

### บทที่ 3

## การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคมโลกในทศวรรษ 1990 และบทบาททุนข้ามชาติใน อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์

การศึกษาในส่วนนี้ มุ่งแจกแจงความเป็นอุตสาหกรรมระดับโลกของอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ เกี่ยวพันปัจจัยภายนอก คือ การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคมโลก นโยบายบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติอย่างไร โดยมีลำดับเนื้อหา คือ

3.1 การเปลี่ยนแปลงในระบบการค้าโลกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และกระแสภูมิภาคนิยม

3.2 นโยบายและบทบาทบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ

3.3 นโยบายการส่งออกของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ

3.4 สรุป

### 3.1 การเปลี่ยนแปลงในระบบการค้าโลกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และกระแสภูมิภาคนิยม

ข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า GATT (General agreement of tariff & trade) เป็นปฏิญญาสากลที่วางกฎว่าด้วยการพัฒนาการค้าและการค้าระหว่างประเทศ และจัดตั้งเป็นองค์การการค้าโลก [World trade organization : WTO] ในปัจจุบัน โดยมุ่งวัตถุประสงค์ คือ ให้ระบบการค้าโลกสามารถดำเนินไปได้โดยเสรี โดยมุ่งลดหรือขจัดอุปสรรคทางการค้าต่างๆ ทั้งในรูปของภาษีศุลกากร [Tariff barriers] และที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร [Non tariff barriers] บทบาทหน้าที่ในการขจัดอุปสรรคเหล่านี้วางบนพื้นฐานความเชื่อต่อทฤษฎีเสรีนิยม [Neoclassic theory] ในประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากรของกลไกราคา การแทรกแซงกลไกราคาจากภาครัฐล้วนเป็นเครื่องกีดขวางการค้าและการค้า ไม่ให้ปริมาณการค้าของโลกขยายตัวเท่าที่ควร ดังนั้นหลักพื้นฐานของ GATT โดยทั่วไป (พีเทอร์ ไมตรี อิงภากรณ์, 2538 : 229-230) จึงถือแนวทาง ดังนี้

- การไม่เลือกปฏิบัติ
- การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กัน
- ความโปร่งใสในการแข่งขัน
- การเปลี่ยนแปลงอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรให้เป็นรูปภาษีศุลกากร
- การลดภาษีศุลกากรและข้อผูกพันเพื่อเปิดตลาดและเพื่อความแน่นอน

โดยสรุปของหลักการพื้นฐานดังกล่าว คือ การมุ่งส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในด้านการค้า การลงทุนของโลก โดยจัดให้มีการเจรจาระหว่างประเทศภาคีสมาชิกเพื่อร่วมวางข้อตกลงกฎเกณฑ์เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อกำจัดอุปสรรคที่ขัดขวางมิให้การค้าโลกเป็นไปโดยเสรี

การเจรจารอบล่าสุดที่อุรุกวัย [1986-1994] มีการพิจารณาประเด็นสำคัญ และเป็นเรื่องใหม่ที่ก่อผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบการค้าโลก จากเดิมที่เป็นการค้าชายโภคภัณฑ์ (Commodity trade) ระหว่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คือ การผลักดันของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วที่ต้องการให้การค้าในภาคบริการ และการค้าที่เกี่ยวกับสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา (Trade related intellectual property issues : TRIPs) ให้มีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งของระบบการค้าโลก ซึ่งหมายถึงการค้าในภาคบริการ และสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาสามารถค้าขายแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนา เช่นเดียวกับการค้าในสินค้าโภคภัณฑ์

นอกเหนือจากหัวข้อการค้าภาคบริการ และการค้าต่อสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว หัวข้อการค้าที่สำคัญและกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ คือ มาตรการการลงทุนที่กระทบการค้า (Trade related Investment Measures : TRIMs) อันเป็นมาตรการที่ประเทศพัฒนาแล้วต้องการให้ประเทศกำลังพัฒนายกเลิกมาตรการ หรือข้อบังคับเงื่อนไขที่เกี่ยวกับการค้า การลงทุนที่ประเทศผู้รับการลงทุนกำหนดขึ้น เพื่อใช้แลกเปลี่ยนกับการเข้ามาลงทุนของประเทศเจ้าของทุน เช่น การกำหนดให้มีการส่งออก การบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และข้อกำหนดในลักษณะต่างๆ เช่น ข้อกำหนดด้านดุลการค้า ข้อกำหนดการส่งเงินกลับประเทศแม่ การกำหนดสัดส่วน การถือหุ้น ฯลฯ [ ฝ่ายวิจัย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย : (IFCT) ,2536 ,10-13]

ท่าทีโดยรวมของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาไม่ต้องการนำเรื่องใหม่สามเรื่อง คือ TRIMs เรื่องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับการค้า และการค้าบริการเข้ามาอยู่ในวินัยของ GATT เพราะเห็นว่าจะเป็นการอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ แต่ประเทศอุตสาหกรรมกล่าวหาว่า การตั้งเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตเพื่อส่งออก การบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ และการจำกัดกรรมสิทธิ์ของต่างชาติ เป็นการ "บิดเบือนการค้า" ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาเห็นว่าจำเป็นต้องใช้มาตรการเหล่านี้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ ดังนั้นจึงต้องมีข้อผ่อนผันในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาบ้างเพื่อส่งเสริมการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี และเพื่อให้สินค้าที่จำเป็นบางประเภทสามารถผลิตได้ในราคาถูก เช่น ยารักษาโรค และสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ขณะที่ท่าทีในเรื่องการค้าบริการมีลักษณะเชิงต่อต้านมากที่สุด เนื่องจากเห็นว่า ภาคบริการในประเทศของตนยังอ่อนแออยู่ สำหรับท่าทีประเทศไทยมีลักษณะที่เรียกว่า "หัวอ่อน" เกี่ยวกับเรื่องใหม่ทั้ง 3

ด้วยเหตุผล คือ ต้องการให้มีการเจรจาเริ่มขึ้น และเห็นว่าการเจรจาเพื่อให้มีเรื่องใหม่เข้ามาอยู่ใน GATT ดีกว่าปล่อยให้เป็นการพิพาทระดับทวิภาคีระหว่างไทยกับสหรัฐฯ ซึ่งผลสุดท้าย คือ การเจรจาในหัวข้อ TRIMs บรรลุความตกลง และภาครัฐต้องปรับเปลี่ยนนโยบายส่งเสริมการลงทุน และนโยบายอุตสาหกรรมอื่นๆ คือลดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการบังคับใช้เงินในประเทศกับเงินใน ที่ให้ส่งออก (พีเทอร์ ไมตรี อังภากรณ์, 2538 ; 175-176, 192) ซึ่งทัศนคติโดยรวมของทั้งภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชนไทยเห็นว่าการยอมรับ TRIMs เป็นเรื่องที่ดีต่ออุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้น ส่วนฯ ในแง่การเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมสาขานี้ต้องพัฒนาคุณภาพและการแข่งขันสู่ตลาดโลก

ความสัมฤทธิ์ผลของการเจรจา GATT ในรอบล่าสุดนี้ ทำให้กระแสการค้าเสรี (Free Trade) มีบทบาทมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้การกำหนดนโยบายการค้าของแต่ละ ประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจากที่พัฒนาอุตสาหกรรมเน้นการส่งออก (Export-orientated industry) ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import substitution industry) ต้องค่อยๆ เปลี่ยนเปลี่ยนสู่ความเป็นเสรีทางการค้ามากขึ้น (Freer trade) หมายถึงมาตรการที่ประเทศกำลังพัฒนาเคยใช้เพื่อปกป้องการค้า การพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ ประเทศกำลังพัฒนาต้องยอมเสียประโยชน์บางประการจากมาตรการที่เคยใช้เพื่อแลกกับ ประโยชน์บางประการที่ได้จากสภาพการค้าเสรี (พีเทอร์ ไมตรี อังภากรณ์, 2539)

พร้อมกันนั้นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรคมนาคม และสารสนเทศที่เชื่อมโยง เศรษฐกิจและสังคมโลกเข้าด้วยกันเป็น "หมู่บ้านโลก" (Global Village) ตามกระบวนการโลกาภิวัตน์ กลไกตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดสรรทรัพยากร โดยแต่ละประเทศเลือกทำการค้า การผลิตตามความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่ประเทศนั้นมี

