง คือยางเสียหายในช่วงที่เก็บไว้ในโกดังตามธรรมชาติ หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี

ภาครัฐควรจะช่วยเน้นเรื่องของการลดความผันผวนของราคารายพาราให้น้อยลง จะทำให้เกิดผลดีต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลาย จากที่ผ่านมาภาครัฐอาจจะผลักดันในเรื่องของราคาน้ำยาง ซึ่งเป็นการช่วยภาคเกษตรกร ซึ่งภาครัฐอาจจะต้องขยายมุมมองออกไปให้กว้างขึ้น ควรทำการศึกษาในมุมมองอื่น ๆ แต่ละมุมมองที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราทั้งหมด ในแต่ละภาคส่วนมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณเท่าไร แล้วควรจะมีการกำหนดทิศทางจากภาครัฐว่านโยบายควรจะช่วยทั้งภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมควบคู่กันไป มิใช่แค่ส่งเสริมการผลิตสินค้าขึ้นต้นและขึ้นกลางเท่านั้น พวกน้ำมันดิบ น้ำยางสด หรือยางแผ่น ยางก้อนซึ่งมีปริมาณความต้องการที่สูงที่สุดอยู่แล้ว หากควรหันมาส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในการผลิตด้วย ซึ่งภาครัฐอาจทำได้ส่วนหนึ่งโดยการวางกลยุทธ์และโครงการที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำ จะทำให้ราคาวัตถุดิบถูกลง ปริมาณผลผลิตที่ดีขึ้นและสม่ำเสมอ คาดคะเนได้นั้น จักส่งผลดีต่อการรักษาระดับราคาระดับวัตถุดิบยางพาราให้มีความคงที่ตามไปด้วย การรักษาเสถียรภาพราคาภายในของอุตสาหกรรมนั้น ต้องมีการปกป้องความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากโลกภายนอก โดยการเน้นการปรับปรุงในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร และระบบการบริหารจัดการของทั้งห่วงโซ่อุปทาน

โดยสรุปในเรื่องของราคารายนั้น ภาครัฐควรจะมีมองในเรื่องของอุตสาหกรรมแปรรูปด้วยว่าราคาเท่าไรจึงจะเหมาะสมสำหรับยางพาราที่จะนำมาใช้ในกระบวนการผลิต รวมทั้งอาจจะต้องออกแบบวิธีการหรือมาตรการที่แบ่งแยกต่างหากในเรื่องของมาตรการที่ช่วยเกษตรกรกับมาตรการในเรื่องของอุตสาหกรรมแปรรูป มาตรการเหล่านี้ควรจะควบคุมได้ง่ายและสามารถแข่งขันกับประเทศข้างเคียงได้ มาตรการที่ช่วย

เกษตรกรควรเน้นการเพิ่มผลผลิตและการคิดต้นทุนที่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ให้ความรู้และจัดการฝึกอบรมให้เกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าแปรรูปขั้นต้นที่มีคุณภาพเพื่อที่จะสามารถขยายกิจการ สร้างมูลค่าเพิ่ม ได้ รายได้มากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพาราขั้นต้นน้ำอยู่แล้วนั้น ตามข้อเท็จจริง ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางขั้นต้นน้ำอันดับหนึ่งของโลก จุดแข็งอยู่ที่ยางแผ่น ซึ่งมีอำนาจในตลาดสูงมาก ส่วนการแข่งขันในตลาดน้ำยางขั้นต้นก็เป็นแบบผู้ขายน้อยราย (oligopoly) แต่ว่าภาครัฐซึ่งเป็นผู้ดำเนินนโยบายในเรื่องของอุตสาหกรรมยางพารายังอาจจะมองไม่เห็นในส่วนนี้ โดยหลักการแล้ว ประเทศไทยน่าจะวางตำแหน่งให้เป็นผู้เล่นที่สำคัญในตลาดโลกได้ อันจักทำให้สามารถกำหนดราคาวัตถุดิบยางพารา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ราคาของยางแผ่นและน้ำยางขั้นต้นในตลาดโลกได้ซึ่งต้องอาศัยการผลักดันของภาครัฐในการกำหนดกลยุทธ์การเจรจาในระดับภูมิภาคและระดับพหุภาคีที่มีประสิทธิผล ถ้าเป็นมาตรการลักษณะครบวงจรแบบนี้ บริษัทไทยก็สามารถที่จะสู้รบปรบมือกับคู่แข่งจากอินโดนีเซีย มาเลเซีย อินเดียในอนาคตได้ดีขึ้นกว่าเดิม

#### 4. การมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราขั้นปลายและการสร้างตราสินค้า

ภาครัฐควรจะวางนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราขั้นปลายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นปลายทั้งหลาย มากกว่าที่จะเน้นในเรื่องของอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ ซึ่งเชื่อว่าในอีกห้าหกปีข้างหน้าส่วนแบ่งตลาดสำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ขั้นกลางน้ำมีแนวโน้มลดลงอย่างแน่นอนเพราะประเทศจีน เวียดนามปลูกยางค่อนข้างมาก ประกอบกับมีพื้นที่ปลูกค่อนข้างมากเพียงแต่ว่าคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดความสม่ำเสมอไม่คงที่ ซึ่งในส่วนนี้ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบอยู่ในอนาคตประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางต่างก็มีการพัฒนาต่อไปเพื่อให้ได้คุณภาพที่ดี แล้วฐานการผลิตในเรื่องของคนที่ใช้ยางดิบ น้ำยางสด วัตถุดิบ สินค้าขั้นกลางเหล่านี้ ฐานการผลิตใหญ่ก็อยู่ที่จีนอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นถ้าจีนสามารถปรับปรุงคุณภาพและผลิตได้ปริมาณมาก ก็จะลดการนำเข้าจากประเทศไทย ฉะนั้นนโยบายต่าง ๆ จะต้องมีการปรับสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นปลายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เท่าทันกับประเทศคู่แข่ง อาทิเช่น มาเลเซีย เป็นต้น ภาครัฐจะต้องเข้ามาดูแลในเรื่องนี้และทำให้เป็นวาระเร่งด่วนในเรื่องของการสร้างสมดุลการพัฒนาของทั้งห่วงโซ่อุปทานจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยแข่งขันได้กับประเทศอื่น ๆ

การศึกษาและการฝึกอบรม ควรได้รับมาตรฐานสากลตามที่กำหนดไว้โดยนักลงทุนต่างชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการผลิตและเพิ่มผลผลิต การสนับสนุนจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาของภาครัฐ มหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะอยู่ในสถาบันวิจัยเองก็ดี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเองก็ดี มีการร่วมกันทำงานวิจัยพัฒนาที่ออกมาเป็นชิ้นเป็นอันอยู่ในแต่ละปี ถ้าในภาครัฐจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้นสำหรับสนับสนุนหน่วยงานพวกนี้ในการวิจัยพัฒนาจะทำให้คล่องตัวและก็เห็นผลเร็วขึ้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราขั้นปลาย เช่น การนำน้ำยางสดมาใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง เวชภัณฑ์ ส่วนประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ให้หลากหลายประเภท

กว่าเดิม ประเทศไทยควรมีการพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านนี้เพิ่มมากขึ้น คนที่สามารถคิดค้นสูตรใหม่ ๆ พัฒนาสินค้าอาหารแปรรูป สินค้าสำเร็จรูปใหม่ ๆ อันนี้เป็นก้าวต่อไปหากในอนาคตราคาของน้ำยางสดในอนาคตปรับตัวลดลง ประเทศไทยก็สามารถจะสร้างรายได้มาทดแทนจากการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปขึ้นปลายในหลากหลายรูปแบบได้ ซึ่งภาครัฐควรจะให้มีความสำคัญในส่วนนี้มากขึ้นตามลำดับ

การสร้างตราสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นปลายน้ำของไทยจะเกิดขึ้นและเห็นผลได้จริง หากภาครัฐให้การส่งเสริมในเรื่องของการพัฒนางานวิจัยในเรื่องของผลิตภัณฑ์แปรรูปขึ้นปลายที่ค่อนข้างทันสมัยและแตกต่างจากประเทศคู่แข่งในอาเซียน ในปัจจุบันยางพารามีการถูกนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เครื่องครัว อุปกรณ์และภาชนะที่ใช้ในการทำเค้ก สามารถแปรรูปยางพาราให้เป็นสินค้าที่ใช้ในกิจกรรมประจำวันมากขึ้นบวกกับต้องมียานด้านการออกแบบ (design) เข้ามาผสมผสานเพื่อที่จะทำให้สามารถส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศได้จริง ๆ โดยเฉพาะตลาดในภาคพื้นยุโรปที่มีความต้องการสินค้าเครื่องครัวเครื่องภาชนะของใช้ต่าง ๆ เหล่านี้ การจะพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นปลายให้ก้าวไกลขึ้นอยู่กับทิศทางหรือมุมมองหรือนโยบายของภาครัฐว่า จะเริ่มผลักดันพัฒนาการแปรรูป เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำยาง โดยการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์อย่างไร

ภาครัฐต้องมองเป็นองค์รวม ต้องมองให้เห็นช่องว่างตรงนี้ที่เรายังขาดอยู่ และสามารถพัฒนาได้อีกมาก ถ้าหากมองแต่ต้นน้ำประเทศไทยเราก็จะแข่งขันไม่ได้ ควรนำนโยบายที่เน้นในเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มาปฏิบัติให้เห็นผลเป็นรูปธรรม การเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากยางพาราและการสร้างตราสินค้าไทยที่ได้มาตรฐานสากลเป็นสิ่งที่ภาคเอกชนอยากจะทำให้เกิดขึ้นและพยายามปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจะเป็นจุดที่สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากบริษัทข้ามชาติไทย ซึ่งภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนได้ โดยการจัดสรรงบประมาณและสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในส่วนนี้ ส่วนทางด้านอุตสาหกรรม ภาครัฐก็ต้องอำนวยความสะดวกกับโรงงานต่าง ๆ ที่จะมาสร้าง รวมทั้งการจัดระบบเรื่องมาตรฐานขึ้นมาเพื่อจะได้เป็นที่มั่นใจของต่างประเทศที่จะส่งผลิตภัณฑ์อาหารไปขาย รวมทั้งภาครัฐควรมีการปรับลดขั้นตอนในการออกไปรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารให้น้อยลง และพัฒนาเทคโนโลยีในการออกไปอนุญาตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งศูนย์วิจัยยางมีส่วนสำคัญอย่างมากในการควบคุมมาตรฐานของสินค้าไทยให้ทัดเทียมระดับโลก

การมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นปลายและการสร้างตราสินค้าจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากภาครัฐมิได้ดำเนินนโยบายสิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจัง แน่นอนว่า การปกป้องคุ้มครองการลงทุนนั้นเป็นหนึ่งในหัวข้อย่อยของการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินอันเป็นส่วนหนึ่งของหลักสิทธิมนุษยชนสากล หากพูดถึงการส่งเสริมและปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางกายภาพ ประเทศไทยได้ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในสายตาประชาคมโลกเมื่อปีค.ศ. 1982 ที่รัฐบาลไทยได้เริ่มต้นโครงการ 20 ปีสำหรับการจัดทำ



โฉนดที่ดินในพื้นที่ชนบททั่วประเทศ โดยมีจุดประสงค์คือ ให้ชาวนาทั้งหลายสามารถเข้าเป็นเจ้าของที่ดิน และเพิ่มผลผลิตผ่านการลงทุนระยะยาว (ถึงกระนั้น การชดเชยสินไหมด้านการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมและมีจำนวนเงินที่พอเหมาะก็ควรได้รับการพิจารณาต่อไป)