อย่างไรก็ตามความคาดหวังนี้มิได้เป็นไปได้โดยง่าย กลไกตลาดเองมีข้อบกพร่องหลาย ประการ เช่น การพิจารณาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในเชิงสถิตย ทั้งที่ความได้เปรียบฯ สามารถพัฒนาสร้างขึ้นใหม่ได้ รวมถึงตลาดการแข่งขันสมบูรณ์ก็ยากที่จะเกิดขึ้นในความเป็นจริง เนื่องจากความบกพร่อง ไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Chang, 1993) อีกทั้งข้อกีดกันทางการค้าจากเดิมที่เป็นในรูปภาษีศุลกากร หรือรูปแบบที่มีใช่ภาษีศุลกากร (Non tariff Barriers) ได้พัฒนาเป็นปัจจัยด้านสังคมเข้ามามีบทบาททดแทนมากขึ้น เช่น ข้อกำหนดในเรื่องมาตรฐานสินค้า มาตรฐานสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย รวมถึงประเด็นในเรื่องสิทธิมนุษยชน แรงงาน โดยที่ ประเด็นสิทธิมนุษยชน แรงงานเป็นประเด็นที่มีการถกเถียงกันมากระหว่างประเทศที่พัฒนาและ ประเทศที่กำลังพัฒนา แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ต่อสินค้าในอุตสาหกรรมการผลิตของประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากยังหาข้อยุติไม่ได้ แตกต่างจากประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม มาตรฐานระบบคุณ

ภาพซึ่งมีความสำคัญมากขึ้นในการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะมาตรฐานระบบคุณภาพในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ

การเปลี่ยนแปลงในระบบการค้าที่ควบคู่ไปกับกระแสการค้าเสรีที่ไร้พรมแดน [Globalization] คือ การจัดตั้งเขตภูมิภาคทางเศรษฐกิจ (Regional economic blocs) ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนาต่างเห็นความสำคัญและร่วมจัดตั้งเขตภูมิภาคเศรษฐกิจตามภูมิภาคต่างๆ โดยบทบาทสำคัญของเขตภูมิภาคเศรษฐกิจเหล่านี้ คือ เชื่อมโยงความสามารถทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง รวมถึงการกีดกันทางการค้าต่อประเทศนอกกลุ่ม

การจัดตั้ง AFTA เป็นตัวอย่างเขตภูมิภาคทางเศรษฐกิจที่ประเทศสมาชิกอาเซียนต่างเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อรับกับสภาพการค้าเสรีจากผลการเจรจา GATT ที่จะเกิดขึ้น มุ่งให้การค้าภายในภูมิภาคอาเซียนเป็นไปโดยเสรีมีอัตราภาษีศุลกากรต่ำ และไม่มีอุปสรรคในลักษณะมาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากร โดยใช้เงื่อนไขการรวมกลุ่มประเทศ สร้างโอกาสการขยายขนาดตลาดรวม 400 ล้านคน (รวมเวียดนาม) ให้ใหญ่ขึ้นได้เงื่อนไขความประหยัดจากขนาด เพื่อเป็นเครื่องมือดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และเป็นเครื่องมือเพื่อร่วมผนวกเป็นส่วนหนึ่งในเศรษฐกิจโลก [Suthiphand Chirathivat ,1996] รวมถึงวัตถุประสงค์อื่น ดังนี้

- การรวมกลุ่มประเทศเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศสมาชิกเพื่อสร้างความพร้อม ความสามารถในการแข่งขันภายในกลุ่ม ก่อนเข้าสู่เวทีการค้าในตลาดโลก และสร้างอำนาจการต่อรองในทางการค้าระหว่างประเทศคู่ค้าต่างๆ ที่ต่างมีการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ

- การค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลการเจริญเติบโต (Engine of growth) ประเทศที่ไม่สามารถเข้าร่วมกลุ่มเศรษฐกิจใดๆ ได้ (และขาดความสามารถทางเทคโนโลยี) แม้ว่าจะใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบเปิดก็อาจเสียเปรียบในการทางการค้าระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจจึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ ,2538)

ทั้งนี้การจัดตั้ง AFTA ประโยชน์ที่พึงได้จากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจของอาเซียน จะได้ประโยชน์มากน้อยเพียงใดขึ้นกับความสามารถในการสร้างประโยชน์จากการรวมกลุ่มจัดตั้ง AFTA และความสามารถของแต่ละประเทศในความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่แต่ละประเทศมี [Suthiphand Chirathivat ,1996] ความแตกต่างของเขตภูมิภาคเศรษฐกิจ AFTA กับเขตภูมิภาคเศรษฐกิจอื่นๆ คือ ประเทศสมาชิก AFTA ต่างพึ่งพาการลงทุนจากต่างประเทศเป็นกลไกพัฒนาเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีภายในประเทศ โดยเฉพาะทุนญี่ปุ่นมีบทบาทการลงทุนในภูมิภาคนี้มาก



ที่สุด รวมถึงการต้องพึ่งพาสินค้าทุนจากประเทศนอกกลุ่มสมาชิก คือ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และกลุ่มประชาคมยุโรป ดังนั้น การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของ AFTA จึงมุ่งลักษณะ "เขตภูมิภาคเศรษฐกิจแบบเปิด" (Open regionalization)

แม้ว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก AFTA จะมีลักษณะคล้ายคลึงเป็นคู่แข่งมากกว่าการเป็นคู่ค้า และมีพื้นฐานความร่วมมือทางการเมืองมากกว่าทางเศรษฐกิจ แต่ความจำเป็นต่อการปรับตัวเพื่อแข่งขันในเศรษฐกิจโลกทำให้กลุ่มประเทศอาเซียนต้องตระหนักในความสำคัญต่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจภายในอาเซียน (Intra-Asean economic cooperation) ผ่านกลไกการปรับลดภาษีใหม่ที่เรียกว่า CEPT (Common effective tariffs) โดยมุ่งลดภาษีตามสาขาของสินค้า (Sector by sector) ในลักษณะแบบปกติ (Normal tract) และแบบเร่งลดภาษี (Fast tract)

นอกจากนี้ภาครัฐของกลุ่มประเทศอาเซียนยังมีการพัฒนาในระดับอนุภูมิภาคต่างๆ ดังเช่น เขตเศรษฐกิจสามฝ่าย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle : IMT-GT) อันประกอบด้วยภาคเหนือของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และภาคใต้ของไทย มีประชาชนในพื้นที่ประมาณ 21 ล้านคน และพื้นที่ประมาณ 200,000 ตารางกิโลเมตร ความร่วมมือในเขตภูมิภาคย่อยต่อมา คือ โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ อันประกอบด้วยกัมพูชา จีน พม่า ลาว เวียดนาม และไทย

ความร่วมมือในอนุภูมิภาคย่อยเหล่านี้มีการลงทุนในระบบสาธารณูปโภค การคมนาคมต่างๆ รวมถึงแผนส่งเสริมการลงทุน การท่องเที่ยว และความร่วมมือในการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อทำให้อนุภูมิภาคย่อยเหล่านี้มีศักยภาพเป็นเขตการผลิต (Production bloc) เพื่อดึงดูดการลงทุนจากเงื่อนโซ่ที่มีประชากรจำนวนมากในพื้นที่ มีทรัพยากร ปัจจัยการผลิตที่แต่ละประเทศมารวมกัน (Pool resource) ประสานกับการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคทั้งทางถนน รถไฟ สนามบินที่ทำให้การเข้าถึง และการแสวงหาทรัพยากรปัจจัยการผลิตราคาถูกเกิดขึ้นได้ง่ายซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ทั้งทางการค้า การเคลื่อนย้ายแรงงาน การขนส่งคมนาคม การพัฒนาด้านการเกษตรและการประมงรวมถึงด้านพลังงานและการท่องเที่ยว (Samart Chiasakul, 1994 : 47-48)

ดังนั้นจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจของเขตภูมิภาคเศรษฐกิจอาเซียน และความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคต่างๆ จึงเป็นศักยภาพดึงดูดการลงทุน และหมายถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจอันส่งผลการขยายตัวต่อตลาดความต้องการรถยนต์และยานพาหนะอื่นๆ (Demand side) และการเพิ่มพูนของแหล่งทรัพยากร วัตถุดิบ และแรงงานราคาถูก (Supply side)

โดยสรุป การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคมโลกในทิศทางเปิดเสรีมากขึ้น ข้อกีดกันในรูปภาษีศุลกากรลดน้อยและยกเลิกในที่สุด ขณะที่ข้อกีดกันในลักษณะไม่ใช่ภาษีศุลกากรมีมากยิ่งขึ้น และเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการค้าระหว่างประเทศ การจัดตั้งเขตภูมิภาคทางเศรษฐกิจได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ดังเช่นกลุ่มอาเซียนในการจัดการ AFTA เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และพัฒนาอำนาจการต่อรองต่อประเทศนอกกลุ่มมากขึ้น

### 3.2 นโยบายและบทบาทบริษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ

ความเป็นอุตสาหกรรมที่ซับซ้อนทั้งจากมูลค่าการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง การใช้เทคโนโลยีระดับสูง และการบริหารจัดการในลักษณะลงทุนข้ามชาติ (Offshore production) มุ่งชี้ว่าบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติมีบทบาทสำคัญในธุรกรรมต่ออุตสาหกรรมนี้ของประเทศกำลังพัฒนา

แนวโน้มใหญ่ของนโยบายการลงทุนของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ คือ ผลิตในที่มียอดขาย (Build where you sell) ดังนั้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต บทบาทนำโดยค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น คือ การลงทุนสร้างโรงงานไปทั่วโลก (Offshore production) และขายผลิตภัณฑ์เดียวกันแต่หลากหลายรุ่น ซึ่งกลยุทธ์นี้ทำให้โตโยต้าสามารถสร้างยอดกำไร ผลประกอบการและบุกเบิกตลาดในภูมิภาคอื่นๆ และส่งผลให้ค่ายรถยนต์ตะวันตกต้องให้ความสำคัญบุกเบิกตลาดในภูมิภาคอื่นๆ มากขึ้นด้วยเช่นกัน (ตาราง 3.1) [The Economist, May, 10, 1997 :19 ; Business Week, April 7, 1997]

ในประเทศไทย บริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติค่ายญี่ปุ่น มีความได้เปรียบกว่าค่ายรถยนต์อื่นจากที่ได้วางเครือข่ายการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ตั้งแต่ช่วงแรกเริ่มที่ประเทศไทยเปิดรับส่งเสริมการลงทุน มีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือในรูปของชมรมอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ภายใต้ยี่ห้อเดียวกัน เช่น The Toyota club หรือ The Isuzu club เพื่อเป็นช่องทางสร้างเสริมความสัมพันธ์พัฒนาด้านเทคโนโลยีในคุณภาพการผลิต การตลาด เมื่ออุตสาหกรรมนี้มีการเติบโตระดับสูง มีการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้จากค่ายรถยนต์สหรัฐฯ มากขึ้น ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นจึงพยายามใช้ความได้เปรียบจากความพร้อมด้านเครือข่ายความร่วมมือในรูปชมรมให้มีบทบาทสำคัญด้วย คือ การพยายามป้องกันไม่ให้เครือข่ายกิจการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ในประเทศทำการค้า การผลิตชิ้นส่วนฯ นอกกลุ่มความร่วมมือโดยเฉพาะต่อค่ายรถยนต์สหรัฐฯ เพื่อให้ค่ายรถยนต์สหรัฐฯ มีอุปสรรคการแข่งขันในด้านความพร้อมของแหล่งอุปทานชิ้นส่วนฯ

และเพื่อได้ประโยชน์จากขนาดการผลิตที่ประหยัด และจากเครือข่ายการผลิตที่ครอบคลุมทั่วภูมิภาคอาเซียน ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น คือ มิตซูบิชิ ได้ริเริ่มความร่วมมือดำเนินโครงการแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนภายใต้ชื่อเดียวกัน (BBC Scheme) ประสานกับความต้องการของประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียนที่ต้องการการลงทุนและการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้ จึงทำให้ BBC Scheme ประสบความสำเร็จส่งผลให้ค่ายรถยนต์อื่นๆ ทั้งค่ายญี่ปุ่น ค่ายยุโรป (Volvo) ริเริ่มดำเนินโครงการนี้เช่นกัน และจากข้อบกพร่องบางประการของ BBC Scheme โครงการจึงได้ปรับเป็นโครงการความร่วมมือทางอุตสาหกรรมของอาเซียนแบบใหม่ (AICO) \*

สำหรับค่ายรถยนต์ตะวันตก นโยบายที่มุ่งเน้น คือ การแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ของค่ายญี่ปุ่นในภูมิภาคเอเชีย จากข้อจำกัดของภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาคสหรัฐฯ ยุโรปและญี่ปุ่นเองที่มีภาวะถดถอยของภาวะเศรษฐกิจ และตลาดรถยนต์ที่เริ่มอิ่มตัว ทำให้บริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติค่ายต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวโดยพยายามยึดกุมตลาดเอเชีย ดังเช่นผู้บริหารของเจนเนอรัล มอเตอร์ คือ แจ็ค สมิธ ประธานบริษัทเจนเนอรัลมอเตอร์ จำกัด ที่ชี้ว่า

“หากมองศักยภาพของการเติบโต ขยายตัวในภูมิภาคจะพบว่าในช่วงระหว่างนี้จนถึงปี 2006 ขนาดของตลาดรถใหม่ในเอเชียแปซิฟิกจะเติบโตในอัตราที่สูงกว่าตลาดยุโรป และตลาดอเมริกาเหนือ และจีเอ็มจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วย”

“ถ้าจีเอ็มต้องการครองตำแหน่งผู้ผลิตรถยนต์อันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่องจนเข้าศตวรรษใหม่ ก็ควรจะต้องมีฐานที่แข็งแกร่งและเล่นบทบาทในเชิงรุกในตลาดเอเชีย มิใช่วิ่งอย่างอ่อนแรงตามกระแสเหมือนคนอื่น” (ผู้จัดการรายวัน ,17 ตุลาคม 2539 : 6)

ยุทธศาสตร์ของจีเอ็ม ในประเทศไทย คือ การพยายามขยายตัวธุรกิจยานยนต์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกโดยจัดตั้งเครือข่ายการผลิต การจัดจำหน่ายที่มีคุณภาพระดับโลก การลงทุนเปิดสำนักงานภูมิภาคที่สิงคโปร์ และสำนักงานตัวแทนในเมืองสำคัญของภูมิภาคนี้ คือ กรุงเทพฯ บักกิง จาการ์ตา กัวลาลัมเปอร์ เพื่อมุ่งเจาะตลาดรถยนต์ในภูมิภาคนี้รวมถึงญี่ปุ่นเพื่อครองส่วนแบ่งตลาดของภูมิภาคนี้ในระดับร้อยละ 10 (ผู้จัดการรายวัน ,17 ตุลาคม 2539 : 6)

พร้อมกันนั้น ความแตกต่างหลากหลายของโครงสร้างพื้นฐาน สภาพภูมิอากาศ ความหนาแน่นของจราจร กฎระเบียบ มาตรฐานความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมที่มีรายละเอียดแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ลักษณะการผลิตรถยนต์จึงต้องมุ่งลักษณะเฉพาะตัวตามตลาดแต่ละ

ท้องถิ่น สำหรับการตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยเป็นฐานการผลิตมุ่งวัตถุประสงค์เพื่อครอบคลุมภูมิภาคอาเซียนและรวมถึงตลาดอนุภูมิภาคในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง คือ ไทย พม่า ลาว เวียดนามและจีนตอนใต้

การเข้ามามีบทบาทของค่ายรถยนต์ตะวันตกในภูมิภาคเอเชีย ควบคู่กับค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นที่กำลังขยายบทบาทให้มากขึ้นเพื่อปกป้องและรักษาส่วนแบ่งตลาด ย่อมหมายถึงกระแสการแข่งขันของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติทั้ง 2 ค่าย ดังนั้นก่อนเข้าสู่ทศวรรษ 2000 ที่ระเบียบการค้าโลกเสรีจะมีผลบังคับใช้มากขึ้น นโยบายและกลยุทธ์การแข่งขันของค่ายรถยนต์ทั้ง 2 ค่ายจึงมุ่งเร่งรัดการลงทุน การขยายตลาด ดังเช่น ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น ที่เน้น Asean Car ขณะที่ค่ายรถยนต์ตะวันตกอยู่ระหว่างการรีบเร่งลงทุนเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด (ตาราง 3.2)