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังถือว่า อ่อนด้อยด้านการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมาก ในปัจจุบัน หลายๆบริษัทได้ผลิตสินค้านวัตกรรมต่างๆออกมามากมาย นี่ไม่ใช่แค่ปัญหาสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีโครงการวิจัยและพัฒนา (R & D) อยู่ตลอด แต่ยังรวมไปถึงบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ที่เป็นกำลังสำคัญเบื้องหลังการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ถึงแม้ว่าพวกเขาเหล่านั้นจะมีโอกาสในการลงทุนด้านกิจกรรมทางนวัตกรรมไม่มากนัก อุตสาหกรรมต่างๆในประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมาก รวมไปถึงประเทศไทย ต่างหวังที่จะดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ซึ่งบางอุตสาหกรรมนั้นจำเป็นต้องได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ทางด้านเทคโนโลยีหลาย ๆ แขนง หากแต่ว่าบริษัทต่างชาติต่างกังวลที่จะถ่ายโอนเทคโนโลยีขั้นสูงมาให้หรือกระทั่งลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต ซึ่งอุตสาหกรรมยางพาราก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเหล่านี้ เนื่องจากไม่แน่ใจว่าสิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาของพวกเขาได้รับการคุ้มครองอย่างดีหรือไม่ ในประเทศอย่าง บราซิล และฟิลิปปินส์ การออกสิทธิบัตรระยะสั้นได้ช่วยให้บริษัทต่างๆ ภายในประเทศนำเทคโนโลยีของต่างชาติมาใช้ในสภาพแวดล้อมท้องถิ่น ในขณะที่บริษัทซอฟต์แวร์ขนาดเล็กในกานา คุเวต และโมร็อกโก ได้ขยายตัวเข้าสู่ตลาดโลก อุตสาหกรรมดนตรีและภาพยนตร์ในอินเดียเองก็เติบโตขึ้นอย่างมากเพราะการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่เข้มงวด ในขณะที่กฎหมายด้านการคุ้มครองการออกแบบดีไซน์ในศรีลังกาได้เพิ่มยอดส่งออกให้กับสินค้าเครื่องกระเบื้องดินเผาคุณภาพสูง

สรุปคือ ควรมีการจัดทำกรอบแนวคิดด้านทรัพย์สินทางปัญญาเสียใหม่ รวมไปถึงส่งเสริมให้ผู้ผลิตตระหนักถึงคุณค่าของสินค้า/นวัตกรรมของตน (โดยการชี้ให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่อาจได้มาจากการลงทุนเพื่อเพิ่มมูลค่า) รวมไปถึงการปฏิรูปด้านกฎหมายและการดำเนินคดีในชั้นศาลและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น (OECD, 2006)

##### 5. การส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ในปัจจุบันหลาย ๆ โรงงานประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานมากพอสมควร บางบริษัทมีการใช้แรงงานต่างด้าวซึ่งสามารถทำได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายก็มีอยู่ แต่คิดเป็นสัดส่วนที่น้อยประมาณร้อยละ 10 ในเรื่องของการขาดแคลนบุคลากรในอุตสาหกรรมยางพาราของไทยที่ยังคงเป็นปัญหาอีกกลุ่มหนึ่ง คือ ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านเคมีการยาง วิศวกร ความต้องการบุคลากรด้านนี้ยังมีอยู่มาก เพราะฉะนั้นถ้าทางภาครัฐส่งเสริมให้มีการทำงานร่วมกันระหว่างภาคเอกชนและทางมหาวิทยาลัยเพื่อให้มีการเปิดหลักสูตร หรือว่าส่งเสริมเรื่องการศึกษาเพื่อสร้างบุคลากร เช่น คนที่เก่งด้าน Polymer ช่างเทคนิคด้านยางพารา

สังเคราะห์และวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับความต้องการของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมยางพาราที่จะเป็นการดี ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกิจและมหาวิทยาลัยในปัจจุบันมีในลักษณะของการตรวจสอบเช็คตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ และการทำวิจัยร่วมกัน แต่ยังเป็นส่วนน้อย การเชื่อมต่อลักษณะนี้ควรได้รับการส่งเสริมให้มีเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐอาจให้การสนับสนุนในเรื่องเงินทุนและการแลกเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียน โดยการเจรจาระหว่างรัฐบาลของประเทศสมาชิก เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยควรจะมีการจัดทำกรวิเคราะห์ความต้องการแรงงานของแต่ละประเทศ เพื่อจะได้กำหนดสาขาอาชีพ และประเภทอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมทางธุรกิจย่อยที่ประสบปัญหาด้านแรงงาน เพื่อที่จะแก้ไขกฎเกณฑ์ ผ่อนคลายกฎระเบียบต่าง ๆ ด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ ซึ่งควรจะสามารถอำนวยความสะดวกให้มีการโยกย้ายได้ง่ายขึ้นในประเภทอาชีพที่จำเป็นในการสร้างความเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมเป้าหมายเช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมยางพารา ในปัจจุบันนี้มีการจำกัดสาขาอาชีพเฉพาะแรงงานที่มีทักษะเท่านั้น อาทิเช่น แพทย์ นักบัญชี สถาปนิก นักสำรวจ เป็นต้น

ในส่วนในเรื่องการปรับขึ้นค่าแรงตามนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทของภาครัฐ ก็ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของบริษัทข้ามชาติเอเชียแต่ไม่มากนักในเรื่องของต้นทุนที่สูงขึ้น บางบริษัทมีการปรับค่าแรงขึ้นไปก่อนล่วงหน้า เนื่องจากการแข่งขันด้านแรงงานค่อนข้างสูง หลาย ๆ โรงงานเสนอค่าจ้างที่สูงเพื่อดึงดูดให้คนงานเลือกที่จะทำงานที่นั่น มีการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทไทย รวมทั้งบริษัทข้ามชาติที่อยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง ซึ่งมีนิคมเหมราชขึ้นมาใหม่ รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของโรงงานแห่งใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราต่างก็มีความพยายามใช้แรงงานน้อยลง และนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น บริษัทข้ามชาติเหล่านี้มีความพยายามที่จะเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นพอสมควร เพื่อจะรับภาระจากผลกระทบของค่าแรงที่แพงขึ้นและการขาดแคลนบุคลากร บางบริษัทที่ใช้แรงงานในกระบวนการผลิตมาก มีแนวคิดที่จะไปลงทุนในต่างประเทศที่ต้นทุนถูกกว่า

## 6. มาตรการส่งเสริมการลงทุนของบริษัทไทยในต่างประเทศ

หลาย ๆ บริษัทอยากจะขยายกิจการการผลิตไปที่ประเทศจีนเพื่อที่จะให้อยู่ใกล้ฐานลูกค้า และการตั้งโรงงานที่เมืองจีนก็จะทำให้ประหยัดในเรื่องของการขนส่งให้กับลูกค้าและเกิดความคล่องตัวในการซื้อขายได้ง่ายได้จากการศึกษาข้อมูลค่อนข้างละเอียดบริษัทส่วนใหญ่เห็นว่า แหล่งวัตถุดิบหลักที่ใช้อยู่ในประเทศไทย และวัตถุดิบน้ำยางข้นของประเทศจีนเมื่อทำการตรวจสอบแล้วคุณภาพยังนำมาใช้ผลิตสินค้าปลายน้ำหลาย ๆ ชนิดไม่ได้ โรงงานของจีนยังต้องพัฒนาการผลิตสินค้าขั้นต้นและขั้นกลางอีกมาก เพราะฉะนั้นก็มองว่าการย้ายฐานไปลงทุนในต่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมยางพาราปลายน้ำ จะทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการ

นำเข้าวัตถุดิบซึ่งจะไม่คุ้มค่า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายที่ใช้ น้ำยางเป็นวัตถุดิบหลักคิดเป็นต้นทุนกว่าเจ็ดสิบเปอร์เซ็นต์ อีกประมาณสักสิบห้าเปอร์เซ็นต์เป็นตัวสารเคมี

ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในประเทศจีน และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบในเรื่องของการบริหารจัดการ ส่วนใหญ่บริษัทไทยที่ไปลงทุนในภูมิภาคนี้จะเข้าไปในรูปแบบของนิคมอุตสาหกรรม ปัญหาในเรื่องการจำหน่าย ระบบน้ำ ระบบไฟ ระบบบำบัด จะต้องได้มาตรฐานจึงจะส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งคิดเป็นมูลค่าการลงทุนที่สูง

สำหรับบริษัทที่ต้องการไปลงทุนในต่างประเทศให้ความเห็นว่าการรัฐควรให้การสนับสนุนในลักษณะการเป็นที่ปรึกษา ซึ่งทั้งทาง BOI และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมส่งเสริมการส่งออกในอดีตได้ให้บริการด้านนี้อยู่แล้วในปัจจุบัน การที่บริษัทไทยจะลงทุนในต่างประเทศนั้นต้องเริ่มตั้งแต่ศูนย์ และอาจจะติดปัญหาเรื่องการสื่อสารกัน แต่ถ้าเกิดว่าถ้ารัฐบาลมีหน่วยงานให้คำปรึกษาในการลงทุนแต่ละประเทศมันก็จะเป็นการดีสำหรับบริษัทกลุ่มนี้ ประหยัดค่าเดินทางในการไปติดต่อหน่วยงานในต่างประเทศด้วยตนเอง แต่สามารถอาศัยการคุยปรึกษาหารือกับหน่วยงานในเมืองไทย การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าการติดต่อกับชาวต่างชาติ การจัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษาที่จะลงทุนในต่างประเทศโดยเฉพาะ เป็นความคิดริเริ่มที่ดี และช่วยให้บริษัทที่ต้องการออกไปลงทุนในต่างประเทศมีโอกาสประสบความสำเร็จและตอบสนองได้ดีกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะมีบริษัทต่างชาติมาลงทุนในไทยมากขึ้น และบริษัทไทยเองก็มีแนวโน้มที่จะออกไปลงทุนในต่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 2.13 (บทที่ 2) เมื่อเปรียบเทียบมาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซีย จีน สิงคโปร์กับของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าของไทยยังด้อยกว่าประเทศอื่น ๆ อยู่หลายมุม ฉะนั้น BOI ควรออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการไทยที่มีความประสงค์จะขยายกิจการในต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิมที่เน้นเพียงการทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเท่านั้น เช่น ควรจะออกมาตรการหักค่าใช้จ่ายค่าปรึกษาด้านกฎหมาย ค่าสำรวจโครงการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการลงทุนในต่างประเทศได้ 2 เท่า รวมทั้งควรพิจารณาออกมาตรการให้ภาคเอกชนสามารถนำเงินที่ลงทุนซื้อกิจการในต่างประเทศมาหักเป็นค่าใช้จ่ายภายในประเทศได้ อย่างที่ประเทศมาเลเซียใช้อยู่ในปัจจุบัน หากภาครัฐสามารถนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปพิจารณาและปรับใช้ จะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถการแข่งขันได้กับประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน และสามารถขยายตัวสู่ต่างประเทศได้ง่ายขึ้นและมีโอกาสเติบโตต่อไปอย่างก้าวกระโดด

ยิ่งไปกว่านั้น ควรจะมีการพัฒนามาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินไม่เกิน 3 ปีหรือเป็นระยะเวลายาวนานกว่านั้นแก่บริษัทไทย อาจจะอยู่ในรูปแบบการให้เงินกู้โดยเก็บอัตราดอกเบี้ยต่ำ ยกตัวอย่างเช่น การ

ให้กู้ดอกเบี้ยต่ำร้อยละ 2.5 ซึ่งเป็นอัตราที่แข่งขันได้กับประเทศอื่น ๆ เช่น บริษัทเวียดนามที่ไปลงทุนในลาว และกัมพูชา ซึ่งได้รับการส่งเสริมในส่วนนี้ เนื่องจากการลงทุนในต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการลงทุนระยะยาว ภาครัฐควรจะต้องส่งเสริมสนับสนุนด้านการเงินเพื่อที่จะทำให้บริษัทข้ามชาติไทยออกไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน (ลาว กัมพูชา) ซึ่งมีช่องทางเข้าถึงแหล่งเงินที่ค่อนข้างจำกัดในประเทศที่ด้อยพัฒนากว่าเรา หรือให้เงินกู้โดยไม่เสียดอกเบี้ยแบบกำหนดกรอบระยะเวลาในการใช้สิทธิประโยชน์ อาทิเช่น เวลา 1 หรือ 2 ปี เป็นต้น

## 7. การรักษาเสถียรภาพทางการเมืองและความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายภาครัฐ

นักลงทุนต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และนโยบายภาครัฐบ่อยครั้งนั้น ดังที่ปรากฏในประเทศจีนไม่เป็นผลดี อีกทั้งนโยบายระดับท้องถิ่นและระดับชาติไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นการเพิ่มความไม่แน่นอน ความยุ่งยากและความเสี่ยงต่อภาคธุรกิจ ประเทศที่สร้างอุปสรรคเชิงนโยบายอันส่งสัญญาณด้านลบต่อนักลงทุน เช่น ประเทศพม่า ซึ่งยังไม่เปิดเสรีการลงทุนอย่างแท้จริง เป็นตัวอย่างของปัจจัยที่นักลงทุนนำมาพิจารณา ฉะนั้น ประเทศที่ดำเนินนโยบายเปิดเสรีการค้า การลงทุนและพยายามอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการต่างชาติจะช่วยเพิ่มปริมาณเงินลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของประเทศไทยในปัจจุบัน แต่ประเทศไทยยังคงประสบกับภาวะความไม่แน่นอนและถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงสูงด้านการเมือง เนื่องจากการเปลี่ยนรัฐบาลหลายครั้ง และมีการปฏิวัติรัฐประหารในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่นานนัก สิ่งที่ภาครัฐควรคำนึงถึงคือ การมุ่งเน้นรักษาเสถียรภาพทางการเมือง และรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย โดยอาศัยหลักความโปร่งใส ลดปัญหาการฉ้อราษฎร์บังหลวง และใช้หลักการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและการได้รับประโยชน์ (cost and benefit analysis) ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ มาช่วยในการวิเคราะห์นโยบายต่าง ๆ ก่อนนำไปใช้จริง ซึ่งเป็นแนวทางที่ใช้กันโดยทั่วไปในนานาอารยประเทศ มิใช่การใช้นโยบายประชานิยมแบบที่แพร่หลายกันอยู่ในประเทศไทย หลายรัฐบาลหลายสมัยในระยะหลังนิยมที่จะใช้นโยบายประชานิยมเพื่อหวังผลชนะการเลือกตั้งในระยะสั้น แต่ขาดการคำนึงถึงผลลัพธ์ของนโยบายเหล่านี้ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อประเทศในระยะยาวและแก้ไขปัญหาที่ตามมาได้ยาก อีกทั้งเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณแผ่นดินและผลประโยชน์ตกอยู่กับบางภาคส่วนเท่านั้นซึ่งไม่เป็นธรรมต่อผู้เสียภาษีทั้งประเทศ

ความโปร่งใสคือหนึ่งในหลักสำคัญของนโยบายและกฎหมายการลงทุนระหว่างประเทศ ข้อมูลในเรื่องของการจัดทำและเปลี่ยนแปลงกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของรัฐบาลควรได้รับการเปิดเผยอย่างโปร่งใส หากการลงทุนสามารถดำเนินไปอย่างโปร่งใสและสามารถคาดเดาทิศทางได้ บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กก็สามารถเข้าสู่ในสนามรบเศรษฐกิจโลกได้เช่นกัน อย่างที่รู้กันว่า ปัญหาหลักๆ ด้านความโปร่งใสที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งและช่องโหว่ทางการเมืองและสถาบัน/กฎหมาย รวมไปถึง

ความไม่พร้อมทางเทคโนโลยีและทรัพยากรทางการเงินและบุคคล วิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้สำหรับประเด็นเหล่านี้ ได้แก่

1. การปรึกษาและขอความคิดเห็นในหมู่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียร่วม

การประชุมและเจรจาขอความคิดเห็นที่ใช้อย่างแพร่หลายสะท้อนให้เห็นว่า กฎหมายที่มีประสิทธิภาพไม่สามารถขึ้นอยู่กับการสั่งการและการควบคุมเพียงอย่างเดียว บุคคลและองค์กรต่างๆจากทั่วทุกมุมในสังคมที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากตัวกฎหมายเหล่านั้นควรได้รับอนุญาตให้เข้าร่วมทำการตัดสินใจและจัดทำตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตน (ไม่ว่าจะในทางตรงหรือทางอ้อม)

2. การแก้ไขและประมวลบทกฎหมายให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ

ควรมีการการแก้ไขและประมวลบทกฎหมายเสียใหม่ เพื่อเพิ่มความชัดเจนและแก้ไข/ตัดส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่สอดคล้องต่อกันออก โดยควรมีการบัญญัติ “ภาษาตรง” เพื่อนำมาใช้ให้ทั่วกันโดยไม่จำเป็นต้องมีการถอดรหัสหรือตีความใหม่เพื่อทำความเข้าใจ<sup>2</sup>

3. การเผยแพร่เอกสารทางบทกฎหมายหรือข้อระเบียบปฏิบัติเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ควรมีการเผยแพร่เอกสารทางบทกฎหมายหรือข้อระเบียบปฏิบัติที่สำคัญทั้งหมดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เอกสาร PDF ในเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในกรณีของประเทศไทยหรือประเทศใดๆที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการ ควรมีเอกสารสำหรับเผยแพร่ทั้งสองภาษาคือ ภาษาทางการและภาษาอังกฤษ (OECD, 2006)

8. เพิ่มมาตรการส่งเสริมการส่งออกเชิงรุกโดยเจาะจงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมยางพาราไทย

ด้านกระทรวงพาณิชย์ควรจะต้องมีการส่งเสริมอย่างจริงจังเกี่ยวกับเรื่องทางการค้าของสินค้าผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย กระทรวงพาณิชย์ควรออกมาตรการส่งเสริมการส่งออกเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น มาตรการส่งเสริมการส่งออกในปัจจุบันค่อนข้างจะกระจายมากเกินไปในหลาย ๆ อุตสาหกรรม เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม การท่องเที่ยว ส่วนอุตสาหกรรมยางพาราไม่ค่อยได้ประโยชน์จะมาตรการปัจจุบัน ควรจะต้องมานั่งการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นปลายน้ำให้มากเพราะว่าปริมาณส่งออกจะเพิ่มขึ้นมากถ้าทำได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะมีการจัดลำดับความสำคัญภาคอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่ควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนทั้งในด้านข้อมูลงานจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศสำหรับบริษัทข้ามชาติไทย และส่งเสริมด้านการเงินด้วย เช่น เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และการคืนภาษีในอัตราที่สูงกว่าเดิม

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อภาคเอกชน

<sup>2</sup> ปัจจุบัน Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ได้มีการร่าง ที่ใช้สำหรับข้อ “ภาษาตรง” กฎหมายและระเบียบปฏิบัติโดยเฉพาะ เพื่อใช้ในการทำความเข้าใจที่เป็นหนึ่งเดียวกันในหมู่ประเทศสมาชิกทั้ง 23 ประเทศ

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อภาคเอกชน

### 1. การปรับกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อตอบสนองต่อการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เป็นที่ชัดเจนว่า ตลาดที่ใหญ่ขึ้นอย่างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะดึงดูดนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศมากขึ้น ในการศึกษาชิ้นหนึ่งพบว่า คนส่วนใหญ่เชื่อว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะเพิ่มยอดส่งออกให้กับ ASEAN รวมถึงอัตราการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคและอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นในหมู่บริษัทข้ามชาติ (MNEs) และแน่นอนว่าผลกำไรจะเพิ่มสูงขึ้นด้วย (Das et al., 2013) และเนื่องจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โลกเข้ามาทุกที ประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงเริ่มให้ความสนใจกับการส่งเสริมให้นักธุรกิจไปลงทุนนอกประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ในเอเชียหรืออาเซียนด้วยกัน มากกว่าที่จะเน้นให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ ในอนาคตบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในเอเชีย โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะต้องยอมรับความหลากหลายด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มาจากการไหลเข้ามาของแรงงาน (เช่น ในอาเซียน) จำนวนมาก รวมถึงการส่งเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารออกไปทำงานนอกประเทศและการบริหารเจ้าหน้าที่พนักงานท้องถิ่นอย่างมีแบบแผน

นอกจากนี้ บรรดาบริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทยหวังจะได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้เล่นที่มีบทบาทสำคัญในอาเซียน จึงมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการจ้างพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) ไปเป็นการดำเนินกิจกรรมในประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนโดยตรงแทน บริษัทอย่าง SCG และ CP ที่มีฐานองค์กรในระดับภูมิภาคที่แข็งแกร่ง ก็เริ่มที่จะเปลี่ยนตัวผู้จัดการข้ามชาติ (Expatriates) ชาวไทยเป็นผู้จัดการที่เป็นคนท้องถิ่นแทนอย่างรวดเร็ว อีกทั้งการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ยังเป็นหนึ่งในแรงกระตุ้นที่ทำให้บริษัทต่าง ๆ ในไทยอยากหรือจำเป็นต้อง “ออกสู่ตลาดต่างประเทศ” เราสามารถคาดการณ์ได้ว่า นับจากนี้บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ต่าง ๆ จะมีการส่งพนักงานไปประจำสาขาหรือบริษัทลูกที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศและจ้างพนักงานเป็นคนท้องถิ่นมากขึ้น พวกเขาต้องหามาตรการที่ดีที่เอื้อต่อการทำงานของพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) ให้เท่าเทียมกับที่พวกเขาสามารถได้จากการทำงานในไทย ในขณะเดียวกันนั้นบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ที่เพิ่งบุกเบิกตลาดต่างประเทศเหล่านี้จะต้องสร้างชื่อเสียงและตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในประเทศเจ้าบ้านเพื่อดึงดูดผู้ที่มีความสามารถในท้องถิ่นมาร่วมทำงานด้วย เนื่องจากการจ้างพนักงานท้องถิ่นนั้นมีความคุ้มค่าที่ต่ำกว่าจ้างพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) โดยบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในไทยมักส่งพนักงานชาวไทยไปยังต่างประเทศเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เช่น มีการทำสัญญาแบบเป็นโครงการ ๆ ไป (Wailerdasak, 2013) บริษัทข้ามชาติ (MNEs) จากประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ควรนำมาปรับใช้และเตรียมพร้อมเข้าสู่การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้วยเช่นกัน

บริษัทกรณีศึกษาหลายบริษัทมีการใช้แรงงานต่างด้าวอย่างถูกกฎหมาย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ส่วนใหญ่ก็ยังใช้แรงงานไทยอยู่ ก็ถือว่าแรงงานไทยก็ยังไม่ได้ขาดแคลนสำหรับอุตสาหกรรมยางพารา การ

แข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งแรงงานที่มีคุณภาพก่อนข้างรุนแรง คนงานมีสิทธิ์เลือกได้ สิ่งที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราควรจะดำเนินการคือ การสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล โดยเน้นการให้สวัสดิการ เช่น ให้ที่พักอาศัย สวัสดิการด้านสุขภาพที่ดีและมากกว่าบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ ในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกัน ประกอบกับสร้างนโยบายเกี่ยวกับชุมชน โดยการเข้ามีส่วนร่วมในงาน และช่วยเหลือในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนที่สถานประกอบการตั้งอยู่ อีกประการหนึ่งคือ การเปิดโอกาสให้ลูกหลาน เครือญาติของพนักงานบริษัทได้รับสิทธิในการสมัครเข้าทำงานร่วมกับบริษัท เน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลให้เข้ากับวัฒนธรรมไทยที่เป็นแบบครอบครัว ถ้อยทีถ้อยอาศัย ไม่เหมือนกับว่าเป็นนายจ้างกับลูกจ้าง มีการพบปะพูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการ เทคนิคการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลแบบที่กล่าวข้างต้นควรมีการประยุกต์ใช้กับพนักงานข้ามชาติด้วย