ขณะที่ค่ายรถยนต์สหรัฐฯ คือ กลุ่ม Big Three (ประกอบด้วยเจนเนอรัล มอเตอร์ (GM.) ฟอर्ड และไครสเลอร์) ได้ทะยอยเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยเพื่อยึดกุมตลาดที่ขยายตัวขึ้น แต่ปัญหา คือ การขาดรากฐานความพร้อมของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ เพื่อเป็นแหล่งอุปทานรองรับการผลิตที่จะเกิดขึ้น แนวทางออกของค่ายรถยนต์สหรัฐฯ ที่พบจากการศึกษา มี 2 ลักษณะ คือ

3.2.1 การลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ เอง หรือชักนำเครือข่ายอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ จากบริษัทแม่เข้ามาในประเทศไทย

3.2.2 การผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมในประเทศไทย

3.2.1 การลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯเอง หรือชักนำเครือข่ายอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯจากบริษัทแม่เข้ามาในประเทศไทย

กรณีฟอर्ड นอกเหนือจากการจัดตั้ง Auto Alliance Co.ltd โดยร่วมทุนกับมาสด้าผลิตรถปิคอัพ สำหรับตลาดในและต่างประเทศ (ยกเว้นสหรัฐฯ) แล้ว ฟอर्डได้ลงทุนจัดตั้งบริษัทเครือข่ายกิจการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ และกิจการอื่นๆ ด้านตลาด ธุรกิจด้วย เครือข่ายฟอर्डในประเทศไทย จึงประกอบด้วย

1) Auto Alliance Co.ltd ก่อตั้งในปี 2538 ผลิตและประกอบรถบรรทุกปิคอัพ

2) บ.ฟอर्डเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งกรกฎาคม 2539 รับผิดชอบด้านการขาย แผนการตลาดการนำเข้า จำหน่าย การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการประสานงานกับตัวแทนจำหน่าย



3) Automotive Component Co.ltd. จัดตั้งในปี 2539 โดยฟอร์ดถือหุ้น 100% มูลค่าลงทุน 750 ล้านบาททำหน้าที่ผลิตชิ้นส่วนฯ ให้โรงงานประกอบรถยนต์โดยผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุปกรณ์ภายใน และภายนอกรถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบไฟฟ้า

4) บ.ฟอร์ดลิสซิ่ง จำกัด เป็นบริษัทสาขากรุงเทพฯ ของ บ.ฟอร์ดเครดิต ในสหรัฐฯ โดยก่อตั้งในปี 2539 ทำหน้าที่บริการด้านสินเชื่อแก่ผู้จำหน่ายและลูกค้า

5) บ.ฮัลล่า ไคลเมท คอนโทรล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างฟอร์ด [40%] กับ ฮัลล่าไคลเมท คอนโทรล คอร์ปอเรชั่น แห่งเกาหลีใต้ [60%] ดูแลการผลิตชิ้นส่วนฯ ในอุปกรณ์ควบคุมระบายและปรับอากาศ ด้วยมูลค่าลงทุน 625 ล้านบาท

6) บ.ฟอร์ดโอเปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งขึ้นปี 2539 เพื่อให้การสนับสนุนกลุ่มบริษัทฟอร์ดในประเทศไทย และดูแลกิจกรรมเฉพาะด้านในภูมิภาคนี้ เช่น การประชาสัมพันธ์ รัฐสัมพันธ์ การพัฒนาธุรกิจ ระบบคอมพิวเตอร์ การจัดการด้านบัญชีและแผนการเงิน

บรรษัทอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ข้ามชาติก็มีพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างจากบรรษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติที่ต้องการขยายและลงทุนในตลาดที่มีศักยภาพการเติบโต ดังเช่น Delphi Automotive Co.Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับ GM. กว้างแผนการย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ตาม GM. เข้ามาด้วย หรือ Dana Corporation ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ของสหรัฐฯ ก็มีแผนลงทุนในประเทศไทยเพื่อผลิตชิ้นส่วนเกียร์ และอุปกรณ์เพลลาโดยจำหน่ายให้ค่ายรถยนต์ทุกค่าย [<http://www.manager.com>]

✓ เห็นได้ว่า การลงทุนของบรรษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติมีแนวโน้มนโยบายที่จะก่อตั้งหรือดึงเครือข่ายบริษัทอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ให้เข้ามาเพื่อเป็นฐานสนับสนุนการผลิตอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ของตนเอง อีกทั้งมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่สำคัญของรถยนต์ คือ ชิ้นส่วนสำคัญ ได้แก่ ระบบเครื่องยนต์ ระบบส่งกำลัง การพึ่งพิงชิ้นส่วนสำคัญจากค่ายญี่ปุ่นจึงไม่ส่งผลด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างทางสินค้าให้กับค่ายรถยนต์ตะวันตก อีกทั้งการลดช่องทางแสวงหาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ รองรับการผลิตประกอบรถยนต์ ก็เป็นวิธีการช่องทางสำคัญที่ลดทอนความสามารถแข่งขันของคู่แข่งทางการค้าในอุตสาหกรรมนี้ได้ ดังนั้นรูปแบบของ The cooperation club เป็นเครื่องมือสำคัญของค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น ระบบมาตรฐาน QS 9000\* ก็เป็นเครื่องมือของค่ายรถยนต์สหรัฐฯ ในการกีดกันการค้ากับอุตสาหกรรมรถยนต์จากค่ายญี่ปุ่น

\*เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพที่สหรัฐฯ ได้เป็นเงื่อนไขในระบบการค้า การผลิตในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ ของสหรัฐฯ ขณะที่มาตรฐานระบบคุณภาพที่ใช้โดยทั่วไป คือ ISO 9000

### ✓ 3.2.2 การผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมของประเทศไทย

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ เป็นผลปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนในและนอกประเทศ กรณีประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแรงกดดันของกลุ่มผลประโยชน์ และกระแสการเมืองมากที่สุด (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2539, พัชรีย์ สิโรต, 2536) ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ คือ การเลื่อนระยะเวลาการยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ เป็นปี 2541 จากที่เดิมกำหนดในปี 2543

การเลื่อนระยะเวลาการยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ เป็นผลสำเร็จข้อหนึ่งของ GM. จากที่ GM. ขาดความพร้อมด้านแหล่งอุปทานชิ้นส่วนฯ ด้วยระยะเวลาปัจจุบัน ถึงปี 2541 GM ไม่สามารถวางเครือข่ายการผลิต แห่งผลิตป้อนอุปทานชิ้นส่วนฯ ให้กับอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ของตนเองได้ ข้อเรียกร้องของ GM. และเงื่อนไขข้อต่อรองเพื่อตั้งฐานการผลิต และส่งออกในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย รวม 4 ข้อ (ประชาชาติธุรกิจ, 11 มี.ค. 39 : 35-36) คือ

- ขอให้รัฐบาลไทยยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ ในประเทศ 54% กรณีการประกอบรถยนต์นั่ง ในปี 2541 ซึ่งเป็นปีแรกที่ จีเอ็มเริ่มประกอบรถยนต์

- เสนอจัดตั้งมหาวิทยาลัย GM เพื่อเป็นสถาบันผลิตบุคลากร แรงงานป้อนอุตสาหกรรมรถยนต์ของ GM.

- ขอการสนับสนุนด้านสินเชื่อเพื่อการส่งออก (Tax credit scheme) และการหักภาษีนำเข้าชิ้นส่วนที่นำมาประกอบเพื่อส่งออก

- การขอลดภาษีนำเข้า 75% ในการนำเข้าชิ้นส่วน และส่วนประกอบ

ภาครัฐปฏิเสธข้อเรียกร้องใน 2 ข้อสุดท้าย โดยชี้ว่าการขอการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อส่งออกขัดต่อหลักการ WTO และการยกเว้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนฯ เป็นการให้สิทธิพิเศษต่อ GM มากเกินไป ข้อเรียกร้อง 2 ข้อแรกได้รับการตอบรับจากภาครัฐ เนื่องจากคาดหวังได้จากประโยชน์การลงทุนครั้งนี้ และในสถานการณ์สนับสนุนการจัดตั้งมหาวิทยาลัย GM ก็เป็นแนวทางเพื่อฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพแรงงานไทย ปฏิติยาของค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น และบริษัทธุรกิจเอกชนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ คือ เห็นว่าเป็นการให้สิทธิพิเศษต่อ GM มากเกินไป ทำให้ GM มีข้อได้เปรียบที่ไม่ต้องลงทุนผลิตชิ้นส่วนเพื่อใช้เอง ในขณะที่บริษัทอื่นๆ ได้ลงทุนไปแล้ว และก่อผลกระทบต่อการแข่งขัน การปรับตัวและคุกคามต่อความอยู่รอดของภาคธุรกิจเอกชนไทยที่ผลิตชิ้นส่วนฯ ประเภทเดียวกันโดยเฉพาะในกิจการที่ขาดความพร้อมด้านเทคโนโลยี และการคิดค้นพัฒนาออกแบบ