หนึ่งในนโยบายที่ขาดไม่ได้สำหรับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบรรดาบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในต่างประเทศคือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นสากล พนักงานข้ามชาติ (Expatriates) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะสร้างข้อได้เปรียบให้กับบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ดังนั้นการคัดเลือกพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) จึงยากกว่าการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ทั่วไปที่ทำงานในท้องถิ่น เพราะแม้แต่ผู้สมัครที่ดีที่สุดก็อาจล้มเหลวในการเป็นทำงาน เนื่องจากงานดังกล่าวจะได้รับการท้าทายอย่างรุนแรงไม่ว่าจะเป็นในที่ทำงานหรือในชุมชนที่ไปอยู่อาศัยเพื่อทำงาน ประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ การวางแผนทางวิชาชีพและการส่งกลับบ้านเกิด เจ้าหน้าที่มักรู้สึกโศกเศร้าเกี่ยวกับความไม่ชัดเจนในการส่งกลับบ้านเกิด รวมไปถึงบทบาทใหม่ในบริษัททั้งก่อนและหลังจากการเป็นพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) หรือแม้กระทั่งกังวลเกี่ยวกับความก้าวหน้าของตนในบริษัท ไม่ใช่เรื่องแปลกที่หลังจากกลับสู่บ้านเกิดแล้วพนักงานข้ามชาติ (Expatriates) เหล่านี้ จะพบว่า ไม่มีตำแหน่งเหลืออยู่สำหรับพวกเขาหรือเมื่อกลับไปก็ไม่รู้จักเพื่อนในที่ทำงานที่สามารถให้ความช่วยเหลือกันได้ ความแปลกแยกดังกล่าวได้สร้างปัญหาอย่างมากให้กับการทำงานในบริษัทข้ามชาติ (MNEs) แนวทางการแก้ปัญหาหนึ่งของประเด็นนี้คือการมอบค่าชดเชยด้านความลำบากที่เกิดจากความโดดเดี่ยวทางกายภาพ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา สภาพอากาศที่แตกต่างกันไป ความไม่มั่นคงทางการเมือง ความหวาดกลัวด้านสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น (ซึ่งมักอยู่ที่ 0-35% ของฐานเงินเดือน) อีกตัวอย่างหนึ่งของแนวทางการแก้ปัญหาด้านนี้คือการที่ SCG อนุญาตให้พนักงานข้ามชาติ (Expatriates) ที่ทำงานอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนกลับมายังประเทศไทยเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ แปรครึ่งต่อปี โดยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะอยู่ความรับผิดชอบของบริษัท (Wailersak, 2013) ในขณะเดียวกัน การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ทำงานในท้องถิ่นก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของเทคโนโลยีหรือภาษาอังกฤษ

## 2. การปรับกลยุทธ์ด้านการขยายตัวสู่ต่างประเทศ

ส่วนในมุมมองด้านการบริหารอุตสาหกรรมและการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (MNEs) จะต้องมองหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ราคาถูก ฐานผลิตใหม่ ๆ สำหรับผลิตและประกอบชิ้นส่วนสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายถูกลง และแหล่งที่มาของทรัพยากรสิ้นและทักษะใหม่ ๆ ในการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ส่วนใหญ่ก็ยังไม่เผยแพร่เทคนิคการบริหารหรือเทคโนโลยีเฉพาะทางของบริษัทในท้องถิ่นไปยังประเทศเจ้าบ้าน นอกเหนือจากนี้ 51% ของสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ประเทศญี่ปุ่นที่ผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มักถูกขายไปยังที่อื่น นี่ชี้ให้เห็นว่า ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็ถือเป็นฐานกำลังผลิตร่วมที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ทั้งหมด (Cheewatrakoolpong et al., 2013) การไปลงทุนหรือมีฐานผลิตนอกประเทศยังช่วยให้บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ในประเทศกำลังพัฒนาลดทอนความเสี่ยงที่มีต่อการพึ่งพาดตลาดในประเทศที่มากเกินไปได้อีกด้วย

บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอุตสาหกรรมยางพาราที่มีตลาดหลักอยู่ในบางประเทศเท่านั้น เช่น ประเทศจีน จะต้องมีการขยายตลาดส่งออกเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นเพื่อกระจายความเสี่ยง และลดข้อด้อยในการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป และเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งที่สามารถเจาะตลาดประเทศอื่น ๆ แถบยุโรป อเมริกา อเมริกาใต้ บริษัทข้ามชาติเอเชียควรจะดำเนินโครงการกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อจะเจาะฐานลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ยังขาดไป เพื่อเพิ่มยอดขายและผลกำไรให้เพิ่มมากขึ้นในหลาย ๆ ประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียน ที่มีศักยภาพในการบริโภคค่อนข้างสูง

ในการที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมยางพาราจะต้องมีความสามารถในการผลิต และมีขนาดกิจการที่ใหญ่ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิต และเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองทางด้านวัตถุดิบและทางด้านการขาย สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความได้เปรียบด้านการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ส่วนกลยุทธ์การลงทุนในต่างประเทศสำหรับบริษัทข้ามชาติซึ่งผลิตสินค้ายางพาราขึ้นกลางควรเน้นขยายการลงทุนในประเทศพม่า เวียดนาม และอินโดนีเซีย เนื่องจากมีวัตถุดิบมากและต้นทุนในการผลิตต่ำ อีกทั้งค่าแรงและราคาวัตถุดิบยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน สำหรับบริษัทข้ามชาติที่ต้องการผลิตสินค้าขึ้นปลายควรลงทุนในประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งทรัพยากรบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมยางพาราขึ้นปลายในฐานะผู้ผลิตสินค้ายางพาราชั้นนำของโลก

ยกตัวอย่าง เช่น ถูมือ การขยายตัวสู่ต่างประเทศไปยังสิงคโปร์นั้นเหมาะสำหรับกิจกรรมด้านการค้าและกระจายสินค้า เพราะสิงคโปร์ก็ยังเป็นฐานของอุตสาหกรรมยางพารา เพราะฉะนั้นผู้ซื้อผู้ขายจะตั้งบริษัทในสิงคโปร์ค่อนข้างมาก เช่น Good Year Michelin หรือว่า Bridge Stone ก็มีศูนย์การจัดซื้อ (procurement center) ตั้งอยู่ที่สิงคโปร์ เพราะว่าในแง่เชิงกลยุทธ์แล้ว ประเทศสิงคโปร์อยู่ในจุดภูมิศาสตร์ที่ดี ค่าใช้จ่ายใน



การดำเนินธุรกิจไม่สูงมาก ภาครัฐมีนโยบายอำนวยความสะดวกสำหรับนักลงทุนต่างประเทศ ทำให้เกิดความคล่องตัวในการประกอบกิจการ

หลาย ๆ ประเทศได้ก่อตั้งเขตอุตสาหกรรมส่งออกเพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ โดยเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) ได้รับการนิยามว่าเป็น เขตอุตสาหกรรมที่มีสิ่งแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกอันเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อให้บริษัทต่างๆสามารถส่งออกผลผลิตจำนวนขึ้นต่ำออกไปได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานจำนวนมากให้กับประชาชนอีกด้วย (โดยมักมีอัตราการจ้างงานใน EPZs เท่ากับ 20% ของอัตราการจ้างงานโดยรวมในประเทศ เช่น คนงาน 18 ล้านคนในจีน 200,000 คนในมาเลเซีย และ 460,000 คนในฟิลิปปินส์) เรามักพบ เขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) ในประเทศที่มีจำนวนแรงงานสูง กิจกรรมส่วนใหญ่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) มักประกอบด้วย การผลิตที่เน้นแรงงานและการส่งออกที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงนัก เช่น อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอ อาหาร และประกอบชิ้นส่วนสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถเรียนรู้ทักษะในการทำงานจากการทำงานเข้าไปซ้ำมาโดยไม่จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมมากนัก โดยประเทศเพื่อนบ้านอย่าง มาเลเซีย และสิงคโปร์ได้ประสบความสำเร็จในการใช้เขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) เป็นบันไดสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการผลิตและส่งเสริมเศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่า ยอดการผลิตเพื่อส่งออกจะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว รายงานส่วนใหญ่พบว่า เขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) ยังมีปัญหาอยู่บ้างในด้านการดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ที่ต้องใช้ทักษะในการผลิตขั้นสูง และเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) จะประสบความสำเร็จในขั้นแรกได้นั้น จำต้องมีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ความมั่นคงทางการเมือง และการเปิดเสรีทางการค้าในระดับหนึ่ง (OECD, 2001)

เช่นเดียวกัน หลาย ๆ ประเทศเองก็เลือกที่จะก่อตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZs) เช่น ในอาร์เมเนีย เบลารุส และหมู่เกาะเคย์แมน เพื่อสร้างรวมบริการทางการค้าไว้ในแห่งเดียวเพื่อดึงดูดและอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนหรือส่งเสริมการลงทุนนอกประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ในปากีสถาน ได้มีการออกพระราชบัญญัติเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่อนุญาตให้มีการก่อตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZs) ในพื้นที่ส่วนไหนก็ได้ในประเทศ โดยใช้พื้นที่ขั้นต่ำคือ 50 เฮกเตอร์ และมีมาตรการทางภาษีพิเศษสำหรับนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศในพื้นที่เขตเหล่านั้น (UNCTAD, 2013) นี้ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่ดีที่สุดในช่วง 2012-2013 โดยพม่าเองก็ได้เตรียมเปิดตัวเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZs) ในทวายมาเป็นระยะเวลานานพอสมควรแล้วเช่นกัน

บริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ควรจะปรับกลยุทธ์การขยายตัวสู่ต่างประเทศ โดยการออกไปลงทุนในเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZs) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ประเทศพม่า มาเลเซีย ไทย จีน สิงคโปร์เพื่อใช้ประโยชน์ทางภาษีและมีใช้ภาวณอย่างเต็มที่ และเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

### 3. ส่งเสริมนโยบายการแข่งขันเสรี

นโยบายการแข่งขันนับว่าเป็นเครื่องมือทางระเบียบเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างมากในการบริหารการค้าในระดับสากลที่ได้รับผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์และการเปิดเสรีทางการค้า เป็นที่ชัดเจนว่า การดำเนินธุรกิจ ในสภาพที่ขาดการแข่งขันสามารถส่งผลกระทบเชิงลบต่อการค้าทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออกสินค้า สำหรับประเทศกำลังพัฒนา (OECD, 2006) Singh (2002) ได้กล่าวไว้ว่า ประเทศกำลังพัฒนาอย่างเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ไม่จำเป็นต้องเลียนแบบนโยบายการแข่งขันของประเทศที่พัฒนาแล้ว หากแต่ควรพัฒนานโยบายที่ลดพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อการสภาพแวดล้อมการแข่งขันของบริษัทใหญ่ในประเทศ ลดการแสวงหาประโยชน์แต่ฝ่ายเดียวของเหล่ายักษ์ใหญ่ในเศรษฐกิจที่ถือเอกลิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Monopolies) โดยการรวมตัวระหว่างประเทศ และส่งเสริมการพัฒนาโดยรวม ทั้งนี้ เพราะการขาดการแข่งขันจะเอื้อต่อการแสวงหาประโยชน์สูงสุดของบริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้น (อ้างอิงโดย Shilimela, 2008)

บริษัทข้ามชาติ (MNEs) สามารถเพิ่มอัตราการแข่งขันได้โดยการกำหนดราคา การประมูลอย่างลับ ๆ การกำหนดโควตาในการผลิต การแบ่งพื้นที่ในตลาดโดยการกระจายลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย เขตแดนทางการค้า หรือ สร้างไลน์สินค้าให้แตกต่างกัน นอกจากนี้ บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ก็ควรที่จะดำเนินธุรกิจในลักษณะที่สอดคล้องกับบทกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันต่าง ๆ และส่งเสริมจิตสาธารณะในหมู่เจ้าหน้าที่พนักงานในเรื่องของความสำคัญของนโยบายการแข่งขัน ทั้งนี้เพื่อสร้างสวัสดิการสังคมและการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่ดีจะเป็นรางวัลให้กับบริษัทที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเอง บริษัทข้ามชาติ (MNEs) ควรให้ข้อมูลและคำแนะนำต่อทางภาครัฐหากมีบทกฎหมายหรือนโยบายใดที่ลดประสิทธิภาพของบริษัทหรือส่งผลกระทบเชิงลบต่อการแข่งขันในตลาด (OECD, 2008)

ภาคผนวก

กิจกรรม (activities)	ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ (outputs)	ผลสำเร็จ	ตอบสนอง วัตถุประสงค์ข้อที่
1. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ข้อมูลด้านนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทยและนโยบายการค้าและลงทุนเสรีระดับภูมิภาค รวมทั้งการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย	1. ได้กรอบแนวความคิดและข้อมูลนโยบายการลงทุนของไทยและการค้าและการลงทุนเสรีระดับภูมิภาคที่เป็นปัจจุบัน รวมทั้งได้กรอบแนวความคิดและข้อมูลการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียที่เป็นปัจจุบัน	100 %	1
2. ดำเนินการจัดสร้างฐานข้อมูล และวิธีการจัดเก็บ รวมทั้งออกแบบคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) และแบบสอบถาม	2. ได้ฐานข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้ ในโครงการวิจัย และวิธีการจัดเก็บที่เหมาะสม รวมทั้งได้ตัวร่างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) และแบบสอบถาม	100%	1
3. รวบรวมข้อมูลรายบริษัทของบริษัทข้ามชาติกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการทำ pilot project และทดสอบเครื่องมือในการวิจัยทั้งคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม	3. ได้ข้อมูลกรณีศึกษารายบริษัทในเรื่องการลงทุนต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวบรวมหลักฐานเชิงประจักษ์ของการตอบสนองที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทยและการรวมตัวทางเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ ข้อดี ปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทยในปัจจุบัน	100%	1 และ 2