GM ใช้เวลา 2 ปี ในการต่อรองเงื่อนไข และศึกษาข้อมูล ประเมินสถานะแวดล้อมโดยเปรียบเทียบข้อได้เปรียบ เสียเปรียบระหว่างการผลิตที่ประเทศไทย หรือฟิลิปปินส์ก่อนที่จะ

ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิต ภายใต้ข้อต่อรองกับภาครัฐข้างต้น ด้วยพื้นฐานที่ว่า เพื่อประโยชน์สูงสุดภายหลังการประเมินแล้วจาก GM [The Nation, March 20, 1996 : 82] หลังจาก สกท. พิจารณาเรื่องและเงื่อนไขได้ยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อพิจารณาเรื่องดังกล่าว ด้วยมูลค่าการลงทุน 18.75 พันล้านบาท และความต้องการให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมรถยนต์ของภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งเงื่อนไขมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ ในประเทศมีแนวโน้มต้องยกเลิกในที่สุด (การปรับลดระยะเวลาเป็นปี 2541 ทำให้การยกเลิกมาตรการนี้เร็วขึ้น 18 เดือน) ทำให้คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์อนุมัติเงื่อนไขข้อตกลงดังกล่าว

ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรม ขนาดการลงทุนและความพร้อมด้านการลงทุนในตลาดที่มีศักยภาพการเติบโต แสดงให้เห็นว่าบรรษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติมีบทบาทและอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางและการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ต่อประเทศไทย ดังนั้นผลกระทบทางลบ (ด้านบวกในบางประการ) หากประเทศไทยโดยภาครัฐและภาครัฐกิจเอกชนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนต่อการทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ โอกาสและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทย หรือภูมิภาคอาจตกกับบรรษัทข้ามชาติมากกว่าเจ้าของประเทศ หรือภูมิภาคเอง ข้อมูลอีกประการที่ยืนยันแนวโน้มข้อเท็จจริงนี้ คือ

ทั้งประเทศญี่ปุ่น สหรัฐฯ และประเทศในยุโรปต่างเป็นประเทศต้นแบบผู้ผลิตรถยนต์ (Original Country) การดำเนินการผลิตจึงเน้นหนักและเกิดขึ้นโดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนในประเทศตนเอง แตกต่างจากการผลิตในประเทศไทยซึ่งไม่ใช่ประเทศเจ้าของอุตสาหกรรมรถยนต์ การได้มาซึ่งชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบต้องอาศัยการนำเข้า ที่สำคัญอีกประการคือ ทั้งค่ายรถยนต์สหรัฐฯ และญี่ปุ่นต่างมีบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็นแหล่งอุปทาน (suppliers) ในประเทศของตนจำนวนมากกว่า 10,000 บริษัท เปรียบเทียบกับประเทศไทยซึ่งมีบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนเพื่อป้อนตลาดประกอบรถยนต์ประมาณ 272 บริษัท [JICA, 1995] ซึ่งแม้ขนาดตลาดของประเทศไทยจะเล็กกว่าขนาดตลาดรถยนต์ของ 2 ประเทศ แต่จำนวนอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนฯ ในอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยมีน้อยกว่ามาก เมื่อเปรียบเทียบจำนวนอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ของประเทศต้นกำเนิดอุตสาหกรรมรถยนต์ทั้ง 2 ประเทศ การผลิตจึงต้องพึ่งพิงการนำเข้าชิ้นส่วนและส่วนประกอบจากต่างประเทศ และหมายถึงด้วยว่าประเทศไทยยังมีโอกาสของการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ เพื่อเป็นแหล่งอุปทานชิ้นส่วนแทนการนำเข้าด้วยเช่นกัน ความแตกต่างที่สำคัญในการประกอบรถยนต์ของค่ายรถยนต์ตะวันตกและค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น คือ ในกรณีของค่ายรถยนต์ตะวันตก อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์จะซื้อชิ้นส่วนต่างๆ จากผู้ขายชิ้นส่วนต่างๆ

จำนวนมาก ขณะที่กรณีค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นการสั่งซื้อชิ้นส่วนจะซื้อผ่านแหล่งอุปทานเป็นลำดับขั้น ดังนั้นจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ติดต่อการค้ากับค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น จะมีจำนวนน้อยกว่า โดยสัมพันธ์เป็นลำดับขั้นของผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับขั้นต่างๆ (ดูแผนภาพ 3.1)

✓ ดังนั้นด้วยบทบาทและอิทธิพลของบริษัทฯ ต่อความสามารถเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมของประเทศไทยได้ หากภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนไม่มียุทธศาสตร์ชัดเจนต่ออุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ ผลกระทบทางลบย่อมตกกับประเทศ คือ ปัญหาขาดดุลการค้า เนื่องจากการพึ่งพิงการนำเข้าชิ้นส่วนฯ จากต่างประเทศ

### 3.3 นโยบายการส่งออกของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ

GM. มีนโยบายชัดเจนที่จะขยายส่วนแบ่งตลาดในภูมิภาคเอเชีย นอกเหนือจากการลงทุนในประเทศจีน การตั้งฐานการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยโดยกำหนดขนาดการส่งออกถึงร้อยละ 80 ของกำลังการผลิตเพื่อมุ่งตลาดรถยนต์ในญี่ปุ่นและออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และภูมิภาคอาเซียน พิจารณาจากความเป็นตลาดเสรีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และศักยภาพของค่ายรถยนต์ สหรัฐฯ ย่อมสามารถเข้าถึงตลาดรถยนต์ของกลุ่มประเทศดังกล่าวเหล่านี้ได้ ซึ่งหากการส่งออกเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพจริงย่อมเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจประเทศไทย

อย่างไรก็ตามประสบการณ์ของค่ายรถยนต์โตโยต้าในประเทศไทยจะเป็นสารสนเทศสำคัญที่ชี้ให้เห็นประเด็นการพิจารณาความเป็นไปได้ของนโยบายการส่งออกของ G.M. จากคำสัมภาษณ์ของนายโยชิอะคิ มูรามัตสึ ประธานบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (ผู้จัดการรายเดือน, กันยายน 2539 : 90) ต่อปัจจัยที่กำหนดความสามารถดำเนินการเพื่อส่งออกของโตโยต้า (ประเทศไทย) เป็นสิ่งที่ชี้ว่าเป้าหมายการส่งออกของ GM. ข้างต้นยังต้องผ่านขั้นตอนการดำเนินการอีกหลายลักษณะ ขั้นตอนปัจจัยกำหนดการดำเนินการเพื่อส่งออก มีดังนี้ คือ

- การตั้งราคาจำหน่ายในตลาดส่งออกให้สามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ของโตโยต้า คือ การตั้งราคาจำหน่ายเพื่อกำหนดต้นทุน ไม่ใช่การใช้ต้นทุนเป็นตัวแปรมากำหนดราคาจำหน่าย (กรุงเทพธุรกิจ, 12 พฤษภาคม 2540 : 8)

ยุทธศาสตร์นี้เองเป็นมาตรการบังคับและกดดันให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ และแหล่งอุปทานชิ้นส่วนฯ ให้กับโตโยต้า ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ของภาคเอกชนไทยต้องรีบเร่งปรับตัว ความสามารถผลิตชิ้นส่วนฯ ให้ได้ต้นทุนต่ำและคุณภาพตามที่บริษัทแม่ คือ โตโยต้า กำหนดเงื่อนไขและคุณสมบัติชิ้นส่วนฯ ไว้



- ระบบการส่งมอบที่ทันต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันโตโยต้า (ประเทศไทย) ซึ่งว่าการดำเนินการของตนยังไม่สมบูรณ์หรือมีประสิทธิภาพมากนัก จึงยังไม่สามารถทำให้การส่งออกบรรลุประสิทธิภาพ

- การบริการหลังการขาย อันหมายถึงความพร้อมด้านกรให้บริการ การจัดจำหน่าย ชิ้นส่วน อะไหล่ การตลาด ส่งเสริมการขายเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศผู้นำเข้ารถยนต์นั้นๆ

- หน่วยงานของโตโยต้า (ประเทศไทย) ที่รับผิดชอบการจัดจำหน่ายในตลาดส่งออก ยังไม่พร้อม

ข้อสังเกตประการหนึ่ง คือโตโยต้าลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยตั้งแต่ปี 1962 เป็นยี่ห้อรถยนต์ที่ครองส่วนแบ่งตลาดในไทยสูงที่สุด และเป็นบริษัทในอันดับชั้นนำของโลก เหตุผลความไม่พร้อมด้านการส่งมอบ การบริการหลังการขาย หรือความไม่พร้อมของหน่วยงานรับผิดชอบการส่งออกจึงไม่ใช่เหตุผลแท้จริงนัก เหตุผลแท้จริง คือ การส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทยมีต้นทุนอื่นๆ เพื่อบุกเบิกและแย่งชิงตลาดต่างประเทศ ดังเช่น การลงทุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ การให้บริการหลังการขาย กิจกรรมซ่อมแซมอุปกรณ์ และอะไหล่ทดแทน ขณะที่การจำหน่ายในประเทศมีการลงทุนในต้นทุนดังกล่าวจนได้ความคุ้มทุนแล้ว ดังนั้นผลกำไรต่อคันสำหรับตลาดเพิ่งเริ่มส่งออกจึงต่ำกว่าการทำตลาดภายในประเทศรวมถึงโตโยต้ามีเครือข่ายบริษัทรถยนต์และชิ้นส่วนฯ ในประเทศอื่นๆ มาแล้ว จึงอาจไม่จำเป็นต้องส่งออกจากประเทศไทย

ดังนั้นในช่วงที่เศรษฐกิจไทยยังมีการเติบโต ตลาดรถยนต์ในประเทศไทยยังมีความต้องการสูง ค่ารถยนต์ต่างๆ ต้องให้ความสำคัญกับการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศมากกว่าตลาดต่างประเทศ ซึ่งให้ผลตอบแทนหรือกำไรต่อหน่วยต่ำกว่า (กรณีมีตราบาปี การส่งออกไปยังแคนาดาเกิดขึ้น เป็นการส่งออกภายใต้ GSP) การส่งออกของค่ายรถยนต์ในประเทศไทยจึงเริ่มมีบทบาทต่อเมื่อโอกาสตลาดในไทยลดน้อยลง จำเป็นต้องแสวงหาตลาดต่างประเทศทดแทน

นอกจากนี้ นายโยชิอะคิ มูรามัตสึ ยังให้เหตุผลด้วยการลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตนั้นแท้จริงเพื่อให้ปริมาณการผลิตมีจำนวนมากพอ มีความประหยัดจากขนาด อันนำไปสู่การลดลงของต้นทุนการผลิตเป็นเหตุผลหลัก เป้าหมายการส่งออกเป็นผล หรือแนวทางธุรกิจระยะยาวมากกว่าระยะสั้น (กรุงเทพธุรกิจ, 12 พฤษภาคม 2540 : 8)

“ปริมาณการผลิตที่อาจจะมากเกินกว่าการทำตลาดในประเทศ ไม่ได้หมายความว่า จะต้องเป็นการส่งออกทั้งหมด แต่เพื่อเป็นการสร้างปริมาณการผลิตเพื่อลดต้นทุนเท่านั้น”

ดังนั้น ความคาดหวังการส่งออกรถยนต์หรือชิ้นส่วนสำเร็จรูป [CBU,CKD] จึงขึ้นกับแนวทางธุรกิจระยะยาว หรือกลไกตลาดที่จะกดดันให้ค่ายรถยนต์ต่างชาติต้องให้ความสำคัญกับ



การส่งออกเมื่อใดด้วยขนาดการส่งออกเท่าไร ซึ่งอาจไม่สามารถชี้ชัดเจน ตัวอย่างจากโตโยต้าชี้ว่าความเป็นไปได้ของนโยบายการส่งออกของ G.M. ที่ใช้ประเทศไทยเป็นฐานการส่งออกไม่น่าจะเกิดขึ้นในระยะเวลาอันรวดเร็วได้ แต่ผลชัดเจนต่อประเทศไทยหากการส่งออกไม่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาการขาดดุลการค้าจะยังมีผลรุนแรงจากการนำเข้าชิ้นส่วนต่างประเทศเพื่อประกอบรถยนต์ในประเทศไทย อันเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตรถยนต์เป็นต้นทุนชิ้นส่วนฯ ที่นำเข้าจากต่างประเทศรวมร้อยละ 70 กรณีรถยนต์นั่ง และร้อยละ 60 กรณีรถยนต์ปิคอัพ (ตาราง 3.3) (พันธิรยา บรรจงชีพ, 2538)

#### \* 3.4 สรุป

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจสังคมโลก รวมถึงการกำหนดนโยบายอิทธิพลของบรรษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ ในประเทศไทยให้มีฐานะเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมระดับโลก

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคม ทำให้เกิดลักษณะ “หมู่บ้านโลก” เศรษฐกิจอุตสาหกรรมเกิดขึ้นโดยไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดน ปัจจัยการผลิตต่างๆ ทั้งทุน เทคโนโลยี แรงงาน สามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรี ประสานกับผลสำเร็จในการเจรจา GATT รอบอุรุกวัย ในการหยิบยกมาตรการการลดทุนที่กระทบการค้า (TRIMs) ให้มีผลยกเลิกในปี 2543 ส่งผลให้มาตรการสำคัญ คือ มาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ และมาตรการบังคับการส่งออกไม่สามารถมีผลบังคับใช้ได้อีกต่อไปภายหลังปี 2543 รวมถึงสภาพการค้าที่เสรีมากขึ้น ซึ่งหมายถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากสภาพโลกาภิวัตน์ที่ปัจจัยการผลิตเคลื่อนย้ายได้สะดวกขึ้นและ สภาพการค้าที่เสรีมากขึ้น

เพื่อตั้งประโยชน์จากสภาพการค้าเสรี และการลงทุนจากต่างประเทศ ปฏิภานของภาครัฐในกลุ่มประเทศอาเซียน คือ การรวมกลุ่มภูมิภาคเศรษฐกิจ จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) รวมถึงการจัดตั้งเขตอนุภูมิภาคเศรษฐกิจต่างๆ เพื่อขยายตลาดความต้องการให้ใหญ่ขึ้น สร้างเสริมโอกาสการเข้าถึงทรัพยากร วัตถุดิบ แหล่งแรงงานราคาถูกจากการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคม รวมถึงการเข้าถึงพื้นที่การลงทุนที่มีปัจจัยความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่สนองความต้องการการลงทุนจากบรรษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติมากขึ้น เขตภูมิภาค

\* หมายถึงแรงงานระดับคุณภาพ คือ แรงงานวิชาชีพ ช่างฝีมือ มีความรู้ ความสามารถสูงซึ่งเป็นที่ต้องการของแหล่งอุปทานมากกว่าแรงงานไร้ฝีมือ ซึ่งมีข้อจำกัดการเคลื่อนย้ายมากกว่า

เศรษฐกิจเหล่านี้จึงมีการสร้างมาตรการเพื่อส่งเสริมการลงทุนเพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจเลือกฐานที่ตั้งการลงทุนในอุตสาหกรรมของบริษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติ

นอกเหนือจากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในสภาพโครงสร้างเศรษฐกิจโลกในทิศทางมุ่งการค้าเสรี ที่ทำให้มาตรการกีดกันการค้า หรือการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศมีระยะเวลาและเงื่อนไขจำกัดการดำเนินนโยบาย ปัจจัยอิทธิพลสำคัญที่กำหนดทิศทางและโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ คือ นโยบายของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ

นโยบายหลักของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ คือ “การมุ่งผลิตในที่มียอดขาย” โดยกระจายการลงทุนในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ในภูมิภาคที่ตลาดเติบโตเป็นมูลค่าสูง ด้วยขนาดการผลิตที่มีความประหยัดต่อขนาดในประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตมากที่สุดเพื่อให้ได้ต้นทุนการผลิตต่ำ แล้วนำมาซื้อขายภายใต้ลักษณะการค้า การผลิตภายในบริษัทข้ามชาติเดียวกัน (Intra-firm trade or Intra-industry trade) ในลักษณะยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมระดับภูมิภาค หรือทั่วโลก