กิจกรรม (activities)	ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ (outputs)	ผลสำเร็จ	ตอบสนอง วัตถุประสงค์ข้อที่
	4. ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบปัจจัยเฉพาะระดับประเทศของ ประเทศอื่น ๆ เช่น มาเลเซีย	100%	1 และ 2
1. รวบรวมข้อมูลรายบริษัทของบริษัทข้ามชาติกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการทำ pilot project (เก็บข้อมูลต่อ/เพิ่มเติม)	1. ได้ข้อมูลกรณีศึกษารายบริษัทในเรื่องการลงทุน ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชีย รวบรวมหลักฐานเชิง ประจักษ์ของการตอบสนองที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ ต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุนของไทยและการรวมตัวทาง เศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งระบุปัจจัย เฉพาะระดับประเทศและปัจจัยเฉพาะระดับบริษัทที่สำคัญ ข้อดี ปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการลงทุนระหว่าง ประเทศของไทยในปัจจุบัน อีกทั้ง ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยเฉพาะระดับประเทศของประเทศอื่น ๆ เช่น มาเลเซีย	100%	1 และ 2
2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้	2. ได้องค์ความรู้ในเรื่องการเปลี่ยนแปลง บทบาทและ ผลกระทบของปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ (Country-Specific Factors) และปัจจัยเฉพาะระดับบริษัท (Firm-Specific Factors) เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางทบทวนกฎ ระเบียบ และนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศแบบบูรณา การในอุตสาหกรรมยางพาราของไทย	100%	3

กิจกรรม (activities)	ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ (outputs)	ผลสำเร็จ	ตอบสนอง วัตถุประสงค์ข้อที่
3. การพัฒนาและเสนอคำแนะนำเชิงนโยบายแก่ผู้กำหนดนโยบาย	3. ได้คำแนะนำเชิงนโยบายแก่ผู้กำหนดนโยบายของไทย	100%	ทุกข้อ
4. ทบทวนตัวร่างรายงานผลการวิจัยและปรับปรุงให้ดีขึ้น	4. ได้รายงานผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	100%	ทุกข้อ

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ของโครงการ

“แนวทางการสนับสนุนด้านการลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพาราไทย” สัญญาเลขที่ RDG5550102

โดยมี ดร.นิภาวรรณ ธีราวัฒน์ เป็นหัวหน้าโครงการ

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p><b><u>ความเห็นด้านการพิมพ์ (Editorial)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตรวจสอบตัวสะกดให้มากขึ้น บางตัวสะกดผิด</li> <li>- อักษรย่อภาษาอังกฤษบางครั้งไม่มีตัวเต็ม มีเฉพาะตัวย่อ จึงไม่รู้ว่าย่อมาจากอะไร</li> <li>- ควรตรวจสอบคำผิด “จากภาพ” “จากรูป” และ “จากตาราง” เช่น</li> <li>- หน้า 59 “จากรูปที่ 4.3” ควรเป็น “จากตารางที่ 4.3”</li> <li>- หน้า 60 “จากรูปที่ 4.6” ควรเป็น “จากภาพที่ 4.6”</li> <li>- ตารางที่ 4.6 หน้า 71 ควรจัดเรียงตัวเลขในตารางใหม่โดยจัดชิดทางด้านขวามือ เพื่อง่ายต่อการอ่าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตรวจสอบตัวสะกดของรายงานทั้งฉบับ</li> <li>- เพิ่มตัวเต็มของคำศัพท์ภาษาอังกฤษของรายงานทั้งฉบับ</li> <li>- ได้ดำเนินการตรวจสอบคำผิดของรายงานทั้งฉบับ และดำเนินการแก้ไขในส่วนต่าง ๆ รวมทั้งที่ปรากฏในหน้า 59 และ 60 (ตามร่างรายงานที่เคยส่งไป) อย่างไรก็ตาม เลขหน้าและจำนวนหน้าทั้งหมดของรายงานฉบับสมบูรณ์มีการเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก เนื่องจากแก้ไขในเกือบทุกบท</li> <li>- ได้แก้ไขตารางที่ 4.6 ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว</li> </ul>
<p><b><u>ความเห็นด้านวิชาการ (Technical)</u></b></p> <p><b><u>ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1</u></b></p> <p>1. คุณภาพของร่างรายงานฉบับสมบูรณ์</p> <p>1.1 การลำดับเนื้อหาภาคบรรยายยังสับสน</p> <p>1.2 ความเป็นขั้นตอนน้อย บางครั้งสับสน เนื้อหาวกวน ตารางข้อมูลดูได้แต่กราฟ (ทั้งกราฟแท่งและกราฟเส้น) เมื่อไม่เป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจน โดยเฉพาะมี</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1.1 และ 1.2 ได้แก้ไขร่างรายงานทั้งเล่มตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วและได้ส่งไฟล์มาทั้ง 2 รูปแบบคือแบบที่ Tracking Changes เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลง การแก้ไขในบทต่าง ๆ รวมทั้งส่งไฟล์เอกสารแบบที่เสร็จสมบูรณ์สำหรับเพื่อพิจารณา</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>หลายๆ เส้น (แท่ง) ดูไม่ออก ควรใช้สัญลักษณ์ใส่ในแต่ละเส้น (แท่ง) เพื่อให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน</p> <p>1.3 การวิเคราะห์ให้เหตุผลในลักษณะของปริมาณผลผลิต, มูลค่าของผลิตภัณฑ์ส่งออก และมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งจะโยงไปถึงการส่งเสริมการลงทุนเพื่อทดแทนลดการนำเข้าแต่ติดปัญหาด้านกฎระเบียบ แรงงาน และความมีเสถียรภาพทางการเมือง</p> <p>2. ไม่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์ได้ เนื่องจาก การสรุปประเด็นไม่ชัดเจน และไม่เห็นการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประเทศที่จะลงทุนทั้งหมดเพื่อให้เห็นว่าควรลงทุนในประเทศใดมากที่สุด แต่ข้อได้เปรียบเสียเปรียบมีความแตกต่างกันด้านวัตถุดิบ แรงงาน การส่งเสริมการลงทุน และนโยบายของแต่ละประเทศแตกต่างกัน ข้อสรุปควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำไปใช้ได้</p> <p><u>ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2</u></p> <p>1. การรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลวัตถุดิบควรมีการวิเคราะห์/สังเคราะห์แยกเฉพาะอุตสาหกรรมด้วย</p> <p>2. ทำไม่ครบถ้วน โดยขาดการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อ 1 และข้อ 2 ซึ่งผลการศึกษาในบทที่ 4 แสดงไว้เฉพาะคำตอบที่ให้สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในประเด็นของการระบุปัจจัยเฉพาะระดับประเทศ และระดับบริษัทที่มีต่อการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งคำแนะนำ และแนวทางสนับสนุนในบทที่ 5</p> <p>3. คุณภาพของร่างรายงานฉบับสมบูรณ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1.2 ได้ดำเนินการจัดพิมพ์เอกสารเฉพาะหน้าที่มีกราฟแท่งและกราฟเส้นเป็นแบบสี เพื่อให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน</li> <li>- 1.3 เห็นด้วย</li> <li>- ได้ดำเนินการแก้ไขในบทที่ 5 (หน้า 152-174) ดังรายละเอียดปรากฏในไฟล์แบบที่ Tracking Changes ทั้งนี้เลขหน้าในไฟล์อาจไม่ตรงกันกับตัวร่างสุดท้ายที่ส่งให้พิจารณาในไฟล์ที่ไม่มีการใช้ Tracking Changes Tool</li> <li>- ได้ดำเนินการเพิ่มเติมการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และ 5</li> <li>- ได้แก้ไขตัวร่างตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิในบทที่ 4 และ 5</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>3.1 เนื้อหาไม่ครบถ้วนในหลายส่วน ได้แก่</p> <p>3.1.1 ขอบเขตงานวิจัยที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์แต่ละข้อ</p> <p>3.1.2 ความไม่ชัดเจนของหลักการและเหตุผลว่าทำไมถึงต้องศึกษาเรื่องนี้</p> <p>3.1.3 ขาดการนำเสนอกรอบแนวคิดของการศึกษา วิธีการ และขั้นตอนการศึกษาเพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่ต้องทำว่าจะไปทิศทางไหน มีความเชื่อมโยงกันอย่างไร</p> <p>3.1.4 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นลักษณะของการรวบรวมข้อมูลมากกว่าการอ้างอิงผลการศึกษานานๆ ที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในการสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้</p> <p>3.1.5 ผลการศึกษาไม่ได้แสดงออกมาตามวิธีการศึกษา แล้วนำมาสรุปผลในรูปของการตอบโจทย์วัตถุประสงค์ในแต่ละข้อตามลำดับ</p> <p>3.1.6 คำแนะนำในบทที่ 5 ควรเป็นบทสรุปและข้อเสนอแนะ ที่ให้เห็นภาพตั้งแต่ปัญหาคืออะไร ใช้เครื่องมืออะไรในการแก้ไขปัญหา แก้ไขได้หรือไม่ อย่างไร มีข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบาย และในเชิงปฏิบัติอย่างไรบ้าง แยกหมวดหมู่ให้ชัดเจนในแต่ละประเด็นปัญหา</p> <p>3.2 รูปแบบการรายงาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ดำเนินการแก้ไขในบทที่ 1 และบทที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- ได้อธิบายเพิ่มเติมในบทที่ 1</li> <li>- ได้นำเสนอกรอบแนวคิดของการศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2 และแก้ไขบทที่ 3 ทั้งหมด โดยเพิ่มรายละเอียดวิธีการ ขั้นตอนการศึกษาตามคำแนะนำ</li> <li>- ได้เขียนบทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมเพิ่มจากเดิม โดยอ้างอิงผลการศึกษานาน ๆ ที่นำมาใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งเสนอกรอบแนวคิด ทำบทที่ 2</li> <li>- ผลการศึกษาที่ได้สามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ครบทุกข้อ</li> <li>- ได้ดำเนินการแก้ไขโดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับภาครัฐและข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับภาคเอกชน</li> <li>- ได้มีการปรับเปลี่ยนหัวข้อบางหัวข้อใหม่</li> </ul>



ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>3.2.1 การกำหนดหัวข้อไม่สื่อถึงเนื้อหาที่นำเสนอ</p> <p>3.2.2 การใช้ตารางกับรูปภาพที่เป็นข้อมูลเดียวกันควรจัดวางไว้ใกล้เคียงกัน และให้อ้างอิงถึงกัน รวมทั้งการใช้เลขแสดงปี จะเป็นพ.ศ. หรือ ค.ศ. ควรเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูล</p> <p>3.2.3 หัวข้อกับเนื้อความ หรือหัวข้อตารางกับตาราง หรือหัวข้อภาพประกอบกับภาพประกอบควรอยู่ในหน้าเดียวกัน</p> <p>3.2.4 การนำเสนอผลการสัมภาษณ์ควรแสดงสรุปออกมาในรูปตารางแยกแต่ละหัวข้อ เพื่อง่ายต่อการประมวลและนำมาใช้ในการวิเคราะห์ รวมทั้งให้เห็นภาพความแตกต่าง และความเหมือนของความเห็นของกลุ่มเป้าหมายแต่ละราย แต่ละประเทศ</p> <p>3.3 การวิเคราะห์ – สังเคราะห์ข้อมูล</p> <p>3.3.1 โครงการนี้ส่วนใหญ่เป็นเพียงการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดทุกข้อมู และปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์</p> <p>3.3.2 ขาดการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้เป็นความรู้ โดยเฉพาะในบทที่ 1 และบทที่ 2</p>	<p>- ได้ดำเนินการแก้ไขตามที่ท่านผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำมาในทุกประเด็นตาม 3.2 และข้อย่อย</p> <p>- เห็นด้วยกับท่านผู้ทรงคุณวุฒิ การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาแบบ Case Study Method โดยอาศัยเครื่องมือคือ การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</p> <p>- การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในบทที่ 4 และ 5 ส่วนบทที่ 2 นั้นได้มีการเพิ่มเติมวรรณกรรม งานวิจัยจำนวนมากขึ้น และเพิ่มการวิเคราะห์ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้เห็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ในหัวข้อที่ศึกษา และช่องว่างการวิจัย</p>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>3.3.3 ไม่ได้ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่เป็นตรรกะ หรือตอบ วัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจนตั้งแต่หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา การวิเคราะห์และ สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ และข้อเสนอแนะใน เชิงนโยบาย</p> <p>3.3.4 นักวิจัยยังไม่จำแนกการศึกษาชัดเจนระหว่างการลงทุนระหว่าง ประเทศสำหรับยางพาราที่เป็นสินค้าเกษตรขั้นต้น และ อุตสาหกรรมยางพาราซึ่งเป็นสินค้าขั้นกลาง และขั้นปลาย ซึ่งต้อง ศึกษาแต่ละขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่าให้สอดคล้องกับประเด็นความ ต้องการของบริษัทลงทุนที่เข้ามาในประเทศ (IFDI) และที่จะไป ลงทุนประเทศอื่นๆ (OFDI) และจะนำมาสู่การกำหนดปัจจัยที่ ส่งผลกระทบ ทำให้ปัจจัยที่ใช้ขาดความครบถ้วน และถูกต้อง</p> <p>3.3.5 ปัจจัยที่ใช้ดูผลกระทบควรประกอบทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัย ภายนอก รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ควรดำเนินการทั้งใน ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในแง่บวก และแง่ลบ ซึ่งจะทำให้การหา แนวทางจะมีทั้งที่เป็นการแก้ไข และการส่งเสริมที่ครบถ้วนและ สมบูรณ์</p> <p>3.4 ความแม่นยำถูกต้องของข้อมูล</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะในทุกบท รวมทั้งเพิ่มกรอบแนวคิด ของการศึกษาบทบาทและผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้า และมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่อการขยายตัวผู้ต่างประเทศ ของบริษัทข้ามชาติในบทที่ 2</li> <li>- มีการเพิ่มเติมการวิเคราะห์สำหรับการเลือกลงทุนในกิจกรรมที่ เพิ่มมูลค่าสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แต่งานวิจัยนี้มีขอบเขตหลัก ๆ อยู่ที่ศึกษาบริษัทข้ามชาติที่ผลิตสินค้ายางพาราขั้นปลายเป็น หลัก</li> <li>- ได้เพิ่มการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และ 5</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>3.4.1 ข้อมูลบางส่วนที่นำเสนอในรายงานไม่ได้สื่ออะไรที่เกี่ยวข้องกับการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ เช่น ตารางที่ 2.1 เป็นต้น</p> <p>3.4.2 กรณีข้อมูลที่มาจาก 2 แหล่งข้อมูล นักวิจัยต้องให้ความเห็นสรุปถึงข้อมูลที่คิดว่าตรงและแม่นยำกว่าสำหรับนำมาใช้วิเคราะห์</p> <p>3.4.3 ข้อมูลทุกข้อมูมีส่วนใหญ่ที่ใช้ในการอ้างอิงไม่ใช่ข้อมูลเฉพาะอุตสาหกรรมยางพารา แต่มักจะเป็นข้อมูลรายการใหญ่ที่อุตสาหกรรมยางพาราเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น เช่น เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าเกษตร เป็นรายการที่รวมอุตสาหกรรมพลาสติกด้วย เป็นต้น ซึ่งการนำมาใช้วิเคราะห์ นักวิจัยอาจต้องหาเกณฑ์มาแบ่งตัวเลขที่น่าจะเป็นไปได้เฉพาะกรณีของอุตสาหกรรมยางพารา เพื่อให้เกิดความแม่นยำมากขึ้น</p> <p>4. รายงานยังไม่สมบูรณ์ ควรแก้ไข</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงการลงทุนจากต่างประเทศที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมจาก BOI ปีพ.ศ.2513-2555 ซึ่งกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ จัดเป็นหนึ่งในกิจการประเภทเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตรจึงนำมารวมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย</li> <li>- ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นการเก็บข้อมูลระดับบริษัท (จุลภาค) สำหรับข้อมูลที่ได้จากธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นเป็นข้อมูลระดับมหภาค ทั้งสองแหล่งข้อมูลใช้วิเคราะห์ได้แม่นยำทั้งคู่ แต่หน่วยของการวิเคราะห์อาจแตกต่างกันไป ต้องใช้คู่กัน</li> <li>- ข้อมูลจากทั้งสองหน่วยงานข้างต้นมีข้อจำกัด เจ้าหน้าที่จากทั้ง BOI และธนาคารแห่งประเทศไทย ได้จัดทำข้อมูลชุดที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้ให้เป็นกรณีพิเศษ แต่ไม่สามารถแยกย่อยลงตามข้อเสนอแนะได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเทคนิคและการจัดกลุ่มประเภทข้อมูล</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>4.1 รูปแบบการนำเสนอ</p> <p>4.1.1 ข้อความที่เป็นหัวข้อในแต่ละหัวข้อต้องสื่อให้เห็นสรุปของเนื้อหาที่ตามมา</p> <p>4.1.2 ควรเพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละรูปภาพหรือตารางมากกว่า เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลและต้องสอดคล้องกันระหว่างข้อมูลและเนื้อหา</p> <p>4.1.3 ไม่ควรนำตารางหรือรูปภาพข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ยางพาราโดยตรงมานำเสนอเพราะจะทำให้สับสนและถ้าข้อมูลมีแหล่งที่มามากกว่า 1 แหล่ง ควรสรุปให้เห็นว่าแหล่งไหนที่มีความน่าเชื่อถือ และจะนำมาใช้ในการศึกษา</p> <p>4.1.4 ในแต่ละบทควรมี Paragraph นำถึงเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละบท เช่น วิธีการศึกษาในบทที่ 3 ควรมีคำอธิบายก่อนว่าจะพูดถึงวิธีการศึกษาในขอบเขตอะไรบ้าง และในแต่ละวิธีใช้เครื่องมืออะไร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการปรับแก้ในบทที่ 3 4 และ 5 แล้ว</li> <li>- เห็นด้วยตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอ</li> <li>- ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นการเก็บข้อมูลระดับบริษัท (จุลภาค) สำหรับข้อมูลที่ได้จากธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นเป็นข้อมูลระดับมหภาค ทั้งสองแหล่งข้อมูลใช้วิเคราะห์ได้แม่นยำทั้งคู่ แต่หน่วยของการวิเคราะห์อาจแตกต่างกันไป ต้องใช้คู่กัน</li> <li>- ข้อมูลจากทั้งสองหน่วยงานข้างต้นมีข้อจำกัด เจ้าหน้าที่จากทั้ง BOI และธนาคารแห่งประเทศไทย ได้จัดทำข้อมูลชุดที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้ให้เป็นกรณีพิเศษ แต่ไม่สามารถแยกย่อยลงตามข้อเสนอแนะได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเทคนิคและการจัดกลุ่มประเภทข้อมูล</li> <li>- มีการปรับแก้ในทุกบทแล้ว โดยการเขียน Paragraph นำ</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>โดยทั่วไปจะสอดคล้องกับขอบเขตการศึกษา หรือขั้นตอนการวิจัย ซึ่งต้องมีความชัดเจน เพื่อนำมาสู่วิธีการศึกษา และการเลือกเครื่องมือที่ใช้ เป็นต้น</p> <p>4.1.5 ในหัวข้อ 3.2 ไม่ควรใช้ชื่อว่ากระบวนการวิจัย เนื่องจากเป็นวิธีการในการรวบรวมข้อมูลทั้งจากการไปสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย และการเข้าร่วมประชุมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิธีการศึกษาในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล</p> <p>4.1.6 ผลการศึกษาในบทที่ 4 ควรนำเสนอแยกตามเครื่องมือที่ใช้ หรือตามวัตถุประสงค์ โดยบทที่ 5 มีบทสรุปก่อนที่จะเป็นข้อเสนอแนะ (เปลี่ยนชื่อบทเป็น “สรุปและข้อเสนอแนะ” โดยมีการจัดกลุ่มข้อเสนอแนะเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ)</p> <p>4.2 เนื้อหาในการวิจัย</p> <p>4.2.1 เพิ่มกรอบแนวคิดของการวิจัยที่แสดงให้เห็นภาพรวมของโครงการทั้งหมด และขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ</p> <p>4.2.2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ไม่ใช่เป็นการนำเสนอข้อมูล แต่ควรสรุปข้อมูลแต่ละส่วนออกมาในลักษณะเปรียบเทียบเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาในบทที่ 4 เช่น สิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุนในกิจการยางพาราระหว่าง</p>	<p>- มีการปรับแก้ในบทที่ 3</p> <p>- มีการปรับแก้ในบทที่ 4 และ 5 แล้ว</p> <p>- ได้เพิ่มกรอบแนวคิดของการวิจัยท้ายบทที่ 2 แล้ว</p> <p>- ได้ดำเนินการแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ โดยการเพิ่มเติมวรรณกรรม งานวิจัยจำนวนมากขึ้น และเพิ่มการวิเคราะห์ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้เห็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ในหัวข้อที่ศึกษา และช่องว่างการวิจัย รวมทั้งเพิ่มกรอบแนวคิดของการศึกษาบทบาทและผลกระทบของการเปิด</p>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>เขตส่งผลอย่างไร และระหว่างประเทศเป็นอย่างไร ก่อให้เกิดผลลบหรือผลบวกต่อการลงทุนระหว่างประเทศทั้งเข้าและออกอย่างไร</p> <p>4.2.3 นักวิจัยได้สรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนระหว่างประเทศ (ตารางที่ 2.13) ทั้งที่เป็นปัจจัยเอื้อและไม่เอื้อต่อการลงทุนจากการทบทวนผลการศึกษาซึ่งคงต้องนำปัจจัยเหล่านี้ประมวลร่วมกับผลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มากำหนดเป็นปัจจัยสำหรับวิเคราะห์ผลกระทบในบทที่ 4 (ซึ่งไม่ได้มีบอกมาจากไหน อย่างไร)</p>	<p>เสรีทางการค้าและมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่อการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในบทที่ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลที่ได้รับจากการศึกษานำเสนอเฉพาะปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและระดับบริษัทที่สำคัญที่สุด (อันดับต้น ๆ) ต่อการขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฉะนั้นปัจจัยที่บริษัทส่วนใหญ่ (เกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรณีศึกษาทั้งหมด) ระบุว่าส่งผลกระทบต่อการลงทุนระหว่างประเทศ จะถูกนำมาวิเคราะห์และเขียนเปรียบเทียบระหว่างกันให้เห็นถึงความเหมือนและความต่าง</li> </ul>
<p>4.2.4 ช่องว่างการวิจัยที่นักวิจัยสรุปมาน่าจะเป็นส่วนหนึ่งของการนำไปอ้างอิงในหลักการและเหตุผล ในขณะที่เนื้อหาของข้อสรุปช่องว่างการวิจัยขาดสาระสำคัญที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้ในการวิเคราะห์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้มีการแก้ไขตามโดยย้ายช่องว่างการวิจัยไปอยู่ในบทที่ 1 ตามที่ท่านผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ</li> </ul>
<p>4.2.5 ควรเพิ่มคำอธิบายของที่มาของผลการศึกษาในบทที่ 4 ว่าวิเคราะห์มาจากอะไร (ทั้งข้อมูลและวิธีการศึกษา) ก่อนแยกออกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้เพิ่มคำอธิบายในบทที่ 4 แล้ว</li> </ul>
<p>4.2.6 ผลการศึกษาในบทที่ 4 แสดงไว้ชัดเจนถึงการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เท่านั้น ในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขยายตัวผู้ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียทั้งระดับประเทศและระดับ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้เขียนเพิ่มเติมในบทที่ 4 แล้ว เพิ่ม 4.4 – 4.7 และบทที่ 5</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>บริษัท ดังนั้นควรเพิ่มผลการศึกษาในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ต้องการรู้ผลกระทบและบทบาทของมาตรการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศของไทยรวมถึงนโยบายการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาคในการขยายตัวสู่ต่างประเทศ และการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในไทยและวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ต้องการให้มีการเสริมสร้างการรับรู้และตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการลงทุนระหว่างประเทศของไทยและนโยบายการค้าและการลงทุนของภูมิภาคอาเซียนและการปรับตัวของบริษัทข้ามชาติเอเชียและไทยในอุตสาหกรรมยางพารา</p> <p>4.2.7 การกำหนดปัจจัยเฉพาะที่ใช้สำหรับศึกษาทั้งในระดับประเทศและระดับบริษัท ไม่ได้บอกที่มาของปัจจัยเหล่านั้นอย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ</p> <p>4.2.7.1 ระดับประเทศ ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบทั้งบวกและลบน่าจะประกอบด้วยความเสี่ยงพหุของวัตถุดิบ (ซึ่งรวมเอาปริมาณวัตถุดิบ การส่งออก และการนำเข้า) อำนาจซื้อของคนในประเทศ ปัจจัยอื่นๆ เช่น ปริมาณและคุณภาพของแรงงาน ระบบการเงินและการธนาคาร ระบบภาษี มาตรการส่งเสริมการลงทุน ระบบโลจิสติกส์ ระบบสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต) การผ่อนคลายของกฎระเบียบต่างๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลที่ได้รับจากการศึกษานำเสนอเฉพาะปัจจัยเฉพาะระดับประเทศและระดับบริษัทที่สำคัญที่สุด (อันดับต้น ๆ) ต่อการขยายตัวสู่ต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฉะนั้นปัจจัยที่บริษัทส่วนใหญ่ (เกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรณีศึกษาทั้งหมด) ระบุว่าส่งผลกระทบต่อการลงทุนระหว่างประเทศ จะถูกนำมาวิเคราะห์และเขียนเปรียบเทียบระหว่างกันให้เห็นถึงความเหมือนและความต่าง</li> <li>- ปัจจัยระดับประเทศและระดับบริษัทที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอมาบางอันได้รวมอยู่ในรายงานแล้ว เช่น ระบบโลจิสติกส์ ระบบสาธารณูปโภค มาตรการส่งเสริมการลงทุน กลยุทธ์ทาง</li> </ul>

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	ตอบข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนักวิจัย
<p>เสถียรภาพทางการเมือง และภัยธรรมชาติ</p> <p>4.2.7.2 ระดับบริษัท หลักๆ ควรประกอบด้วย ความต้องการวัตถุดิบ นโยบายการขยายตลาด การหาแหล่งผลิตต้นทุนต่ำ และปัจจัยอื่นต่างๆ</p> <p>นอกจากนี้นักวิจัยสามารถใช้ประโยชน์จากตารางปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในบทที่ 2 มาประกอบ</p> <p>4.2.8 การตอบสนองต่อ AEC นักวิจัยใช้ข้อมูลจากการสอบถามบริษัทมาแล้วผู้กันฟังเท่านั้น ควรเพิ่มการวิเคราะห์หรือเรียบเรียงสรุปออกมาเป็นประเด็นหลักๆ จะเกิดประโยชน์มากกว่า</p> <p>4.2.9 ต้องมีบทสรุปในบทที่ 5 สำหรับข้อเสนอแนะ ควรจัดกลุ่มออกตามประเด็นหลักๆ ซึ่งอาจแบ่งออกเป็นในเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยบอกได้ว่าข้อเสนอแนะแต่ละประเด็นสามารถช่วยอะไรได้บ้าง</p>	<p>การตลาด ความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนและวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการปรับแก้ในหลาย ๆ ส่วนของรายงานตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ แต่โดยธรรมชาติของการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และวิธีการศึกษาแบบกรณีศึกษานั้น จะเป็นการบรรยายเชิงพรรณนาค่อนข้างมาก หากเทียบกับวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ</li> <li>- ได้ดำเนินการแก้ไขโดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐและข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับภาคเอกชน</li> </ul>



## บรรณานุกรม

กระทรวงอุตสาหกรรม (2554). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555 -2574, กระทรวงอุตสาหกรรม

เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551). โครงการศักยภาพการผลิต การตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขันของยางพาราในเวียดนามและไทย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พัทธธีรา รื่นพิทักษ์ (2554). เตรียมพร้อมอุตสาหกรรมยาง รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554). คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2012). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2554. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

Aggarwal, R., & Agmon, T. (1990). The international success of developing country firms: role of government-directed comparative advantage. *Management International Review*, 30(2), 163-180.

Arifin B.(2012). *Improving Sustainability and Competitiveness of Agricultural Export Commodities in Indonesia*, June 2012. Research report prepared for the World Bank.

Association of Natural Rubber Producing Countries (2010). *Natural Rubber Trends & Statistics*.

Association of Natural Rubber Producing Countries, volume 2, No. 12, December 2010.

Attorney General's Chambers of Singapore (1992). *Rubber Industry Act*. Attorney General's Chambers of Singapore

Bank of Thailand. (2010). Foreign Direct Investment Statistics, Balance of Payments Statistics Team, Information Management Bureau.

Board of Investment. (2006). 40 Years of BOI (in Thai), Office of the Board of Investment.

Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets. *Management Science*, 32, 1231-1241.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1987). Managing across borders: new strategic requirements. *Sloan Management Review*, 28(4), 7-17.

Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1991). Global strategic management: impact on the new frontiers of strategy research. *Strategic Management Journal*, 12, 5-16.

Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1998). *Managing across borders: the transnational solution*. (2nd ed.). London: Random House Business Books.

Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (2000). *Transnational management*. Boston: Irwin McGraw Hill.

- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1998). *Competing on the edge: strategy as structured chaos*. Boston: Harvard Business School Press.
- Buckley, P. J., & Casson, M. (1976). *The future of the multinational enterprise*. London: The Macmillan Press LTD.
- Buckley, P. J., Clegg, J., Forsans, N., & Reilly, K. T. (2001). Increasing the size of the "country": regional economic integration and foreign direct investment in a globalised world economy. *Management International Review*, 41(3), 251-274.
- Buckley, P. J., & Ghauri, P. N. (2004). Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. *Journal of Internatinal Business Studies*, 35, 81-98.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis*. London: Sage Publications.
- Cheewatrakoolpong, K., Sabhasri, C., and Bunditwattanawong, N. (2013). Impact of the ASEAN Economic Community on ASEAN Production Networks. *ADB Working Paper Series No. 409*.
- Cheong, I. (2004). Korea's embrace of regionalism and the economic effects of its bilateral FTAs with Chile and Japan. In C. Harvie, H. Lee & J. Oh (Eds.), *The Korean economy: post-crisis policies, issues and prospects*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Cargonewsasia (2013). *City state's logistics efficiency attracts large investment*. Cargonews Asia.
- Changi Airport Group (2012). *Air traffic statistics*. Changi Airport Group. Retrieved from [http://www.changiairportgroup.com/cag/html/the\\_group/air\\_traffic\\_statistics.html](http://www.changiairportgroup.com/cag/html/the_group/air_traffic_statistics.html)
- Chirathivat, S. (2004). East Asia FTA: economic modalities, prospects and further implications. *Journal of Asian Economics*, 15, 889-910.
- Chung, K. H., Lee, H. C., & Jung, K. H. (1997). *Korean management: global strategy and cultural transformation*. New York: Walter de Gruyter.
- Coviello, N., & McAuley, A. (1999). Internationalization and the smaller firm: a review of contemporary empirical research. *Management International Review*, 39(3), 223-256.
- Das, S. B., Severino, J., and Shrestha, O. L. (2013). The ASEAN Economic Community: A Work in Progress. *Singapore Institute of Southeast Asian Studies*.
- Dent, C. M. (2006). *New free trade agreements in the Asia-Pacific*. New York: Palgrave Macmillan.
- Dunning, J. H. (1986). The investment development cycle and third world multinationals. In K. M. Khan (Ed.), *Multinationals of the south: new actors in the international economy*. London: Pinter Publishers.
- Dunning, J. H. (1988). The theory of international production. *The International Trade Journal*, 111(1),

21-66.

- Dunning, J. H., Van Hoesel, R., & Narula, R. (1998). Third world multinationals revisited: new developments and theoretical implications. In J. H. Dunning (Ed.), *Globalisation, trade and investment*. Amsterdam: Elsevier.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Eisenhardt, K. (1991). Better stories and better constructs: the case for rigor and comparative logic. *Academy of Management Review*, 16(3), 620-627.
- Finpro (2012). Finpro Benchmark/National Investment Strategy Singapore. Retrieved from [http://www.finpro.fi/c/document\\_library/get\\_file?uuid=b6455d8d-9ec1-4876-a9dd-2b043cd28967&groupId=10304](http://www.finpro.fi/c/document_library/get_file?uuid=b6455d8d-9ec1-4876-a9dd-2b043cd28967&groupId=10304)
- Flyvbjerg, B. (2004). Five misunderstandings about case-study research. In C. Seale, G. Gobo, J. F. Gubrium & D. Silverman (Eds.), *Qualitative research practice*. London: Sage Publications.
- Fong, P. E., & Komaran, R. V. (1985). Singapore multinationals. *Columbia Journal of World Business*, Summer, 35-43.
- Gerring, J. (2007). *Case study research: principles and practices*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gillham, B. (2000). *Case study research methods*. London: Continuum.
- Globerman, S. and Chen, V. Z. (2010). Best Policy Practices for Promoting Inward and Outward Foreign Direct Investment. *Conference Board of Canada Report*.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1985). Do you really have a global strategy? *Harvard Business Review*, July-August, 139-148.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1996). Competing in the new economy: managing out of bounds. *Strategic Management Journal*, 17(3), 237-242.
- Hartley, J. (2004). Case study research. In C. Cassell & G. Symon (Eds.), *Essential guide to qualitative methods in organizational research*. London: Sage Publications.
- Heene, A., & Sanchez, R. (Eds.). (1997). *Competence-based strategic management*. New York: John Wiley & Sons.
- Hui et al. (2011). *Indonesia – Infrastructure bottlenecks*. Standard Chartered.
- Indonesia provincial (2012). *Indonesia Provincial Commercial Business Opportunities*. Embassy Jakarta, Economic Section U.S. Department of State June 2012.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business*

*Studies*, 8(1), 23-32.

- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm-four Swedish case studies. *The Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322.
- Jun, Y. (1995). Strategic responses of Korean firms to globalization and regionalization forces: the case of the Korean electronics industry. In D. F. Simon (Ed.), *Corporate strategies in the Pacific Rim: global versus regional trends*. London: Routledge.
- Kao, J. (1993). The worldwide web of Chinese business. *Harvard Business Review*, March-April, 24-36.
- Karimi, J., Gupta, Y. P., & Somers, T. M. (1996). Impact of competitive strategy and information technology maturity on firms' strategic response to globalization. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 55-88.
- Kay, J. (1993). *Foundations of corporate success*. Oxford: Oxford University Press.
- Khan, K. M. (1986). *Multinationals of the south: new actors in the international economy*. London: Frances Pinter (Publishers) Ltd.
- Kogut, B. (1985). Designing global strategies: comparative and competitive value-added chains. *Sloan Management Review*, 26(4), 15-28.
- Lamont, G. (2012). South East Asia: Investment Opportunities Tax and other Incentives. *PwC Thailand*.
- Lall, S. (1983). *The new multinationals: the spread of third-world multinationals*. New York: John Wiley.
- Lecraw, D. J. (1977). Direct investment by firms from less developed countries. *Oxford Economic Papers*, 29(4), 442-457.
- Lecraw, D. J. (1984). Bargaining power, ownership, control and profitability of subsidiaries of TNCs. *Journal of International Business Studies*, 15(1), 27-43.
- Lecraw, D. J. (1992). Third world MNEs once again: the case of Indonesia. In P. J. Buckley & M. Casson (Eds.), *Multinational enterprises in the world economy: essays in honour of John Dunning*. Hants: Edward Elgar Publishing Limited.
- Lee, C. (1995). Globalization of a Korean firm. In D. F. Simon (Ed.), *Corporate strategies in the Pacific Rim: global versus regional trends*. London: Routledge.
- Lee, J. W. (2004). A new paradigm for the Korean economy: advanced state development (ASD) model approach. In C. Harvie, H. Lee & J. Oh (Eds.), *The Korean economy: post-crisis policies, issues and prospects*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lee, K. T., Choi, N., & Kang, J. G. (2003). Korea's foreign trade strategy in the new millennium. In Y. O. Kwon, S. H. Jwa & K. T. Lee (Eds.), *Korea's new economic strategy in the globalization era*.

Cheltenham: Edward Elgar.

- Lewis, G., Morkel, A., Hubbard, G., Davenport, S., & Stockport, G. (1999). *Australian and New Zealand strategic management* (2nd ed.). Sydney: Prentice Hall.
- Li, Y., & Peng, M. W. (2008). Developing theory from strategic management research in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 25, 572-563
- Liang, M. (2005). Singapore's trade policies: priorities and options. *ASEAN Economic Bulletin*, 22(1), 49-59.
- Liu, H., & Li, K. (2002). Strategic implications of emerging Chinese multinationals: the Haier case study. *European Management Journal*, 20(6), 699-706.
- Lloyd, P. (2002). New bilateralism in the Asia-Pacific. *World Economy*, 25(9), 1279-1296.
- Low, L. (2003). Multilateralism, regionalism, bilateral and crossregional free trade arrangements: all paved with good intentions for ASEAN? *Asian Economic Journal*, 17(1), 65-86.
- Luo, Y. (1999). Dimensions of knowledge: comparing Asian and Western MNEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 16, 75-93.
- Malaysian Department of Statistics (2013). *Monthly External Trade Statistics*., February page 12. Department of Statistics, Malaysia.
- Malaysian Investment Development Authority. (2012). *Industries in Malaysia – Rubber-based Industry*. Malaysian Investment Development Authority.
- Malaysia Investment Development Authority (2012). *Logistics Services*. Malaysia Investment Development Authority.
- Malaysian Land Public Transport (n.d.). *Klang Valley Mass Rapid Transit*. Land Public Transport. Retrieved from <http://www.spad.gov.my/projects/klang-valley-mass-rapid-transit>
- Manger, M. (2005). Competition and bilateralism in trade policy: the case of Japan's free trade agreements. *Review of International Political Economy*, 12(5), 804-828.
- Mathews, J. A. (2006). Dragon multinationals: new players in 21<sup>st</sup> century globalization. *Asia Pacific Journal of Management*, 23, 5-27.
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design: an interactive approach* (2nd ed.). London: Sage publications.
- Melin, L. (1992). Internationalization as a strategy process. *Strategic Management Journal*, 13, 99-118.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Monkiewicz, J. (1986). Multinational enterprises of developing countries: some emerging trends.

- Management International Review*, 26(3), 67-79.
- Montgomery, C. A. (Ed.). (1996). *Resource-based and evolutionary theories of the firm: towards a synthesis*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Moosa, I. A. (2002). *Foreign Direct Investment: Theory, Evidence, and Practice*. Palgrave Macmillan.
- Morisset and Pirnia (1999). How Tax Policy and Incentives Affect Foreign Direct Investment. *Foreign Investment Advisory Service*.
- Morrison, A. J., Ricks, D. A., & Roth, K. (1991). Globalization versus regionalization: which way for the multinational? *Organizational Dynamics*, 19(3), 17-29.
- OECD (2006). Policy Framework for Investment: A Review of Good Practices. Retrieved from <http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/40287385.pdf>
- OECD (2001). FDI, Human Capital and Education in Developing Countries. Retrieved from <http://www.oecd.org/dev/2698464.pdf>
- OECD (2008). OECD Guidelines for Multinational Enterprises. Retrieved from <http://www.oecd.org/corporate/mne/1922428.pdf>
- Ohmae, K. (1985). *Triad power*. New York: The Free Press.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Pananond, P. (2004). Thai multinationals after the crisis: trends and prospects. *ASEAN Economic Bulletin*, 21(1), 106-126.
- Pananond, P. (2007). The changing dynamics of Thai multinationals after the Asian economic crisis. *Journal of International Management*, 13, 356-375.
- Pananond, P., & Zeithaml, C. P. (1998). The international expansion process of MNEs from developing countries: a case study of Thailand's CP group. *Asia Pacific Journal of Management*, 15(2), 163-184.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park: Sage Publications.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Newbury Park, Calif: Sage Publications.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Peng, M. W. (2000). *Business strategies in transition economies*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Peng, M. W., & Delios, A. (2006). What determines the scope of the firm over time and around the world? An Asia Pacific Perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 23, 385-405.

- Peng, M. W., & Zhou, J. Q. (2005). How network strategies and institutional transitions evolve in Asia. *Asia Pacific Journal of Management*, 22, 321-336.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14, 179-191.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Macmillan, The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1986). Changing patterns of international competition. *California Management Review*, 28(Winter), 9-40.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12(Winter 1991), 95-117.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage of nations* (2nd ed.). Hampshire: Macmillan Press.
- Prahalad, C. K., & Doz, Y. L. (1987). *The multinational mission: balancing local demands and global vision*. New York: Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, (3)68, 79-91.
- Rajan, R. S. (2004). Measures to Attract FDI: Investment Promotion, Incentives and Policy Intervention. *Economic and Political Weekly*.
- Ravenhill, J. (2003). The new bilateralism in the Asia Pacific. *Third World Quarterly*, 24(2), 299-317.
- Rennie, M. (1993). Born global. *McKinsey Quarterly*, 4, 45-52.
- Renton C.(2013). *Indonesia rubber output seen up 7 pct in 2013 – Industry*. Reuters. Retrieved from <http://globalrubbermarkets.com/4985/indonesia-rubber-output-seen-up-7-pct-in-2013-industry.html>
- Robson, C. (2002). *Real world research* (2nd ed.). Oxford: Blackwell Publishing.
- Rugman, A. M. (1981). *Inside the multinationals: the economics of internal markets*. New York: Columbia University Press.
- Rugman, A. M., & Michael, G. (1993). The strategic response of multinational enterprises to NAFTA. *Columbia Journal of World Business*, 28(4), 18-29.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1990). *Global corporate strategy and trade policy*. London: Routledge.

- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1991). Trade barriers and corporate strategy in international companies—the Canadian experience. *Long Range Planning*, 24(3), 66-72.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (Eds.). (1993). *Research in global strategic management*. London: JAI Press Inc.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1998). Corporate strategies and environmental regulations: an organizing framework. *Strategic Management Journal*, 19, 363-375.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (2000). Six cases of corporate strategic responses to environmental regulation. *European Management Journal*, 18(4), 377-385.
- Sanchez, R., & Heene, A. (1997). *Strategic learning and knowledge management*. New York: John Wiley & Sons.
- Sathirathai, S. (2013). *Thailand infrastructure investment: Don't wait for the speed trains*. Credit Suisse.
- Schive, C. (1995). Strategic responses of Taiwanese firms to globalization. In D. F. Simon (Ed.), *Corporate strategies in the Pacific Rim: global versus regional trends*. London: Routledge.
- Schlie, E., & Yip, G. S. (2000). Regional follows global: strategy mixes in the world automotive industry. *European Management Journal*, 18(4), 343-354.
- Segal-Horn, S., Asch, D., & Suneja, V. (1998). The globalization of the European white goods industry. *European Management Journal*, 16(1), 101-109.
- Sen, R. (2004). *Free trade agreements in Southeast Asia*. Singapore: Institute of Southeast Asian studies.
- Shilimela, R. (2008). Using Competition Policy to Regulate MNC Behaviour in Namibia. *Centre for Competition, Investment & Economic Regulation Briefing Paper No. 13*.
- Sim, A. B. (2006). Internationalization strategies of emerging Asian MNEs—case study evidence on Singaporean and Malaysian firms. *Asia Pacific Business Review*, 12(4), 487-505.
- Sim, A. B., & Pandian, R. J. (2003). Emerging Asian MNEs and their internationalization strategies—case study evidence on Taiwanese and Singaporean firms. *Asia Pacific Journal of Management*, 20, 27-50.
- Simon, D. F. (Ed.). (1995). *Corporate strategies in the Pacific rim: global versus regional trends*. London: Routledge.
- Singaporean Land Transport Authority. (2012). *Annual Vehicle Statistics 2012*. Singaporean Land Transport Authority
- Singaporean Ministry of Finance (n.d.). *Providing World-Class Infrastructure and an Endearing Home*. Retrieved from <http://app.mof.gov.sg/data/cmsresource/SPOR/2012/SPOR%202012%20Chapter%204.pdf>



- Stake, R. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Stake, R. (2000). Case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Talerngsri, P., & Vonkhorn, P. (2005). Trade policy in Thailand: pursuing a dual track approach. *ASEAN Economic Bulletin*, 22(1), 60-74.
- Thai Department of Export Promotion (2005). Special report: trade partnership between Thailand and Australia. *Exporters Review*, 19(436), 24-29.
- Thai Department of Trade Negotiation. (2009). FTA/EPAs [Data file]. Retrieved from [http://dti.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7207&Itemid=794&lang=th](http://dti.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=7207&Itemid=794&lang=th)
- Thai Ministry of Foreign Affairs. (2009). JTEPA [Data file]. Retrieved from <http://www.mfa.go.th/jtepa/en/>
- Toh, M. H. (2006). Singapore's perspectives on the proliferation of RTAs in East Asia and beyond. *Global Economic Review*, 35(3), 259-284.
- Tourism Authority of Thailand (n.d.). *Thailand Airports*. Retrieved from <http://www.tourismthailand.org/Travel-and-Transport/thailand-airports-around>
- Trebilcock, M. J., & Howse, R. (1999). *The regulation of international trade* (2nd ed.). London: Routledge.
- Tu, H. S., & Wright, P. (1992). Global competition and executives' perception of trade policy. In A. J. Ali (Ed.), *How to manage for international competitiveness*. New York: International Business Press.
- Ulgado, F. M., Yu, C.J., & Negandhi, A.R. (1994). Multinational enterprises from Asian developing countries: management and organizational characteristics. *International Business Review*, 3(2), 123-133.
- United Nations (1973). *Multinational corporations in world development*. New York: United Nations Publications.
- UNCTAD (2009). Promoting Investment and Trade: Practices and Issues. *Investment Advisory Series Series A, 4*. Retrieved from [http://unctad.org/en/docs/diaepcb20099\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/diaepcb20099_en.pdf)
- UNCTAD (2013). World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development. Retrieved from [http://unctad.org/en/publicationslibrary/wir2013\\_en.pdf](http://unctad.org/en/publicationslibrary/wir2013_en.pdf)
- Urata, S. (2004). The emergence and proliferation of free trade agreements in East Asia. *The Japanese Economy*, 32(2), 5-52.
- Vasquez-Parraga, A. Z., & Felix, R. (2004). Investment and marketing strategies of Mexican companies in

- the United States: preliminary evidence. *Thunderbird International Business Review*, 46(2), 149-164.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Vernon, R. (1979). The product cycle hypothesis in a new international environment. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41(4), 255-267.
- Vernon-Wortzel, H., & Wortzel, L. H. (1988). Globalizing strategies for multinationals from developing countries. *Columbia Journal of World Business*, Spring, 27-35.
- Wailardsak, N. (2013). Impacts of the ASEAN (Association of South East Asian Nations) Economic Community on Labour Market and Human Resource management in Thailand. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 2 (2).
- Welch, L., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.
- Wells, L. T. (1983). *Third world multinationals: the rise of foreign investment from developing countries*. Cambridge: MIT Press.
- Yang, X., Jiang, Y., Kang, R., & Ke, Y. (2009). A comparative analysis of the internationalization of Chinese and Japanese firms. *Asia Pacific Journal of Management*, 26, 162-141
- Yeung, H. W. C. (1994). Third world multinationals revisited: a research critique and future agenda. *Third World Quarterly*, 15(2), 297-317.
- Yeung, H. W. C. (1998). The political economy of transnational corporations: a study of the regionalization of Singaporean firms. *Political Geography*, 17(4), 389-416.
- Yin, R. K. (1984). *Case study research: design and methods*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Yip, G. S. (1989). Global strategy...in a world of nations? *Sloan Management Review*, 31(1), 29-41.
- Yip, G. S. (1995). *Total global strategy: managing for worldwide competitive advantage*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Yip, G. S., Gomez, J. B., & Monti, J. (2000). Role of the internationalization process in the performance of newly internationalizing firms. *Journal of international marketing*, 8(3), 10-35.
- Yip, G. S. (2003). *Total global strategy II: updated for the internet and service era*. New Jersey: Prentice Hall.
- Young, S., Huang, C. H., & McDermott, M. (1996). Internationalization and competitive catch-up processes: case study evidence on Chinese multinational enterprises. *Management International*

*Review*, 36, 295-314.

Zhou, C., Delios, A., & Yang, J. Y. (2002). Locational determinants of Japanese foreign direct investment in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 63-86.