✓ ดังนั้น นอกเหนือจากการพึ่งพิงแหล่งอุปทานชิ้นส่วนฯ ที่มีอยู่เดิม การลงทุนเพื่อสร้างเครือข่ายแหล่งอุปทานชิ้นส่วนฯ คือ การนำบริษัทเครือข่ายของบริษัทแม่เข้ามาลงทุนเพื่อเป็นแหล่งป้อนอุปทานชิ้นส่วนฯ และกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง ดังเช่น ฟอर्ड นอกจากการลงทุนในโรงงานประกอบรถยนต์แล้ว ได้นำบริษัทเครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วนฯ บริษัทธุรกิจเช่าซื้อ การตลาดเพื่อเสริมความสามารถการแข่งขันให้ครบวงจร หรือกรณีเงินเนอรัลเทรดที่ดำเนินการต่อรองกับภาครัฐเพื่อเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ เร็วกว่าที่กำหนดจากปี 2543 เป็นปี 2541 เพื่อไม่ให้มาตรการนี้เป็นข้อจำกัดการสรรหาชิ้นส่วนฯ ในประเทศอันเป็นข้อบังคับที่จะทำให้เงินเนอรัลเทรดเปรียบค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นที่มีความพร้อมในปัจจุบันอยู่แล้ว และส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ ไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันการแข่งขันที่รุนแรงและรวดเร็วขึ้นด้วย

กรณีค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น ซึ่งมีความได้เปรียบจากการวางรากฐานเครือข่ายอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ จากช่วงแรกเริ่มของการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ ก็ได้ใช้ประโยชน์เครือข่ายสร้างความเข้มแข็งในระบบการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ และชิ้นส่วนฯ ผ่านการจัดตั้งความร่วมมือในรูปของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนภายใต้ยี่ห้อเดียวกัน เช่น The Toyota club หรือ The Isuzu club รวมถึงประสานความร่วมมือภาครัฐในภูมิภาคอาเซียนผ่านโครงการแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนภายใต้ยี่ห้อเดียวกัน (BBC Scheme) และโครงการความร่วมมือทางอุตสาหกรรมแบบใหม่ (AICO) ขณะเดียวกันเมื่อเขตภูมิภาคเศรษฐกิจอาเซียน (AFTA) มีผลบังคับใช้ ความเป็นเครือข่าวยังยี่ห้อทำให้ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นได้ประโยชน์จากอัตราภาษีในอัตรา 0-5% ภายใต้หลักการ CEPT

ในส่วนนโยบายการส่งออกของค่ายรถยนต์ต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเทศไทยคาดหวังประโยชน์ด้านนี้นั้น บรรษัทฯ ไม่ได้มีนโยบายการส่งออกเป็นทางเลือกสำคัญลำดับแรก แต่มุ่งความสำคัญต่อตลาดภายในประเทศเนื่องจากได้ผลตอบแทนดีกว่า และการดำเนินการเพื่อส่งออกต้องลงทุนและดำเนินการหลายด้านทั้งการลงทุน การตลาด การส่งเสริมการขาย ธุรกิจอะไหล่ และซ่อมแซม ในขณะที่การลงทุนในขนาดการผลิตจำนวนมากมุ่งเพื่อให้ได้ขนาดการผลิตที่ประหยัดต้นทุนนำไปสู่ต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อเอื้อต่อการแข่งขัน ความจำเป็นของการส่งออกจะเกิดขึ้นเมื่อขนาดตลาดหรือโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯภายในประเทศเริ่มลดน้อยลง ดังนั้นสำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนฯ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมระดับโลกการดำเนินนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนจึงต้องเผชิญกับโครงสร้างปัจจัยสำคัญ คือ สภาพการเปลี่ยนแปลงในเศรษฐกิจ สังคมโลกและนโยบายของค่ายรถยนต์ข้ามชาติเอง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง 3.1 ยุทธศาสตร์การลงทุนของ Toyota motor corporation

<p>การขยายการลงทุนของ Toyota motor corporation ด้วยมูลค่าลงทุนประมาณ \$ 13.5 พันล้านดอลลาร์ ภายในปี 2000 โดยมุ่งเน้นการลงทุนในตลาดสำคัญ และด้วยมูลค่า ดังนี้</p>
<p><u>ภูมิภาคอเมริกาเหนือ</u> เงินลงทุน \$ 3.3 พันล้านดอลลาร์</p> <p><u>Georgetown, KY.</u> พัฒนากำลังการผลิตจาก 380,000 คัน / ปี เป็น 500,000 คัน / ปี</p> <p><u>Evansville, IND.</u> ลงทุนตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ปีคัท ขนาด 100,000 คัน/ปี</p> <p><u>Ontario, Canada</u> เพิ่มกำลังการผลิตโตโยต้าโคโรลล่า เป็น 200,000 คัน / ปี</p>
<p><u>ญี่ปุ่นและภูมิภาคเอเชีย</u> เงินลงทุน \$ 4.6 พันล้านดอลลาร์</p> <p><u>Tianjin, China</u> โตโยต้าร่วมทุนกับ Daihatsu (70 : 30) ผลิตชิ้นส่วนเครื่องยนต์สำหรับรถยนต์ขนาดเล็ก (Charade sedan)</p> <p><u>Bangkok, Thailand</u> ขยายกำลังการผลิตเป็น 190,000 คัน / ปี ที่โรงงานเกตเวย์สำหรับรถยนต์โซลูน่า ซีดาน</p> <p><u>มาเลเซีย / อินโดนีเซีย / ฟิลิปปินส์</u> ลงทุนตั้งโรงงานผลิตชิ้นส่วนฯ ต่างๆ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทย</p> <p><u>Japan</u> โตโยต้าฝ่ายขายลงทุนจัดตั้งผู้จัดจำหน่าย 500 รายเพื่อป้องกันและรักษาตลาดจากฮอนด้า</p>
<p><u>ภูมิภาคยุโรป</u> เงินลงทุน \$ 1.9 พันล้านดอลลาร์</p> <p><u>Burnaston, Britain</u> ขยายกำลังการผลิตเป็น 200,000 คัน / ปี สำหรับรถยนต์คาร์รินา ซีดาน และ สเตชันแวกอน</p> <p><u>Lens, France</u> อยู่ระหว่างการพิจารณาตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ที่ฝรั่งเศส หรือ ประเทศอื่นๆ</p>

ที่มา Toyota motor corporation อ้างใน Business week ,April 7 ,1997

ตารางที่ 3.2 นโยบาย กลยุทธ์ธุรกิจอุตสาหกรรมของบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ	
บริษัทอุตสาหกรรม	นโยบาย/แผนกลยุทธ์การดำเนินการ
รถยนต์ข้ามชาติ	
โตโยต้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เปิดกลยุทธ์ "Asean Car" โดยเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของภูมิภาคอาเซียน</li> <li>- ลดต้นทุนการผลิตโดยเน้นการผลิต การจัดหาชิ้นส่วนภายในประเทศหรือภูมิภาค มากกว่า 70% ของต้นทุนชิ้นส่วนรถยนต์</li> <li>- ลงทุน 8,100 ล้านบาทที่นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ จ.ฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นฐานการผลิตรถยนต์ และส่งออกของภูมิภาคอาเซียน</li> </ul>
ฮอนด้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดให้บริษัทอาเซียนฮอนด้า มอเตอร์จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทย เป็นสำนักงานภาคพื้นเอเชีย รับผิดชอบด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยดูแลนโยบายและการบริหารของบริษัทเครือข่ายรวม 23 บริษัทใน 10 ประเทศของฮอนด้าในภูมิภาค จากที่สำนักงานภูมิภาคของฮอนด้า กำหนดขึ้นที่ ญี่ปุ่น ภาคพื้นยุโรป ภาคพื้นอเมริกา และภาคพื้นเอเชีย</li> <li>- กำหนดให้ประเทศไทย (นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จ.อยุธยา) เป็นฐานการผลิตรถยนต์ CITY แห่งแรกของฮอนด้า โดยเน้นการออกแบบจากการวิจัย และพัฒนาเพื่อให้เป็นรถยนต์ของภูมิภาคอาเซียน</li> <li>- เน้นการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในภูมิภาค โดยเป็นชิ้นส่วนที่ผลิตในไทย พิลิปปินส์ มาเลเซีย รวม 70% สำหรับการการผลิตรถยนต์ CITY</li> </ul>
ฟอร์ด-มาสด้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่วมทุนในสัดส่วน 45:45 โดยส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มทุนในประเทศ คือ บ.สุโกศลมาสด้า 5% และกลุ่มเคทีเอ็น 5% ก่อตั้งบริษัทฟอร์ดอโต้ลลาบายด์แอนด์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลิตรถปิคอัพด้วยกำลังการผลิตระยะแรก 135,000 คัน/ปี เงินลงทุน 11,00 ล้านบาทที่นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด ระยอง</li> <li>- มุ่งจำหน่ายรถยนต์ 50% ส่วนที่เหลือมุ่งตลาดส่งออก รวมถึงชิ้นส่วน CKD</li> <li>- เน้นการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ 65-70 % โดยดำเนินการแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนเพื่อลดต้นทุนการผลิตใน 7 ประเทศที่มีเครือข่าย คือ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน ไต้หวัน อินเดีย เวียดนาม และไทย โดยเริ่มผลิตเพื่อจำหน่ายในปี 2541</li> </ul>
G.M.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลงทุนร่วม 18,000 ล้านบาท และวางแผนใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ และใช้ชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างประเทศที่เข้ามาด้วย เช่น เดลฟาย สำหรับกรณีชิ้นส่วนสำคัญ เช่น ระบบส่งกำลัง</li> <li>- วางแผนการส่งออกในระยะแรก 50% และขยายเป็น 75% ครอบคลุมภูมิภาคเอเชีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์</li> <li>- วางนโยบายก่อตั้งมหาวิทยาลัย GM เพื่อเป็นสถาบันผลิต และป้อนแรงงานช่างเทคนิคให้กับ GM.</li> </ul>
ค่ายรถยนต์ตะวันตกโดยรวม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างโรงงาน เติมน้ำมันเครื่องยนต์ให้เร็วที่สุด เพื่อยึดกุมตลาดรถยนต์ในภูมิภาคเอเชียที่กำลังเติบโต</li> <li>- ใ้มีมาตรฐานระบบคุณภาพ QS 9000 ซึ่งมีรายละเอียดครอบคลุมมากกว่า ISO 9000 เป็นเกณฑ์คัดเลือกผู้ผลิตอุปกรณ์ชิ้นส่วนให้กับค่ายรถยนต์ตะวันตก</li> </ul>

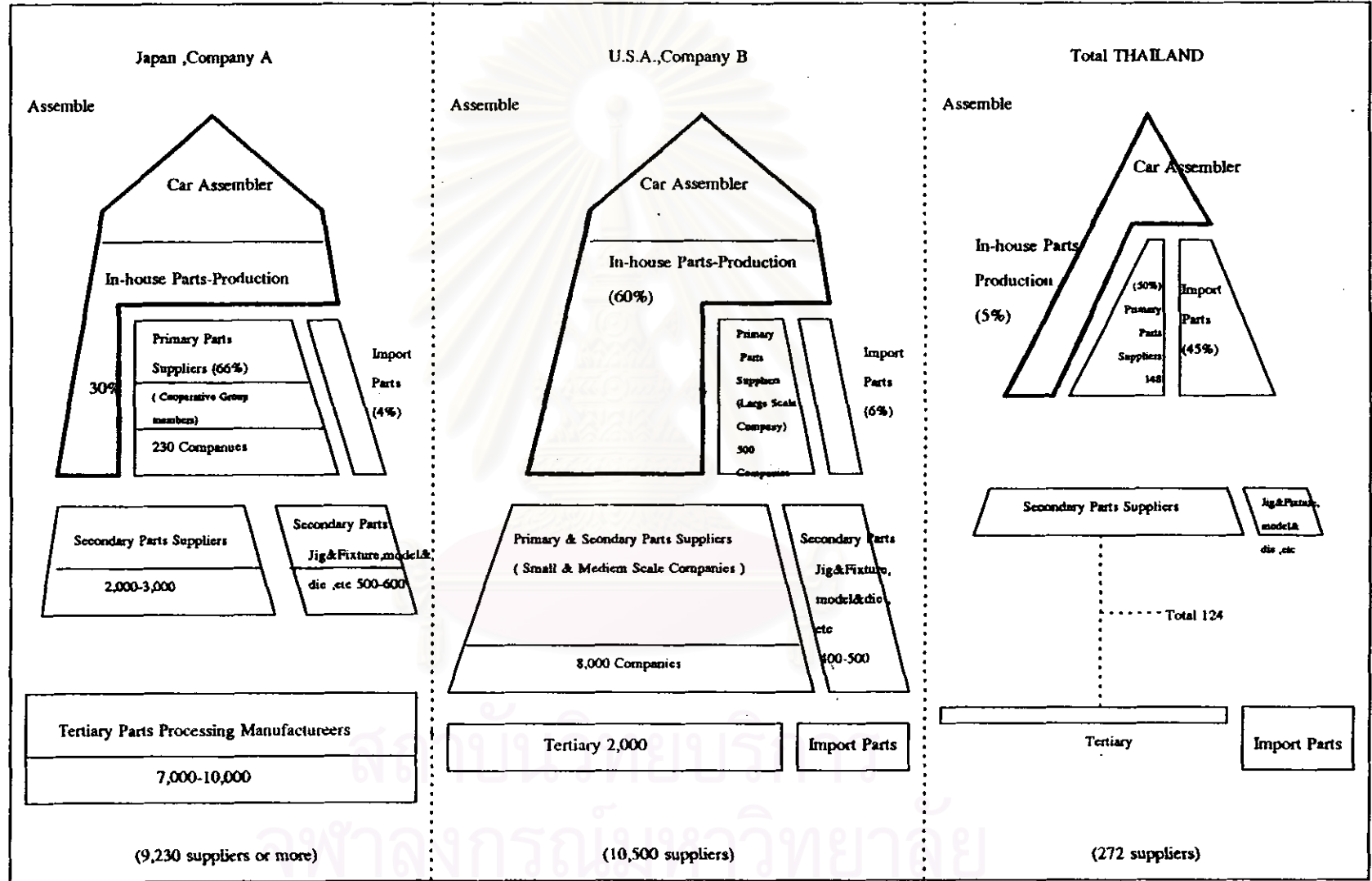
ที่มา : ผู้จัดการรายวัน 4 มิถุนายน 2539 : 4 ; วารสารส่งเสริมการลงทุน ม.ค. - ต.ค. 2539

กรุงเทพธุรกิจ 6 มกราคม 2540 : 1,11



[แผนภาพ 3.1 : เปรียบเทียบโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมรถยนต์กับประเทศต้นกำเนิดอุตสาหกรรมรถยนต์]

ที่มา : JICA 1995



ตารางที่ 3.3 โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์

รายการ	สัดส่วนต่อต้นทุนรวม (ร้อยละ)				
	รถยนต์นั่งขนาด 1,600 ซีซี		รถบรรทุกปิกอัพ ขนาด 1 ตัน		
	โตโยต้า โคโรน่า	มิตซูบิชิ แลนเซอร์	โตโยต้า ไฮลักซ์ดีเซล 2,400 ซีซี	มิตซูบิชิ 2,500 ซีซี	ฟอร์ด มารอนซอน 2,500 ซีซี
1. ชิ้นส่วนนำเข้า	52.62	51.74	38.88	32.12	35.30
2. ชิ้นส่วนในประเทศ	18.73	21.04	40.57	48.57	44.14
3. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	20.78	19.74	15.78	14.82	15.78
4. ค่าใช้จ่ายในการผลิต	7.87	7.48	4.77	4.49	4.78
ต้นทุนรวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

โครงสร้างต้นทุนการผลิตของชิ้นส่วนรถยนต์นั่งและรถปิกอัพ

รายการ	เมื่อมี Local content		เมื่อไม่มี Local content		ส่วนต่าง ของต้นทุน (ร้อยละ)
	ต้นทุนจีน ส่วนนำเข้า (ร้อยละ)	ต้นทุนจีน ส่วนใน ประเทศ (ร้อยละ)	ต้นทุนจีน ส่วนนำเข้า (ร้อยละ)	ต้นทุนจีน ส่วนใน ประเทศ (ร้อยละ)	
1. รถยนต์นั่งขนาด 1,600 ซีซี	71.10	28.90	81.64	18.36	10.54
2. รถบรรทุกปิกอัพ ขนาด 1 ตัน ( 2,400-2,500 ซีซี)	39.88	60.20	47.20	52.80	7.40

ที่มา : พันธวิธา บรรจงชีพ 2538

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย